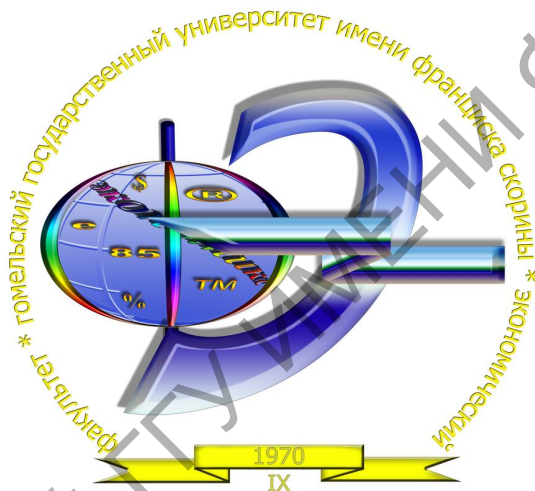


**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**



Гомель
2023

ISSN 2959-5495

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины»

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*XI Международная научно-практическая конференция
студентов и магистрантов*

(Гомель, 22 марта 2023 года)

Сборник материалов

Научное электронное издание

Гомель
ГГУ им. Ф. Скорины
2023

© Учреждение образования
«Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины», 2023

Актуальные проблемы теории и практики современной экономической науки [Электронный ресурс]: XI Международная научно-практическая конференция студентов и магистрантов (Гомель, 22 марта 2023 года) : сборник материалов / М-во образования Республики Беларусь, Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины ; редкол.: А. К. Костенко (гл. ред.) [и др.]. – Электронные текстовые данные (2,65 МБ). – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2023. – Системные требования: IE от 11 версии и выше или любой актуальный браузер, скорость доступа от 56 кбит. – Режим доступа: <http://conference.gsu.by>. – Заглавие с экрана.

В сборнике материалов конференции представлены теоретические и практические результаты научных исследований и разработок студентов и магистрантов высших учебных заведений Республики Беларусь и Российской Федерации. Издание посвящено актуальным вопросам развития национальной экономики в современных условиях. Авторами рассмотрены особенности управления экономикой Республики Беларусь и использование с этой целью зарубежного опыта, проблемы обеспечения национальной безопасности страны в различных сферах, современные подходы к управлению организациями в условиях инновационного развития, вопросы эффективной организации бухгалтерского учёта и контроля в организациях, современные подходы к анализу хозяйственной деятельности субъектов экономики, проблемы финансово-кредитной сферы и механизм их решения, возможности использования информационных технологий в управлении на макро- и микроуровнях.

Сборник адресован учёным-экономистам, практикам, аспирантам, магистрантам, студентам, которых интересуют актуальные проблемы развития экономики на современном этапе и пути их решения.

Сборник издается в соответствии с оригиналом, подготовленным редакционной коллегией, при участии издательства.

Редакционная коллегия:

А. К. Костенко (главный редактор);
И. В. Глухова (ответственный секретарь);
Е. А. Западнюк, Е. А. Кадовба, Т. А. Родионова

ГГУ имени Ф. Скорины
246028, г. Гомель, ул. Советская, 104,
тел.: (232) 50-49-03, 51-01-03
<http://www.gsu.by>

© Учреждение образования
«Гомельский государственный
университет имени
Франциска Скорины», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

<i>Астапенко К. О.</i> Трансформация рынка труда в условиях цифровой экономики...	6
<i>Батура А. Г.</i> Варианты монетарной политики в условиях пандемии.....	8
<i>Гузова А. Л.</i> Антикризисное регулирование экономики: мировой опыт и его особенности в Республике Беларусь.....	9
<i>Караченко А. С.</i> Пути увеличения доходов государственного бюджета Республики Беларусь.....	11
<i>Меженная Е. С.</i> Социально-экономические особенности функционирования экономики совместного потребления в Республике Беларусь.....	13
<i>Оснач Д. А.</i> Эффективность и приоритеты денежно-кредитной политики Республики Беларусь.....	15
<i>Пекурина Д. В.</i> Необходимость и меры поддержки инновационной деятельности.....	17
<i>Серебро А. П.</i> Рынок труда Республики Беларусь в условиях санкционных ограничений.	19

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ И ПРОЕКТАМИ

<i>Абуляев А. Р.</i> Методы мотивации персонала в кризисных условиях.....	21
<i>Алейникова В. А.</i> К некоторым вопросам стратегического управления на предприятии..	22
<i>Андреева А. А.</i> Об актуальных проблемах развития высокотехнологичных производств.....	24
<i>Волохович А. М.</i> Факторы и условия обеспечения экономической безопасности организации.....	26
<i>Выбач Т. Н.</i> Роль SMM в продвижении потребительских товаров.....	28
<i>Гавриловец И. С.</i> Проблемы обеспечения конкурентоспособности продукции и предприятия на рынке бытовых плит в Республике Беларусь.....	29
<i>Гасанов Р. Л. оглы.</i> К вопросу об оценке кадровой безопасности организации.....	31
<i>Демянюк Д. А., Ермаков А. В.</i> Проект и технико-экономическая оценка производственно-технической базы по ремонту и обслуживанию подвижного состава для нужд ТУП «СкидельАвтоУслуги».....	34
<i>Кравцова А. С.</i> Пути развития маркетинговой деятельности ОАО «Туровщина».....	35
<i>Маслюкова А. Д.</i> Резервы снижения себестоимости продукции: оценка и возможности вовлечения в производство.....	37
<i>Митрахович А. П.</i> Комплексная оценка возможностей и угроз ГУ «Речицкая СДЮШОР № 1» с учётом сильных и слабых сторон.....	39
<i>Назарова Т. А.</i> Оценка факторов внешней инновационной среды потребительской кооперации Витебской области.....	41
<i>Плащикова Т. В.</i> Развитие товаропроводящей сети ОАО «Гомсельмаш» на внешнем рынке.....	42
<i>Романчикова К. С.</i> Внешнее позиционирование организации как элемент стратегического маркетинга (на примере ОАО «Гомсельмаш»).....	44
<i>Селюкова А. Д.</i> Закупочная логистика в ОАО «Гомсельмаш».....	46
<i>Селюкова А. А.</i> Оценка эффективности использования бренда ОАО «Электроаппаратура».....	48
<i>Синёва И. Д.</i> Совершенствование деятельности предприятия на основе результатов SWOT-анализа.....	50
<i>Хаменок К. Д.</i> Производственная программа и её роль в системе внутрифирменного планирования промышленного предприятия.....	51

Цыркунова М. В. Оценка конкурентоспособности торгового предприятия (на примере ЧТПУП «ЭкономМаркет»).....	53
Черненко Д. Н. Перспективные направления позиционирования бренда в сети Интернет.....	55
Шабалина Е. С. Совершенствование процесса закупки в системе менеджмента качества ОАО «Сейсмотехника».....	56
Шабанова Э. А. Актуальность количественных показателей в EVENT-менеджменте.....	58
Шпанькова Д. А. Направления улучшения системы управления сбытом продукции в ОАО «ГЗЛиН».....	60

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА КАК ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Апанасько А. С. О некоторых современных методах бизнес-аналитики: особенности, преимущества и недостатки.....	62
Кралевиц Т. С. Персонифицированный учёт: состояние, проблемы и пути совершенствования.....	64
Логинова Л. А. Комплексная оценка деятельности банков на основе показателей рейтинговой системы CAMELS.....	66
Матюшонков Е. В. Применение судебно-бухгалтерской экспертизы при расследовании правонарушений в сфере экономики.....	68
Межевич М. В. Оценка эффективности операций банка с электронными деньгами.....	70
Сидорович С. С. Методы управления производственными затратами.....	72
Михмель М. В. Обеспечение экономической безопасности предприятия с использованием средств бухгалтерского учёта.....	74
Хацкевич Е. В. Цифровые трансформации ведения бухгалтерского учёта денежных средств.....	76

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Акушко А. С. К вопросу о самодостаточности бюджета Гомельской области.....	79
Бянь Х. О китайском опыте систематизации и анализа расходов организации.....	81
Zhang Jingzi. Listing: what is an IPO and how does it help businesses and investors?..	82
Козлова Д. В., Супрунович А. В. Патентная система как вариант вмененного налогообложения индивидуальных предпринимателей.....	84
Мамметгулыев М. Б. Увеличение объемов реализации продукции ОАО «Гомельский завод литья и нормалей» на основе активизации тендерного участия.....	86
Ma Xue. Housing prices as a key issue in a market economy.....	88
Олешкевич Д. В. Налогообложение бизнеса в Республике Беларусь: проблемы и перспективы.....	89
Прищеп А. В. Современные тренды развития аудита.....	92
Серебро А. П., Суднека А. С. Налогообложение недвижимости в Республике Беларусь..	93
Супрунович А. В. К вопросу развития цифровых технологий в банках Республики Беларусь.....	96
Теслюк А. В. Обязательное и добровольное страхование в Республике Беларусь и пути их развития.....	98
Хузеева Е. В. Перспективы роста доходов государственного бюджета в контексте изменения налогового законодательства.....	100
Чэнь Сяодун. Об оценке кредитоспособности организаций.....	102
Шишковец М. Е. Электронные сервисы как инструмент повышения налогового потенциала.....	104

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

Бразовский А. С. Использование финансовых функций в решении экономических задач..	106
Булхова А. В. Управление рисками информатизации на основе сбалансированных показателей на этапах адаптации и внедрения.....	107
Васильцов С. А. Проектирование приложения учёта выпуска готовой продукции сельскохозяйственного предприятия.....	109
Волчѣк А. А. Учёт личных финансов с помощью мобильного приложения.....	111
Гавриленко Г. З. Проектирование программного модуля для автоматизации работы художника-дизайнера.....	113
Закомирный О. И. Оздоровление бизнеса путѐм внедрения технологии блокчейн...	114
Ком К. А. Алгоритм FP Growth как метод поиска ассоциативных правил.....	116
Li Jialin. Definition of network marketing tools.....	118
Маркова А. М. Нейронная революция в экономике.....	120
Михно А. В. Сравнение интернет-банкингов Беларусбанка и Банка БелВЭБ.....	121
Разумова А. В. Управление рисками образовательного учреждения с помощью BSC-систем.....	123
Рожко Д. С. Искусственный интеллект, его развитие, роль и применение в будущем...	125
Саяхова Д. К. Цифровые технологии в сфере корпоративного обучения: выгоды и перспективы развития.....	127
Хорольская Е. Д. Влияние цифровизации платѣжных сервисов на оптимизацию потребительских возможностей.....	129
Xu Xincheng. Characteristics of Internet data analysis tools.....	130
Шевченко И. Н. О переходе промышленности страны на технологическую платформу «Индустрия 4.0».....	132

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

К. О. АСТАПЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

При рассмотрении коренных изменений в экономике часто используется термин промышленной революции. Четвертая промышленная революция, проходящая в настоящее время, рассматривается как кардинально новый уровень организации экономики, включающий в себя полную трансформацию жизни человека и мирового сообщества в целом. Повсеместное распространение информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ), именуемое также процессом цифровизации, ведет к переходу от промышленной экономики к цифровой. Данный процесс оказывает глубокое влияние на различные аспекты жизни человека. В особенности изменения касаются структуры рынка труда, методов и механизмов его функционирования.

Рассмотрим положительные нововведения в организации труда в условиях цифровизации экономики. Одним из них является появление новой модели гибкой занятости. На сегодняшний день кроме полной занятости существуют также самозанятость, внештатная и неполная занятости. Наиболее популярным видом является самозанятость, или фриланс. Итоги исследования, проведенного консалтинговой компанией PriceWaterHouse, показали, что на 2021 год мировой рынок фриланса оценивается в 6,54 трлн. долл. США, и к 2025 году он, как ожидается, вырастет до 3,84 трлн. долл. США [1]. В основном такая тенденция набирает популярность именно после пандемии коронавируса: люди, оставшиеся без возможности работы в офлайн режиме во время локдауна, после отмены ограничений не захотели возвращаться обратно в офисы. В настоящее время фриланс имеет множество преимуществ как для самих сотрудников, так и для компаний, нуждающихся в работниках. Новые трудовые отношения способствуют: (1) значительному уменьшению транзакционных издержек (на аренду офисных помещений, подбор персонала, транспортные расходы работников); (2) внедрению гибкой организации труда и адаптивного штата; (3) росту производительности труда (за счет устранения потерь рабочего времени); (4) качественному обслуживанию заказчиков (круглосуточно, без оплаты сверхурочных).

Можно отметить следующие преимущества, которые дает работнику занятость в цифровой экономике: уменьшение временных и финансовых затрат на физическое перемещение; возможность работы в домашней обстановке; оптимизация распределения времени между работой и досугом; новые возможности для участия в жизни общества; возможность продолжать работу в период, когда нужно ухаживать за ребенком или близкими, тем самым сохраняя навыки и квалификацию; гибкий график труда с учетом индивидуальных биоритмов человека и динамики продуктивности его труда в течение дня.

Уже сейчас наблюдается изменение в тенденциях, касающихся образования. Теперь нужно не «образование на всю жизнь», а «образование через всю жизнь». Постоянная переквалификация и самообразование – гарантии успеха на рынке труда. В связи с этим увеличился перечень требований работодателя к работнику. Центральными являются так называемые «soft skills», включающие в себя любознательность, стрессоустойчивость, креативность, готовность работать в команде, открытость к конструктивному диалогу и т.д. Еще одним аспектом, интересующим работодателя, является коэффициент EI (Emotional Intelligence). Он иллюстрирует способность человека распознавать свои эмоции и эмоции других людей, а также управлять своими эмоциями в целях решения практических задач. В связи с повсе-

местным замещением людей роботами работодатели заинтересованы именно в творческих качествах, не присущих искусственному интеллекту. Однако не исключается важность базовых навыков, к примеру, грамотность, навыки пользования ПК, умение анализировать информацию и вычленять главное.

Рассмотрим прогнозируемые негативные последствия цифровизации экономики. В связи с повсеместным внедрением ИКТ ожидается массовая потеря людьми работы. В докладе Всемирного экономического форума The Future of Jobs 2018 отмечено, что человеческая доля работы, выраженной в человеко-часах, снизится с 71 % в 2018 г. до 48 % к 2025 г. [2]. Данная тенденция была объяснена тем, что там, где работников можно заменить роботами с соответствующими функциями, в последнее время активно происходит сокращение персонала. К тому же, на сегодняшний день, согласно предъявляемым требованиям, 6 из 10 человек не отвечают своим профессиональным качествам в полном объеме. Созданы так называемые умные производства, характерной чертой которых является интенсивное и всеобъемлющее использование сетевых информационных технологий и киберфизических систем на всех этапах производства продукции и ее поставки.

Уже сейчас можно спрогнозировать, какие профессии пропадут с рынка труда, а какие обретут еще большую популярность. В список исчезающих профессий можно включить все те, что легко могут выполняться с помощью ИКТ. Среди них – бухгалтеры, аудиторы, банковские работники, кассиры, работники почтовой службы, продавцы в магазинах, работники службы доставки и т.д.

Наиболее востребованными будут специальности, связанные с IT-сферой. Предположительно – это специалисты по искусственному интеллекту и машинному обучению, аналитики данных, разработчики программного обеспечения и приложений, профессионалы в области информационной безопасности, специалисты по маркетингу, инженеры по робототехнике и т.д. В Республике Беларусь доля населения, работающего в сфере услуг по специальностям, связанным с информацией и связью, стремительно растет с каждым годом. За последние десять лет данный показатель увеличился в два раза, а именно, с 1,7% от общей занятости населения в 2010 году до 3,4 % – в 2021 году [3].

Также, по нашему мнению, востребованными останутся профессии, в которых проявляются и используются именно «человеческие» навыки и качества. Сюда следует отнести учителей и преподавателей, работников по обслуживанию клиентов, людей, связанных с культурной сферой, специалистов по организационному развитию, а также менеджеров по инновациям.

Таким образом, цифровизация представляет собой неизбежный процесс, который в наше время, уже набирая обороты, все больше влияет на различные сферы общества. Чтобы достойно войти и соответствовать последним тенденциям цифровой экономики, необходимо развивать навыки в более востребованных на данный момент профессиях. Ведь процесс развития и трансформации экономики в условиях технологической революции происходит активно и стремительно, поэтому, чтобы не потеряться на новом рынке труда, нужно оперативно подстраиваться под его изменения.

Список использованной литературы

1 Свобода по выбору: настоящее и будущее фриланса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/60c8e3139a79472ba64fde35>. – Дата доступа: 10.02.2023.

2 The Future of Jobs Report 2018 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.weforum.org/reports/reader-the-future-of-jobs-report-2018>. – Access date: 10.02.2023.

3 Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 10.02.2023.

А. Г. БАТУРА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ВАРИАНТЫ МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Рецессионные явления в мировой экономике обуславливаются разнообразными причинами, и одной из таковых в последнее время были процессы, связанные с пандемией. Изучение особенностей макроэкономической политики в этот период является актуальным, поскольку послужит основой не только для оценки ее эффективности, но и выработке перспективных мер по преодолению будущих внешних и внутренних экономических шоков. Рассмотрим особенности денежно-кредитной политики в данный период на примере зарубежных стран.

В зарубежных странах реализовывалась мягкая денежно-кредитная политика, направленная на поддержание достаточного уровня стабильности в денежной и финансовой сфере, активизации денежных потоков предприятий и домохозяйств, стимулирование деловой активности. Масштабы мер по поддержке экономики в развитых странах в 2020 году, например, достигли 14 % ВВП [1]. Это предполагало снижение резервных требований и ключевых ставок (минимальный процент, под который Центробанк выдает краткосрочные кредиты коммерческим банкам), увеличение объемов выкупа государственных и корпоративных ценных бумаг, принимались программы по стимулированию деятельности малого и среднего бизнеса, использовались также не стандартные инструменты.

Практически все центральные банки либерализовали предоставление кредитов и ликвидность экономике, приняв дальнейшие меры по расширению возможностей банков для кредитования - были ослаблены нормативы по достаточности капитала и ликвидности. Значительно были снижены базовые процентные ставки. Начиная с июля 2019 года ключевая ставка имела тенденцию к снижению с 3 % до 0,25 % в течение двух лет – до января 2022 года, что вызвало увеличение объемов капиталовложений и повысило деловую активность, стимулировало потребительский спрос и занятость. В дальнейшем проявляется тренд ее роста – до 4,5 % в декабре 2022 [2].

В Великобритании ключевая ставка снижалась также до 0,1 % (более чем на 50 базисных пунктов). В Евросоюзе был увеличен объем кредитов Европейского центрального банка для предоставления кредитов фирмам и домохозяйствам более чем на 1 триллион евро (лимит рефинансирования поднялся до 50 % соответствующих стандартам кредитов), а ставка рефинансирования зафиксирована на уровне 0,25 % [3].

В США была принята программа выкупа коммерческих бумаг, при реализации которой ФРС выкупала краткосрочный корпоративный долг у компаний эмитентов, который был как обеспечен, так и не обеспечен располагаемыми активами. Аналогичные меры, по выкупу региональных, корпоративных, государственных ценных бумаг, ипотечных облигаций были приняты в Канаде, Великобритании, странах Евросоюза, Японии, Израиле, Австралии. Например, Европейский Центральный Банк предусматривал выкуп государственных и корпоративных облигаций на сумму 750 млрд. евро. Показательно, например, что Банк Кореи выкупал ценные бумаги даже у тех компаний, которые не классифицировались как безрисковые.

Создан инвестиционный фонд открытого типа для поддержки ликвидности, предоставляющий финансовым институтам кредиты, обеспеченные высококачественными активами. ФРС снизила нормативы обязательных резервов с 10 % предшествующих до 0 %.

Создавались условия для малого и среднего бизнеса. Так, в Великобритании была принята программа срочного финансирования этого сектора за счет резервов Банка Англии сроком на четыре года по процентным ставкам на уровне ключевой ставки.

Банк Японии принял программу кредитования под 0% для предприятий, пострадавших от вируса. В Израиле предоставление кредитов банкам сроком на 3 года с фиксированной процентной ставкой 0,1 % для кредитования малого бизнеса и микропредприятий. В США также предоставлялись ссуды под 0 % годовых.

На антикризисные меры с начала пандемии американские власти потратили от шести до девяти триллионов долларов, что осуществлялось частично за счет дополнительной эмиссии, что обострило риск инфляционных процессов. В результате значительно возросла денежная масса, что привело к росту инфляционных процессов. Например, в США уровень инфляции с 2019 по 2021 гг. увеличился с 2,1 % до 5,4 %, а в начале 2022 до 7,9 %, что стало максимумом за последние 40 лет. Базовый индекс потребительских цен, прибавил 3,8 % по сравнению с предыдущим годом. В Великобритании инфляция увеличилась до 4,3 % [4]. В Евросоюзе – более, чем на 4 %.

Более консервативной была денежно-кредитная политика в КНР. Специфичность принятых мер была обусловлена тем, что Народный банк Китая категорировал рецессионные явления в этот период как шок предложения, и в этой связи мягкая денежно-кредитная политика имела бы ограниченную эффективность. Существенного снижения ключевых ставок и расширения процесса выкупа ценных бумаг не наблюдалось. В результате снижение ключевой ставки по кредитам составило лишь 0,1 % при заимствованиях на 1 год, а для более длительных сроков – на 0,05 %. Снижение нормы обязательных резервов осуществлялось на 50–100 базисных пункта, что дало возможность для освобождения 550 млрд. юаней направить на поддержку пострадавшего населения.

В России коммерческие банки реализовывали программы по выдаче кредитов предприятиям для оплаты труда сотрудникам под 0 % годовых. Для малых и средних субъектов бизнеса предоставлялись кредиты в размере 12130 российских рублей. Ключевая ставка была снижена до 4,25 %. Были реструктуризированы и пролонгированы кредиты для корпоративных заемщиков. А для банков, предоставляющих кредиты малому бизнесу, были снижены регуляторные требования. Снижены нормативы достаточности капитала коммерческих банков.

Таким образом, меры мягкой монетарной политики, сочетавшей целевую поддержку населению и бизнесу, при падении национальных объемов производства во время пандемии, во многом способствовали восстановительным тенденциям, наращиванию инвестиционных процессов и восстановлению жизненного уровня населения. Однако, как следствие, это вызвало нарастание инфляционных процессов.

Список использованной литературы

- 1 Круглый стол «Политика центральных банков в странах с формирующимся рынком в постпандемический период» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/today/about/research/krugli-stol_ – Дата доступа: 22.01.2023.
- 2 Ключевая ставка ФРС США: график и таблица (anytools.pro) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://anytools.pro/ru/data/frs>. – Дата доступа: 12.12.2022.
- 3 Обзор мер денежно-кредитной политики, применяемых странами в период пандемии коронавируса: Центр макроэкономических исследований НИФИ Минфина России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nifi.ru/images/FILES/COVID-19/overviewCOVID_MCP_21.04.2020.pdf. – Дата доступа: 12.12.2022.
- 4 Тотальная инфляция: чем ответят мировые центральные банки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.raexpert.ru/researches/total_inflation_2021/. – Дата доступа: 12.12.2022.

А. Л. ГУЗОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. Е. А. Западнюк,

канд. экон. наук, доц.

АНТИКРИЗИСНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Каждое государство стремится создать свою модель антикризисного регулирования, которая способна своевременно выявлять предпосылки кризиса и формировать меры и мето-

ды по преодолению кризисной ситуации, учитывая при этом все факторы и последствия таких мероприятий. Иными словами, идеальная модель антикризисного регулирования определяет оптимальное решение проблем любого кризиса, который может возникнуть в будущем.

Вместе с тем довольно сложно сформировать идеальную модель антикризисного регулирования, так как для этого необходимо учесть абсолютно все возможные факторы и показатели. Любая созданная модель не будет совершенной, так как она будет основываться лишь на опыте человечества, но в будущем могут возникнуть такие факторы, которые не встречались в истории человечества или не влияли на экономику в прошлом.

Рассмотрим кризисы XXI века, наиболее яркими примерами являются следующие кризисы, которые имели мировой характер, влияющий на экономику всех стран:

- Финансовый кризис в США 2007-2008 годов;
 - Мировой кризис 2020 года, возникший вследствие вспышки коронавирусной инфекции.
- Основные меры антикризисной политики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные меры антикризисной политики

Кризисный период	Основные меры по преодолению кризиса
Финансовый кризис в США 2007–2008 годов	– Снижение ставки процента; – выкуп ценных бумаг; – выкуп ипотечных облигаций и казначейских обязательств; – предоставление кредитов коммерческим банкам, инвестиционным фондам, малому бизнесу; – инвестирование; – предоставление дополнительного капитала банкам; – налоговые послабления.
Мировой кризис во время пандемии	– Снижение налоговых ставок; – предоставление субсидий; – оказание поддержки отдельным отраслям; – поддержка частных инвестиционных программ; – увеличение объемов налоговых льгот; – выделение дополнительных трансфертов населению.

Примечание: источник: [1, с. 27 – 34; 2, с. 29 - 30].

Для преодоления финансового кризиса 2008 года ФРС комбинировала мероприятия денежно-кредитной и фискальной политики, что позволило сократить негативные последствия кризиса.

В 2020 году во время пандемии наиболее часто использовались инструменты дискреционной фискальной политики. Недискреционная политика оказалась не так эффективна, поэтому были применены другие инструменты фискальной политики, которые называются квазиавтоматическими фискальными стабилизаторами. На сегодняшний день опыт использования квазиавтоматических стабилизаторов есть только в США и некоторых странах ЕС. К таким инструментам можно отнести:

- краткосрочные схемы занятости;
- временные налоговые отсрочки и налоговые кредиты;
- продолжительность выплат пособий по безработице в зависимости от уровня безработицы [2, с. 23].

Влияние мирового финансово-экономического кризиса Беларусь ощутила с запозданием в последнем квартале 2008 года по каналам внешней торговли. Также негативное влияние на развитие ВВП оказало сокращение дотаций, предоставляемых Россией. Список основных антикризисных мероприятий по преодолению экономического кризиса 2008 года представлен в таблице 2. Как показала практика, некоторые меры оказались неэффективными, но уже в 2010 году стал наблюдаться прирост реального ВВП.

Таблица 2 – Основные меры антикризисной политики Республики Беларусь

Экономический кризис 2008 года	Кризис во время пандемии 2020 года
Повышение ставки рефинансирования; – снижение нормы обязательных резервов; – увеличение собственного капитала банков; – ограничения по валютным операциям; – девальвация национальной валюты и привязка к корзине валют; – ограничение предельной надбавки по импорту; – упразднение государственной монополии на некоторые виды экспортных поставок; – упрощение экспортных сделок и отмена экспортных пошлин; – снижение некоторых налогов; – изменение биржевого законодательства.	Предоставление налоговых и арендных каникул; – упрощение кредитования и осуществления внешнеторговых сделок; – снижение имущественных налогов; – предоставление отсрочек и рассрочек по уплате налогов; – облегчение условий финансирования; – предоставление государственным организациям рассрочки по перечислению дивидендов в бюджет; – включение масок и дезинфицирующих средств в список социально значимых товаров; – осуществление доплат до минимальной заработной платы; – отсутствие закрытых границ и введения всеобщего карантина; – осуществление зарубежных авиарейсов.

Примечание: источник: [3, с. 2; 4, с. 15 - 23].

К кризису 2020 года Республика Беларусь, как и другие страны, не была готова. Уже в начале года Беларусь ощутила нехватку масок и дезинфицирующих средств, ухудшилась финансовая устойчивость предприятий: за 8 месяцев 2020 г. выручка сократилась на 6,8 %, чистая прибыль – на 80,1 %, увеличилась доля убыточных предприятий [4, с. 9]. Несмотря на это, Республика Беларусь смогла быстро адаптироваться и предпринять антикризисные меры, представленные в таблице 2. Антикризисная политика предполагала использование инструментов дискреционной и недискреционной фискальной политики. Эти меры помогли экономике выстоять, усовершенствовать сферу IT, здравоохранение, укрепить позиции фармацевтического бизнеса и устойчивость предприятий в целом.

Список использованной литературы

- 1 Алексашенко, С. А. Опыт других стран: есть чему поучиться / С. А. Алексашенко // Экономическая политика. – 2011. – № 1. – С. 25 – 53.
- 2 Багаутдинова, И. В. Дискреционная и недискреционная фискальная политика: опыт применения в условиях пандемического экономического кризиса / И. В. Багаутдинова // Белорусский экономический журнал. – 2021. – № 2. – С. 27 – 35.
- 3 Лузгин, А. Н. Влияние мирового финансового кризиса на денежный рынок Республики Беларусь. / А. Н. Лузгин // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2010. – № 1. – С. 1 – 3.
- 4 SATIO Влияние пандемии COVID-19 на экономические и социальные процессы в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/17386.pdf>. – Дата доступа: 06.02.2023.

А. С. КАРАЧЕНКО

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **М. А. Цветкова**

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ДОХОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Актуальным вопросом экономики Республики Беларусь остается совершенствование бюджетно-налоговой политики, одной из целей которой является увеличение доходной части

государственного бюджета. Так как рост доходов государственного бюджета осуществлялся медленными темпами, финансирование расходов государства ограничено. Складывающаяся экономическая ситуация и высокий уровень долговой нагрузки на бюджет требуют сохранения жесткой бюджетно-налоговой политики. По итогам 9 месяцев 2021 г. доходы государственного бюджета составили 33 161,2 млн. руб., их увеличение по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. составило 20,1 % в номинальном, 4,1 % – в реальном выражении. Для анализа показателей бюджетной политики выбран период 9 месяцев 2021 г. и такой же период 2020 г. в целях сопоставимости данных, что обусловлено тем, что отчет об исполнении бюджета обычно утверждается летом следующего за отчетным года. Проведенный анализ доходной части консолидированного бюджета показал, что, как и в прошлые годы, основная доля доходов бюджета сформирована за счет налоговых поступлений (88,3 % в 2021 г., 85,8 % – в 2020 г.) [1]. Именно поэтому увеличения доходного потенциала государственного бюджета Республики Беларусь можно добиться с помощью:

1 Усовершенствование налоговой политики государства. Это один из основных путей увеличения доходов государственного бюджета Республики Беларусь, так как существует сильная зависимость доходов бюджета страны от ее налоговой системы. Налоговая политика должна быть направлена на решение практических вопросов налогообложения и улучшение налогового администрирования. Уменьшение числа должников бюджета с помощью штрафов и конфискации имущества.

2 Увеличения доходного потенциала государственного бюджета Республики Беларусь можно добиться с помощью реструктуризации доходов и расходов бюджета. В реструктуризацию входят оптимальное сочетание прямых и косвенных налогов, налогов и неналоговых доходов, а также обеспечение сбалансированности доходов республиканского и местного бюджетов. Государство должно проводить тщательный анализ доходов, чтобы выявить наиболее слабые и сильные стороны. Это позволит несколько уменьшить расходы, которые возникают в результате распределения, использования и перераспределения денежных средств, находящихся у государства. Кроме того, данный метод может способствовать уменьшению налоговой нагрузки населения [1].

3 Легализация заработной платы, в которой нет места выплаты заработной платы «на руки», т.е. неофициально. Это связано с тем, что в Республике Беларусь существует практика выплачивать заработную плату «в конвертах», то есть неофициально, без выплаты налогов. Так, пытаясь «минимизировать» налоговую базу, работодатели официально выплачивают работникам только минимально допустимую заработную плату, а оставшуюся, как правило, большую ее часть – согласно устной договоренности. Таким образом, они пытаются снизить издержки на оплату труда. В том случае, если при проверке будет установлена такая заработная плата, то с работодателей, выплативших (выдавших) доходы физическим лицам без отражения в отчетности, взыскиваются налоги, сборы и другие обязательные платежи в бюджет, а также дополнительно начисляются пени за несвоевременную их уплату. За уклонение от уплаты налогов предусмотрена административная, а также уголовная ответственность [2].

4 Увеличение государственного имущества и доходов от сдачи его в потребление. На 2023 год неналоговые доходы (к которым относятся доходы от использования государственного имущества) предположительно составят 3 735,3 млн. руб. или 11,2 % всех доходов государственного бюджета Республики Беларусь в 2023 году [3]. Для увеличения неналоговых доходов следует увеличить количество и виды собственности государства. Сдавая в аренду государственное имущество, вырученные денежные средства напрямую поступают в бюджет страны, благодаря чему данный метод играет значительную роль в формировании доходов.

5 Поддержка инновационных проектов и инвестиции в них. В Республике Беларусь происходит активная поддержка инновационных проектов, так как данная деятельность является приоритетной. Поэтому реализация инвестиций в инновационные проекты является путем увеличения доходов бюджета. Инвестиции в инновации – это разработка новых товаров, материалов, технологий на производстве, новые идеи и стратегии управления производством и т.д. Реализация проектов с целью привлечения дополнительных средств в бюджет, содействие созданию новых рабочих мест, в том числе лицам, оставшимся без работы и прошедшим переквалификацию. Все это поможет расширить и улучшить товар и услуги производителей, что в будущем будет приносить нам дополнительный доход в бюджет.

6 Возможность внедрение современных методов бюджетного планирования и прогнозирования позволит увеличить доходы государственного бюджета Республики Беларусь. К таким методам относятся: экономический анализ, программно-целевой, а также бюджетирование, ориентированное на результат с перехода к многовариантному составлению проекта бюджета. Данные методы будут способствовать более полному представлению бюджета страны, что позволит Правительству Республики Беларусь рационально распределить имеющиеся ресурсы.

Таким образом, увеличение доходов бюджета должно происходить в большей степени за счет усовершенствования налоговой политики, увеличения неналоговых доходов за счет собственности государства, инноваций, которые будут улучшать производство в стране, а следовательно, и доходы с его реализации (в том числе и доходы в бюджет), проведение реструктуризации в доходах и бюджетах страны, внедрение новых систем планирования бюджета. Одним из способов формального увеличения доходов бюджета является повышенная инфляция, из-за чего платежеспособность средств в государственном бюджете уменьшается, так что при расчете доходов бюджета надо учитывать и этот фактор. В 2023 году произошли изменения в налоговом законодательстве, которые влияют на многие аспекты жизни предприятий и предпринимателей, в том числе и отмена некоторых налоговых льгот, что может положительно отразиться на доходах государственного бюджета Республики Беларусь.

Список использованной литературы

1 Леонова, Е. И. Бюджетная политика Республики Беларусь в современных условиях: особенности и тенденции / Е. И. Леонова, Л. С. Тарасова, М. А. Цветкова // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. – Сер. 5: Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія. – 2022. – Т. 12. – № 2. – С. 22-33.

2 Заработная плата «в конвертах» – серьезные нарушения в деятельности индивидуального предпринимателя [Электронный ресурс] / Администрация Фрунзенского района города Минска – Режим доступа: <https://fr.gov.by/services/zarplata-v-konvertakh/>. – Дата доступа: 07.02.2023.

3 Бюджет Республики Беларусь для граждан на 2023 год [Электронный ресурс] / Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/upload/bp/budget/budget2023.pdf>. – Дата доступа: 08.02.2023.

Е. С. МЕЖЕННАЯ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. М. Баранов,**

канд. экон. наук, доц.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь, как и во многих странах, экономика шеринг-потребления в *сфере пассажирских перевозок* развивается наиболее быстрыми темпами и в текущий момент находится на этапе роста, который в целом обусловлен внедрением новых технологий и появлением новых компаний. В числе одних из первых компаний, появившихся в 2015 г. на белорусском рынке, была компания Uber, затем в 2016 г. в Беларуси появилось Яндекс.Такси. В середине 2018 г. они объединились посредством технологической платформы для водителей на основе «Яндекс.Таксометр», но при этом сохранили свои бренды. В настоящее время данный сервисом можно воспользоваться не только в столице и в областных центрах Беларуси, но также и в некоторых районных городах (Лиде, Барановичах, Речице, Бобруйске, Жодино, Борисове) (3). Международная компания из Эстонии Bolt, представляющая собой платформу, подразумевающую не только услуги такси, а также аренду электросамокатов и доставку еды, начала работу в Беларуси в декабре 2020 г., однако в конце февраля 2022 г. заявила о прекращении работы на белорусском рынке [1].

Рынок каршеринга в Беларуси пока не настолько популярен, только зарождается в г.Минск и почти не развит в областных городах (исключение составляет только г.Гомель, в котором с марта 2020 г. услуги такого рода представлены компанией Anytime). В столице представлены четыре каршеринговые компании по оказанию услуг краткосрочной аренды авто без водителя с возможностью свободной парковки такие как Hello, West Group, Anytime, Везуха клуб.

Юридически взаимодействия между клиентом и оператором каршеринга регулируются Договором присоединения и Пользовательским соглашением. При помощи устройств, установленных в авто, определяется не только геолокация, но и определенные режимы управления автотранспортом, контролируется соблюдение установленной скорости и т.д [2].

На рынке пассажирских услуг также присутствуют сервисы так называемого карпулинга – podvezi.by, BlaBlaCar.ru, gosar.by, Carpool.by, которые позволяют найти попутчиков или водителей не только для путешествий по Беларуси или выездов за рубеж, но и ежедневных совместных поездок.

Сервис такого рода достаточно популярен во многих странах мира, основным принципом которого является то, что он не направлен на получение выгоды, и таким образом деньги, полученные от пассажиров только лишь покрывают стоимость поездки, при этом не превышая ее.

С 2019 г. в Минске действуют компании по предоставлению услуг байкшеринга [3]. В данном сегменте работает компания Kolobike (которая в данный момент работает также в Гомеле), предоставляющая велосипеды по бесстояночному принципу, и государственная компания Velosmart. Одними из преимуществ таких сервисов являются предоставление прав аренды велосипедов без необходимости оформления договоров в бумажном виде, возможность удаленного бронирования и предоставление уведомления о возможных неисправностях и поломках, а также отсутствие централизованных парковок для транспорта.

В Республике Беларусь также представлен так называемый кикшеринг – шеринг электро-самокатов, электровелосипедов, и электромопедов (Ямото Самокато, Eleven, Kolobike) [3].

Сервисы av.by и kufar.by являются лидерами по продаже бывших в употреблении и/или ненужных вещей. В соответствии с законодательством Республики Беларусь физические лица имеют право продавать личные вещи другим лицам, но в таком случае реализация товаров не должна подразумевать предпринимательскую деятельность.

Развитие рынка вторичного использования вещей в ближайшей перспективе может оказать достаточное влияние на торговую сферу и вынудить как мировые компании, так и представителей белорусского ритейла внедрять компоненты экономики совместного потребления в их деятельность.

Эффективным способом предотвращения образования большого объема пищевых отходов является фудшеринг. В Республике Беларусь данное направление совместного потребления развивается пока только лишь через социальные сети.

В области шеринга жилья, жители Беларуси активно пользуются такими известными международными платформами, как Airbnb, Tripadvisor, CouchSurfing и др., а в области аренды офисного пространства все больше развивается коворкинг, который представляет собой определенное пространство, в котором необходимое место для осуществления рабочей деятельности человек может взять в аренду на нужный ему период – это может быть один день, месяц или даже год. Первыми такие площадки появились в столице Беларуси в 2012 г. и на сегодняшний день их насчитывается около двадцати. Рынок недвижимости предлагает отдельные места для осуществления рабочей деятельности, а также целые конференц-залы, площадь которых варьируется от 30 до 3000 квадратных метров, а стоимость аренды может существенно различаться (от бесплатных вариантов до премиум-сегмента). Располагаются такие объекты также и в областных центрах, они могут быть организованы как в офисном (таких большинство), так и в не совсем стандартном формате (к примеру, рабочие участки для парикмахеров, швей, так называемые бьюти-коворкинги и пр.). В отдельном сегменте представлены коворкинги, которые создаются коммерческими банками для целей своих бизнес-клиентов.

Экономика совместного потребления в области финансов проявляется в виде краудфандинга, который представляет собой форму коллективного сотрудничества физических лиц, добровольно объединяющих свои денежные средства или иные ресурсы посредством интернет-платформы, кото-

рая может быть реализована в виде системы инвестиций, благотворительной или социальной площадки, при этом сбор денежных средств или иных ресурсов не подразумевает получение прибыли инвесторами. Действующее в Республике Беларусь законодательство не дает внятного юридического определения краундфандинга, однако признает его способом инвестирования [4].

Экономика шеринг-потребления также развивается в области P2P-услуг (peer-to-peer, что в переводе означает «равный равному»), которые предоставляются отдельными лицами на определенных онлайн-платформах, создавая при этом возможности для трудоустройства и получения заработка с соблюдением принципов гибкости использования рабочего времени и автономности.

В Республике Беларусь на рынке таких услуг кроме международных, действуют и местные платформы. К примеру, сервис freelancehunt.by направлен на поиск исполнителей в различных областях, а [Mentor.by](https://mentor.by) представляет из себя открытый каталог различных взаимовыгодных предложений, так называемый «рынок знаний» и др.

Эволюция информационно-коммуникационных систем и глобальное внедрение цифровых технологий в экономику содействуют не только развитию удаленного трудоустройства, сегмент которого на рынке труда непрерывно расширяется, но и изменяют традиционную область занятости – многие компании стараются переходить на удаленную работу в случаях, когда присутствие работников в офисе не является обязательным.

Список использованной литературы

- 1 Батова, Н. Экономика совместного потребления: мыльный пузырь или экономика будущего / Н. Батова, И. Точицкая // BERO Green Economy Policy Paper Series. – 2020. – № 12. – С. 15.
- 2 Лымарь, Е. Н. Экономика совместного потребления в современной России / Е. Н. Лымарь // Вестник Челябинского государственного университета. – 2018. – № 12 (422). – С. 67-72.
- 3 Ребязина, В. А. Отношение потребителей к экономике совместного потребления в России / В. А. Ребязина, С. М. Березка, Н. Г. Антонова // Российский журнал менеджмента. – 2020. – № 18 (2). – С. 255-278.
- 4 Тропникова, В. А. Социально-психологические особенности шеринга и их реализация в теории поколений / В. А. Тропникова, М. А. Тропникова // Вестник Омского университета. – 2022. – № 1. – С. 45-52.

Д. А. ОСНАЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ПРИОРИТЕТЫ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Составной частью макроэкономического регулирования государства является денежно-кредитная политика – основа развития и надежного функционирования экономики. В обеспечении устойчивого экономического роста, высокого уровня занятости, стабильности внутренних цен, а также внешнеэкономического баланса она играет определяющую роль. Следовательно, разработка соответственно складывающейся экономической ситуации и эффективной ее реализация будет способствовать макроэкономическому балансу.

Однако взгляды на проблему регулирования денежно-кредитной сферы в течение длительного времени неоднократно менялись. Наличие различных мнений относительно сущности денежно-кредитной политики заключается в ее расширенной трактовке, либо за счет большего выделения целей и задач, участников по ее реализации, точек воздействия центрального банка, либо на основе включения дополнительных элементов, связанных с ней, но не принимающих прямого, непосредственного участия. Определяющим подходом в трактовке данного определения является

ее категорирование Национальным Банком Республики Беларусь как политики государства, воздействующей на количество денег в обращении с целью обеспечения стабильности цен, полной массы занятости населения и роста реального объема производства [1].

Следует отметить, что, проводя денежно-кредитную политику, Центральный банк не оказывает прямого воздействия на состояние реального сектора экономики. Его главная задача – создать объективные предпосылки для формирования сбережений предприятиями и населением, последующей их трансформации в инвестиции посредством обязательного резервирования, изменения ставки рефинансирования и купли-продажи ценных бумаг. Сформулированные цели являются эффективными, если показывают, что проводимая политика соответствует преследуемому конечному результату: на современном этапе стоит задача формирования необходимых для устойчивого роста благосостояния и повышения качества жизни населения. Особое значение на современном этапе является и учет внешних шоков, связанных с санкционным давлением. В 2022 основными направлениями ее реализации были:

- достижение макроэкономической стабильности;
- поддержание прозрачной и комфортной бизнес-среды как основы для расширения возможностей по увеличению доходов белорусских граждан;
- повышение социальных стандартов и уровня защиты населения в финансовой сфере;
- ценовая стабильность, умеренный рост потребительских цен, и как ориентир – поддержание прироста потребительских цен на уровне 6 %. Для этого используется политика контроля за денежной массой: увеличение средней широкой денежной массы на 7–13 % по сравнению с 2021 и рублевой – на 8–13 % [2].

В настоящий момент денежно-кредитная политика Национального банка придерживается режима монетарного таргетирования, который предполагает: установление количественного значения уровня в среднесрочном периоде; использование широкой денежной массы в как ориентира для обозначенного уровня инфляции; прогнозирование изменения ВВП и скорости обращения денег; управление рублевой денежной базой или процентной ставкой однодневного межбанковского рынка; сохранение режиме плавающего валютного курса; открытость информационной политики.

Для определения эффективности реализации денежно-кредитной политики Республики Беларусь необходимо сравнить основные макроэкономические показатели за ближайший период с фактическими показателями прошлого года.

Так, по итогам 2021 г. инфляция в Республике Беларусь составила 9,97 %, почти в два раза превысив целевой уровень. В свою очередь, усиленное санкционное давление привело к инфляционному и девальвационному всплеску ожиданий, необходимости замена традиционных европейских рынков на новые рынки стран «дальней дуги».

В результате годовая базовая инфляция в декабре 2022 г. составила 14 % (20,1 % в июле 2022 г.). Фактическое значение инфляции –12,8%, что в два раза превышает основную цель в 6 %. В 2022 году росла средняя широкая денежная масса с 6,6 % в 2021 г. до 8,3 %. Рублевая денежная база за первое полугодие 2022 г. увеличилась на 3,7 % [3]. Такая динамика денежного предложения оказывала сдерживающее влияние на интенсивность инфляционных процессов, что обусловило рост ставки рефинансирования с 1 марта 2022 г. с 9,25 до 12 % годовых. Как результат, в результате гибкости денежно-кредитной политики сформировались позитивные ее следствия: ограничивались инфляционные процессы в той мере, в которой обеспечивался компромисс между поддержкой экономики и ростом цен; обеспечена стабильная работа финансовых рынков и платежной системы страны.

Однако наблюдались и проблемы: недостаточно проработана методика формирования спроса и предложения денег; неполный учет особенностей финансового рынка в целом; неэффективное определение главных задач процентной ставки; некачественное использование резервов золотовалютного рынка и другие.

Перспективные направления минимизации создавшихся проблем состоят в следующем:

- реализация внедрения Международных стандартов финансовой отчетности не только в банковской системе, но и в экономике в целом;

- проведение политики ужесточения бюджетных ограничений для предприятий всех отраслей;
- внести ясность в вопрос об автономии Национального банка Республики Беларусь;
- более четко определить институциональную взаимосвязь между налогово-бюджетными и денежно-кредитными операциями и другие.

Однако наиболее важным для дальнейшего развития и совершенствования функционирования денежно-кредитной политики посредством стабилизации денежного обращения будет переход к режиму инфляционного таргетирования. Это будет способствовать повышению качества прогнозов инфляции, что сформирует новых стимулов для всех субъектов хозяйствования.

Поэтому введение таргетирования инфляции кроме, облегчения поддержки стабильной и низкой инфляции, может повлиять и на кредитно-финансовую систему, создавая предпосылки для роста её масштаба и её эффективности.

Список использованной литературы

1 Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – 2021. – Дата доступа: 09.01.2023.

2 Основные направления денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2022 год: Указ Президента Респуб. Беларусь от 9 дек. 2021 г., № 482 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/>. – 2021. – Дата доступа: 11.01.2023.

3 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 12.01.2023.

Д. В. ПЕКУРИНА

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **И. Н. Новикова**

НЕОБХОДИМОСТЬ И МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мировой опыт показывает, что научные исследования всегда были объектом пристального внимания государства и частного бизнеса. Стремление усовершенствовать предметы реализуется через внедрение результатов научных исследований в различных областях деятельности человека, инноваций.

По мнению В. В. Быковского «Новация (лат. novation – изменение, обновление) представляет собой какое-то новшество, которого не было раньше: новое явление, открытие, изобретение, новый метод удовлетворения общественных потребностей и т.п.» [1, с. 7]. Понятие инновационной деятельности следует рассматривать как с позиции научных организаций, так и с позиции заказчика. Инновационная деятельность включает в себя непосредственно научные исследования, разработку и внедрение сложных механизмов их финансирования, а также технические и организационные мероприятия по апробации и внедрению результатов в практическую деятельность. В итоге все научные разработки напрямую или опосредованно должны привести к получению положительного экономического эффекта, что определяется сущностью инвестиций в них.

Поддержка инновационной деятельности обеспечивает создание условий, благоприятных для проведения научных исследований, ускоренное развитие отраслей экономики и субъектов предпринимательской деятельности для достижения целей устойчивого развития. Таким образом, в проведении научных исследований и реализации инноваций заинтересованы не только бизнес, но и государство, которое, в свою очередь, активно стимулирует развитие данной деятельности.

Методами стимулирования инновационной деятельности в научной литературе выделяют правовые, организационные, экономические, информационные, находящиеся в тесной связи друг с другом [3].

Разработка нормативно-правовых документов в сфере научной деятельности и внедрения инноваций относятся к правовым методам стимулирования инновационной деятельности. Научно-техническую и инновационную деятельность регламентируют ряд законов, указов и постановлений, систематизированных на официальном сайте Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь [3]. Также разработано и утверждено ряд программ поддержки и развития научной и инновационной деятельности. Так, Указом Президента Республики Беларусь от 15 сентября 2021 г. № 348 утверждена Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы [4].

Организация участия субъектов инновационной деятельности в различных мероприятиях, которые позволяют привлечь инвесторов, обменяться опытом, реализовать разработки относится к организационным методам стимулирования инновационной деятельности. Как правило, это различные международные выставки, ярмарки, форумы, конференции, семинары. К группе организационных методов также следует отнести и централизованную систему организации продаж. К данной группе методов следует отнести электронные торговые площадки, где на конкурсной основе проводятся государственные закупки наукоемких товаров, работ, услуг. Также одним из элементов комплексной системы стимулирования инновационной деятельности в Республике Беларусь является организация и проведение с 2010 года Белорусским инновационным фондом Республиканского конкурса инновационных проектов, что позволяет привлекать предпринимателей и молодежь.

Экономическая поддержка субъектов инновационной деятельности осуществляется как с использованием прямых, так и косвенных методов. Глобально источники финансирования инновационной деятельности в Беларуси подразделяются на две группы: государственные ресурсы и частный капитал (средства субъектов предпринимательской деятельности, общественных объединений, населения, иностранные инвестиции).

В странах мира применяются меры государственной поддержки инновационной деятельности на основе выделения финансовых ресурсов. Она включает выделение денежных средств из бюджета и специально созданных фондов путем прямого финансирования в форме субсидий и грантов; выделения на льготных условиях кредитов, передачи имущества и земельных участков в аренду и др. Государство инициирует финансирование инновационных проектов за счет средств республиканского или местных бюджетов.

Венчурное финансирование активно используется в мировой практике. В Республике Беларусь такой способ только набирает популярность. Он используется в деятельности Белорусского инновационного фонда, который в рамках венчурного финансирования за счет средств республиканского бюджета осуществляет вклады в уставный капитал либо приобретает акции инновационной организации. Ваучеры, не предполагающие возврата средств, выделяются физическим лицам и индивидуальным предпринимателям.

Таким образом, направления научных исследований во многом зависят от источника и объема финансирования, от результата, который ожидает заказчик. Каждый из участников этого процесса несет определенные риски и извлекает свою выгоду.

Список использованной литературы

- 1 Быковский, В.В. Организация и финансирование инноваций: учеб. пособие / В.В. Быковский [и др.]. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 116 с.
- 2 Давыдова, А.А. Малое предпринимательство: сущность и функции / А.А. Давыдова, А.А. Конева // Стратегии бизнеса. – 2020. – Т. 8. – № 12. – С. 330–336.
- 3 Официальный сайт Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gknt.gov.by/>. – Дата доступа: 31.01.2022.
- 4 О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы: Указ Президента Респуб. Беларусь от 15 сент. 2021 г., № 348 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/ukaz-no-348-ot-15-sentyabrya-2021-g>. – Дата доступа: 09.02.2023.

А. П. СЕРЕБРО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

РЫНОК ТРУДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Проблема безработицы, пожалуй, является одной из наиболее актуальных проблем многих стран мира, и наша страна – не исключение. Такое явление, как безработица демонстрирует, что общественные ресурсы используются неэффективно, а некоторая часть населения получает крайне низкие доходы. Также следует добавить, что безработица оказывает влияние на показатель ВВП, уровень жизни населения, уровень миграции рабочей силы и т.д. В каждой стране существует определенный уровень безработного населения, если же говорить о Республике Беларусь, то для нашего государства характерен довольно низкий уровень безработицы – 3,4 % на конец 2022 года. Такое низкое значение данного показателя может свидетельствовать о высокой эффективности политики занятости, проводимой правительством Беларуси.

Однако необходимо отметить и негативные тенденции белорусского рынка труда. Речь идет о санкциях, введенных в отношении нашей страны. Основными являются запрет экспорта в ЕС и другие страны белорусских товаров, прежде всего нефтепродуктов и калийных удобрений, шин, лесоматериалов, черных металлов, цементной продукции. Под санкции попали многие белорусские предприятия из разных отраслей экономики, такие как «Беларуськалий», «Нафтан», «Белгаможсервис», ОАО «Минский завод колесных тягачей», ОАО «Интеграл», ОАО «Белшина», ОАО «Гродно Азот» и многие другие. Санкционному давлению подверглись банки Республики Беларусь: Банк развития, Банк Дабрабыт, БелВЭБ, Беларусбанк, Белинвестбанк и Белагропромбанк [1].

Таблица 1 – Доля занятого населения на градообразующих подсанкционных предприятиях [2]

Район	Число занятых (тыс. чел.)	Число занятых на подсанкцион- ных предприятиях (тыс. чел.)	Доля в занято- сти (%)
Солигорск	68 137	16 527 («Беларуськалий»)	24
Жодино	54 589	10 614 («БЕЛАЗ»)	19
Полоцк (Новополоцк)	90 014	9 873 («Нафтан») 3 452 («Стекловолокно»)	15
Бобруйск	92 356	8 239 («Белшина»)	9
Мозырь	56 992	4 956 («НПЗ»)	9

Очевидно, что все вышеперечисленные ограничения и запреты негативно отразятся на экономике Беларуси, в частности, на ситуации, формирующейся на рынке труда. В первую очередь пострадает население моногородов, так как уровень их благосостояния во многом зависит от эффективности работы градообразующих предприятий, которые, к сожалению, находятся под санкциями. К числу таких городов относятся Новополоцк, Жодино, Мозырь, Солигорск и Бобруйск.

Как показывают данные таблицы 1, на градообразующих подсанкционных предприятиях нашей страны трудоустроено довольно большое количество людей, а именно 53 661 человек. Значительная доля занятых приходится на Солигорский район (16 527 человек), далее следует крупнейшее предприятие «БЕЛАЗ» (10 614 человек), Полоцкое нефтеперерабатывающее предприятие «Нафтан» (9 873 человек), производитель автомобильных шин «Белшина» (8 239 человек) и «Мозырьский НПЗ» (4 956 человек). Действие санкций на таких предприятиях могут спровоцировать увеличение уровня безработицы и снижения размера заработной платы. Вследствии сокращения доходов сотрудников данных предприятий пострадает и местная экономика, в частности, местные бюджеты и социальная сфера, что может превратить некогда предприятия-гиганты в очаги социально-экономической напряженности [2].

Санкции также заделали малый и средний бизнес, что проявляется в нехватке материалов и ресурсов для производства, что приведет к снижению объемов выпуска продукции, следовательно, уменьшится прибыль. Совокупность всех этих факторов станет причиной для сокращения сотрудников, что опять же пагубно скажется на занятости и породит безработицу. А в критических ситуациях многим предприятиям и фирмам вообще грозит банкротство.

Трудности с занятостью возникли и в других областях. Так, количество вакансий сократилось на 24,6 %. Под ударом оказались работники следующих сфер: банки, инвестиции, лизинг (27,6 %); туризм, гостиницы, рестораны (21,6 %); производство (16,4 %); информационные технологии (12,4 %); рабочий персонал (8,5 %).

Вместе с тем работодатели продолжают размещать вакансии, наиболее популярные – это вакансии в области продаж (16 %) и транспорт и логистика (14 %). Прослеживается даже некий парадокс: после сокращения количества вакансий уровень безработицы не возрос, а наоборот, сократился. Данный феномен можно объяснить реструктуризацией рынка труда, что достигается благодаря гибкой государственной политике занятости [3].

Для смягчения и урегулирования сложившейся ситуации, вызванной действием санкционных ограничений, Правительством Республики Беларусь были разработаны меры поддержки экономики и населения: поддержка экспорта, выстраивание новых логистических цепочек, стимулирование импортозамещения, устойчивость рынка труда и социальная защита населения. Ключевыми мерами в сфере занятости стали установление равновесия на рынке труда и сглаживание санкционного влияния на население [4].

Резюмируя все выше сказанное, можно сделать следующий вывод, ввиду жесткого санкционного давления сфера занятости нашего государства претерпевает некоторые негативные тенденции. Однако благодаря грамотной и эффективной политике занятости белорусский рынок труда не был дестабилизирован. Правительством Республики Беларусь принимается ряд мер для улучшения создавшейся ситуации, также действует Государственная программа «Рынок труда и содействие занятости», разработанная на 2021-2025 гг. Таким образом, ведение эффективной политики занятости и может стать гарантом низкого уровня безработицы, стабилизации производства и улучшения качества жизни населения.

Список использованной литературы

- 1 Санкции в отношении Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belarus.ahk.de.by>. – Дата доступа: 01.02.2023.
- 2 Как санкции влияют на регионы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newbelarus.vision>. – Дата доступа: 01.02.2023.
- 3 Как изменился рынок труда в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ares.by>. – Дата доступа: 01.02.2023.
- 4 Меры поддержки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by>. – Дата доступа: 01.02.2023.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ И ПРОЕКТАМИ

А. Р. АБУЛЯЕВ

(г. Уфа, Уфимский университет науки и технологий)

Науч. рук. **Н. С. Ишмухаметов,**

канд. экон. наук, доц.

МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность данной темы состоит в том, что одна из главных задач управления в условиях кризиса – мотивировать сотрудника на исполнение работы, опираясь на изменяющиеся потребности. Лучшее достижение результата здесь возникает тогда, когда поощрение приносит удовлетворение, то есть оказывается в достаточном размере. Можно сказать, что основным проводником в механизме обеспечения мотивации является удовлетворенность результатами своей работы, позволяющая работнику достигнуть в будущем максимально хорошего результата. По результатам ознакомления с работами многих экспертов в этой области, пришли к выводу, что прежде чем узнать потребности подчиненных и какие инструменты мотивации следует применять для их вознаграждения, нужно понять людей, которыми ты руководишь.

Мотивация – это психологическое управление человеком, нацеленное на исполнение поставленных перед ним задач. Будучи мотивированной какими-либо наградами и поощрениями, человеческая деятельность становится качественней в исполнении [1, с. 31].

В современной практике мотивацию часто исследуют в попытках объяснить целенаправленное поведение людей: почему мы действуем определенным образом и почему выбираем разные способы действий, особенно когда в ряде ситуаций имеется несколько вариантов поведения. Существуют конкретные психологические механизмы, логически связанные между собой и объясняющие, почему люди ведут себя именно так. И они также помогают предсказать, что произойдет, если условия будут меняться.

На данный момент времени обращают особое внимание на проблемы мотиваций, с помощью которых любая организация, особенно в условиях кризиса, может стимулировать подчиненных выполнять работу намного лучше для осуществления производственного деяния, соответствующего с задуманным заранее планом.

В целях эффективного использования методов мотивации, нужно представлять сущность механизмов мотивации, знать желания человека, потребности, возможности и ожидания. Основное в мотивации это потребности людей и их удовлетворение. Потребность выступает как внутренний источник развития личности человека и его работоспособности как сотрудника [2, с. 116]. Более высокое место в мотивации занимает интерес – известная человеку потребность, подталкивающая человека на понимание, актуализацию и достижение поставленных целей. Опираясь на такие ценности, человек делает выбор, что делать и насколько эффективно.

Немаловажное место в мотивации имеет цель – заранее спланированный результат деятельности. Правильно выбранная и понятная цель мобилизует работника на достижение результата. Ожидание – еще один сильный мотивирующий элемент, когда работник ждет не только материального вознаграждения за выполненную им работу. Когда человек ожидает большего, сила побудительного мотива возрастает. Но на самом первом месте всё-таки стоит мотив [1, с. 125].

В кризисных условиях мотивационные подходы должны быть переосмыслены руководством компании. Примерами актуальных методов модернизации здесь могут служить следующие:

- каждый сотрудник самостоятельно анализирует и пишет план своего развития: психологический фактор таков, что в большинстве кризисных ситуаций сотрудники ожидают прямого делегирования и указаний от руководителя, не задумываясь о том, что они могут принести в реализацию и развитие компании;

- использование методов «мозгового штурма» для стимулирования изменений и последующего управления ими: на примерах многих крупных компаний можно сделать вывод, что

особенность этих компаний – сознательно удерживаемое состояние организационной незавершенности и постоянное стремление к развитию и изменениям;

- еженедельное поощрение сотрудников как промежуточное подведение итогов: использование системы «доска итогов» или измерения результативности визуально помогает сотрудникам понимать, как они достигают результата и движутся к цели;

- пиринговая оценка сотрудниками для улучшения командной работы: позволяет проверять и оценивать работу друг друга. Сотрудники становятся внимательнее друг к другу, улучшается социальный климат в команде, ее психологический настрой и, как следствие, результативность;

- предоставление сотрудникам возможности выбирать для себя поощрение: когда существует множество видов контроля и учета результата, возможно использовать не только поощрение в виде денег, предусмотренное руководством, но и создавать «внутреннюю валюту» компании. В успешных некоторых современных компаниях сотрудники используют «коины», которые могут обменивать на какой-либо выбранный приз, предусмотренный заранее. Такая система добавляет игровой элемент в рабочие будни коллектива и, как следствие, формирует более творческую работу команды.

- периодические беседы руководителя с подчиненными: демотивация и увольнение сотрудников не всегда происходит обоснованно для персонала, однако общение руководителя с персоналом может увеличить причастность сотрудника к работе и стать дополнительным фактором мотивации для него. Как отмечают эксперты, «сотрудникам важно знать, что их ценят, ими дорожат, их голос имеет значение для развития компании» [3];

- открытость компании: открыто говорить о поощрениях, о запретах и неформальных традициях компании как элементе корпоративной культуры. В кризисных условиях рекомендуется «повысить открытость управленческих процессов, сообщив сотрудникам, что планируется сделать для снижения негативных последствий кризиса» [3];

- стимулирование инвестиций в человеческий капитал: это могут быть инвестиции сотрудников в укрепление своего здоровья, повышение квалификации внутри и за пределами компании. Со стороны менеджмента компании это могут быть, например, мотивационные механизмы повышения трудовой мобильности сотрудников и поощрение талантливых сотрудников с целью формирования креативного капитала компании для успешного преодоления кризиса. Вместе с тем, руководство объективно не может замыкаться лишь на действующем персонале, и поэтому должно корректным образом анализировать рынок труда и проводить собеседования на перспективу, устанавливая связи для потенциальных работников компании. Здесь можно привести в пример менеджмент хоккея, который строится на грамотном распределении ресурсов и потенциала команды с нацеленностью главным образом на то, чтобы генеральные менеджеры команд вели проектную работу, результатом которой становится формирование лучшей команды, приносящей высокие результаты и победы клубу.

Список использованной литературы

1 Базаров, Т. Ю. Психология управления персоналом: учеб. и практикум для вузов / Т. Ю. Базаров. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 381 с.

2 Генкин, Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика): моногр. / Б. М. Генкин. – 2-е изд., испр. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2020. – 352 с.

3 Как управлять персоналом в сложное время [Электронный ресурс] // Планово-экономический отдел. – 2020. – № 8. – Режим доступа: <https://www.profiz.ru>. – Дата доступа: 10.02.23.

В. А. АЛЕЙНИКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. В. Орлова**

К НЕКОТОРЫМ ВОПРОСАМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Разработка четкой стратегии развития организации является важнейшим средством достижения главной цели ее деятельности, поэтому необходимость разработки стратегии развития в

современных экономических условиях являются одним из ключевых аспектов организации управления деятельностью любой организации. На сегодняшний день наличие стратегии развития – это основополагающий стержень в управлении организацией, который должен обеспечивать ее устойчивое экономическое развитие, повышение конкурентоспособности производимой продукции и обеспечение роста конкурентной позиции на рынке [1, с. 24].

С учетом стратегических ориентиров функционирования ООО «Стеклозавод «Ведатранзит» одним из направлений развития, поддерживающим стратегию роста, является модернизация отдельных производственных участков.

Рассмотрим для ООО «Стеклозавод «Ведатранзит» возможность повышения уровня автоматизации на участке подачи сырья и приготовления шихты для варки стекла в цехе № 1. Решение данной задачи возможно путем внедрения компьютерной системы управления производством, которая позволила бы:

- автоматизировать часть производственного цикла за счет автоматического компьютерного управления отдельными этапами процесса;
- обеспечить электронное управление производственным процессом с учетом технических показателей, находящихся в производстве сырья и материалов.

Для ООО «Стеклозавод Ведатранзит» предлагается:

- провести модернизацию используемого оборудования путем установки автоматических дозаторов на участке подачи сырья и приготовления шихты;
- установить компьютерную систему слежения за технологическим циклом, работающую с использованием современных автоматических датчиков, в ванной для приготовления шихты.

В общей сложности ООО «Стеклозавод «Ведатранзит» потратит на модернизацию процесса, которая позволит заметно автоматизировать производственный цикл, 121,70 тыс. руб. У ООО «Стеклозавод «Ведатранзит», согласно данным бухгалтерской отчетности, достаточно собственных средств для осуществления таких инвестиционных затрат. Приобретение дозаторов планируется у компании ЗАО «ДанЛен» (интернет-сайт: <http://www.danlen.ru/contacts.htm>). Все необходимые датчики можно приобрести у ООО «Антех» (интернет-сайт: <http://www.antex.by/contacts.html>). Разработкой программного обеспечения для отслеживания технологического цикла может заняться компания ИВА-Гомель (интернет-сайт: <http://www.gomel.iba.by/ru/contacts/>).

За счет проведенной модернизации и повышения степени автоматизации процесса получения шихты ООО «Стеклозавод Ведатранзит» сможет:

- снизить расходы на содержание персонала;
- снизить зависимость результатов производственного цикла от человеческого фактора и ошибок, повысить точность проводимых химических реакций;
- обеспечить автоматическое управление производственным процессом и отдельными технологическими этапами производства.

Еще одним направлением стратегического развития для ООО «Стеклозавод «Ведатранзит» является развитие товарной политики. Поэтому в целях совершенствования товарной политики для ООО «Стеклозавод «Ведатранзит» можно предложить развитие производства бутылок за счет организации производства уникальных молочных бутылок. Только один из четырех основных конкурентов на сегодняшний день реализует молоко в стеклянной таре. При этом тенденции здорового образа жизни и сохранения окружающей среды постоянно сдвигают выбор потребителей в сторону стеклянной тары как инертной и полностью перерабатываемой. Кроме того, необходимо отметить обострившуюся на внутреннем рынке проблему с поставками и собственным производством упаковки типа TetraPak. В сущности, можно утверждать, что на сегодняшний день рыночная ниша для производства стеклянной тары для молочной продукции является и перспективной и остается пока не занятой в полном объеме.

Поэтому для того, чтобы быть одним из первых на отечественном рынке производителем, для ООО «Стеклозавод «Ведатранзит» предлагается организовать производство уникальной стеклянной бутылки для розлива молока и кефира в стеклянную тару.

Стеклянная упаковка для продуктов питания, товаров химической промышленности, фармацевтики и других сфер производства является оптимальным и самым надежным вариантом хранения и транспортировки.

Одним из главных преимуществ стекла является его нейтральный и абсолютно безвредный для здоровья человека состав. В такой посуде можно хранить любые продукты питания, не опасаясь за их качество и сохранность. Стекло не выделяет никаких веществ, оно не имеет своего запаха, который может передаться продукции. Стеклянные бутылки 0,5 литра часто используются для хранения молочных продуктов, для которых так важны микробиологические показатели внутренней поверхности тары.

К другим преимуществам стеклянной тары также следует отнести:

- ее презентабельный внешний вид;
- возможность вторичного использования или переработки;
- устойчивость к влиянию внешней среды, что позволяет хранить в стекле продукты в любых условиях;
- минимальные размеры брака при создании подобной упаковки, так как весь бой можно пустить на переработку.

Внедрение такого вида упаковки позволит предприятию углубить ассортиментный ряд по уже производимой продукции и увеличить объемы продаж за счет выпуска на рынок современной и удобной упаковки.

Таким образом, для ООО «Стеклозавод «Ведатранзит» в целях реализации стратегии роста предприятия предлагается реализация мероприятий, направленных на модернизацию производственного цикла путем наращивания автоматизации технологической цепочки в цехе № 1 на участки приготовления шихты, что позволит предприятию повысить уровень технологичности производства и снизить текущие затраты на производство продукции; а также – на организацию производства уникальной стеклянной бутылки для молочной продукции, что с учетом потенциала роста рынка данной упаковки в Республике Беларусь несет в себе резерв увеличения объемов производства и реализации продукции для предприятия.

Список использованной литературы

1 Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент. Сущность и содержание: учеб. и практ. для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов; под редакцией В. С. Абрамова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – В 2 ч. – Ч. 1. – 270 с.

А. А. АНДРЕЕВА

(г. Уфа, Уфимский университет науки и технологий)

Науч. рук. **Н. С. Ишмухаметов,**

канд. экон. наук, доц.

ОБ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМАХ РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРОИЗВОДСТВ

В современной экономике серьезные дискуссии среди ученых и экспертов вызывают вопросы государственной поддержки высокотехнологичных производств, содержательного наполнения таких понятий, как «высокие технологии», «инновационная» и «высокотехнологичная» продукция, а также проблема определения тех научных областей, которые требуют концентрации основных интеллектуальных усилий и финансовых ресурсов.

Экономическая ситуация в России, которая обусловлена мировыми экономическими и политическими тенденциями, побуждает к развитию инновационной активности хозяйствующих субъектов и наращиванию объемов финансирования инновационных разработок. Ежегодно Всемирная организация интеллектуальной собственности публикует рейтинг стран по глобальному инновационному индексу. На основании данных, приведенных в отчете по итогам 2022 года [1], заметны позитивные изменения в сфере развития технологий и экономики знаний. Положительная динамика в этой сфере может и должна давать хороший ре-

зультат в долгосрочной перспективе, если предоставлять возможность развиваться таким областям, которые напрямую связаны с разработкой инновационной продукции. Государство оказывает поддержку и выделяет средства для развития наукоемкого производства, содействует в создании особых экономических зон, где становится возможной активная инновационная деятельность. В процессе осуществления такой деятельности становится необходимым важным элементом – воспроизводство высококвалифицированных кадров. Новые технологии дают положительный эффект для всего общества, а эти технологии создает человек в определенном благоприятном для него социальном климате и в высокопродуктивной рабочей обстановке. Поэтому, по нашему мнению, неотъемлемым для поддержания процессов инноваций и высоких технологий становится вложение ресурсов в развитие как профессиональных навыков сотрудников (так называемые *hard skills*), так и надпрофессиональных, гибких навыков (*soft skills*).

Изменения в окружающей среде, кризисы способствуют совершенствованию технологий существующих производств и созданию индустрий нового типа. Так, многие страны входят в период постпандемии после вынужденных локдаунов с определенными потерями и новыми видами риска, но нельзя сказать, что они несут только негативный характер, так как именно изменения в мировой цепочке поставок, остановка целых производств и периоды социальной изоляции дали повод для развития инновационных технологических разработок или их новой конфигурации.

Формулировка понятия высокотехнологичной продукции обсуждается учеными исходя из той области исследований, в которой они изучают это явление. В целом высокотехнологичный продукт предполагает совершенно новую разработку, которая возникла благодаря сумме творческого мышления и желания создать продукт, кардинально отличающийся по своим свойствам, по сравнению с имеющимися на рынке. В мировой практике принято делить высокотехнологичные отрасли на 4 категории, которые включают в себя ранжирование отраслей по количеству образуемых долей, затраченных на производство высокотехнологичной продукции [2].

Не каждое предприятие способно выпускать высокотехнологичную продукцию, что может быть связано с несоответствием предприятия определенным критериям. Критерии, которые необходимы для успешного развития предприятия в области высоких технологий и инноваций предполагают специальные требования: необходимо оценить имеющийся объем продукции в стоимостном выражении, спланировать и организовать производственную деятельность и её финансовую составляющую, а также организацию НИОКР. Если обратить внимание на статистику, то можно увидеть, что предприятия малого бизнеса неохотно связывают свою деятельность с инновациями и новыми технологиями, это заметно по уменьшению их доли на 2%.

Ведущие отрасли последних лет представлены в национальном рейтинге топ-10 быстрорастущих высокотехнологичных компаний Российской Федерации [3], который приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Рейтинг «ТехУспех», раздел «Инновации»

Место	Компания	Отрасль	Выручка за 2021 год, млрд. рос. руб.*
1	2	3	4
1	ООО «НПП Прима»	Электроника и приборостроение	3,784
2	ООО «Т8»	Электротехника и микроэлектроника	3,316
3	АО «Инфотекс»	Информационные технологии	4,732
4	ГК ULNANOTECH	Биотехнологии, материалы и химия, энергетика	н/д
5	ООО «НПО СтарЛайн»	Информационные технологии, электроника и приборостроение	8,861
6	ГК ЦРТ	Искусственный интеллект, машинное обучение	2,798
7	ООО «НТЦ Протей»	Радиоэлектронная промышленность	2,812

Окончание таблицы 1

1	2	3	4
8	ПАО «ПНППК»	Электроника и приборостроение	5,610
9	АО «Радио и микро-электроника»	Производство и промышленность	2,894
10	АО ГК «Новомет»	Машиностроение, нефтегазовое оборудование, промышленное оборудование	14,929

Примечание: * информация по показателям выручки компаний взята из открытых источников [3].

В таблице 1 приведены данные по крупным компаниям, выручка которых свыше 2 млрд. рос. руб. В этом рейтинге отдельно выделены средние (выручка от 800 млн. рос. руб. до 2 млрд. рос. руб.) и малые компании (выручка до 800 млн. рос. руб.).

Увеличение вклада в финансирование сектора высоких технологий и инноваций позволяет стране выйти на новый уровень развития экономической системы, достигая повышения эффективности всей экономики. Для развития конкуренции в этом секторе становится необходимым обеспечение достаточного вклада в развитие человеческих ресурсов. Производство высокотехнологичной продукции довольно специфично: многие новые продукты и разработки могут не достичь стадии воплощения в жизнь, в том числе потому, что лишь часть стартапов находит своего инвестора на рынке. Говоря об опыте прямого или косвенного участия государства в этих процессах, можно отметить, что сегодня имеются в известной степени противоречивые результаты развития проектов, разрабатываемых институтами развития, в частности Фондом «Сколково» и АО «Роснано», которыми оказывалась поддержка стартапов в области технологических предприятий. Россия стремилась активно содействовать высокотехнологичным отраслям, но, по всей видимости, огромное влияние оказывает текущий уровень развития отраслей инновационного сектора страны, где наблюдается весомое отставание России от ведущих стран.

Список использованной литературы

1 Глобальный инновационный индекс 2022 года [Электронный ресурс] / Всемирная организация интеллектуальной собственности. – Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/ru/2022/. – Дата доступа: 20.01.23.

2 Шарафутдинова, Л. Р. Сущность высокотехнологичного предприятия и современные подходы к определению / Л. Р. Шарафутдинова // Экономические науки. – 2021. – № 196. – С. 207-213.

3 Национальный рейтинг российских быстрорастущих технологических компаний [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ratingtechup.ru/rate/?BY=INNOVATION>. – Дата доступа: 20.01.23.

А. М. ВОЛОХОВИЧ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **К. Н. Соболев**,

канд. экон. наук

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях глобализации экономического пространства, значительных институциональных преобразований, нарастания неопределенности во внешней среде все большую актуальность приобретает проблема обеспечения экономической безопасности социально-экономических систем различных уровней (государство, регион, отрасль, организация).

Традиционно экономическую безопасность как экономическое явление рассматривают с позиций макро- и микроэкономики. На макроуровне она подразумевает защиту государства

посредством обеспечения продовольственной, финансовой, политической, экологической, информационной, технологической, энергетической, общественной и иных видов безопасности. Микроуровень экономической безопасности – это постоянный циклический процесс реализации функциональных составляющих экономической безопасности с целью предотвращения возможного ущерба и достижения максимального уровня ее обеспечения.

Экономическая безопасность для отдельной страны является основополагающим фактором стабильного и устойчивого развития общества и национальной экономики. Исходя из содержания концепции экономической безопасности государства вытекает необходимость в первоначальном обеспечении экономической безопасности предприятия как структурного элемента экономической системы страны.

Экономическая безопасность предприятия – это обеспечение наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения устойчивого функционирования хозяйствующего субъекта в настоящее время и в будущем [1].

К числу важнейших препятствий обеспечения экономической безопасности можно назвать опасности и угрозы. Опасность – это объективно существующая возможность негативного воздействия на общество, личность, государство, бизнес и др., в результате которого вышеупомянутым может быть нанесен ущерб, вред, ухудшающий их состояние. Угроза – наиболее конкретная и непосредственная форма опасности или совокупности условий и факторов, создающих опасность для интересов личности, общества, государства или бизнеса. Таким образом, угрозу можно определить как следующий этап после опасности, а именно это переход от возможности в действительность. Угрозы могут исходить как извне, так и от самого объекта, организации [2].

Факторы экономической безопасности представляют собой комплекс окружающих условий, воздействующих на параметры безопасности. Условно их можно разделить на 2 группы: внешние (макроэкономические, политические, рыночные и др.) и внутренние (сбытовые, информационные, кадровые, производственные, факторы материально-технического обеспечения и др.) [2].

Рассмотрим содержание отдельных ключевых факторов экономической безопасности. Так, внешние факторы касаются внешней среды объекта обеспечения экономической безопасности:

- макроэкономические факторы: стабильность хозяйственного законодательства, уровень инфляции, покупательной способности населения, благосостояние населения, налоговая нагрузка, уровень технологического развития и отраслевая структура экономики, доступность рынков факторов производства и др.;
- рыночные факторы: уровень спроса на рынке, уровень цен на сырьё и готовую продукцию, динамика конкуренции в регионе и отрасли, поведение конкурентов, ёмкость рынка, платежеспособность контрагентов и др.;
- политические факторы: политическая ситуация в стране и регионе, имидж страны на мировой арене, санкционные режимы и др.

К внутренним факторам обеспечения экономической безопасности объекта относят:

- финансовые факторы: структура капитала, обеспеченность собственными и оборотными средствами, уровень рентабельности, структура и ликвидность активов, а также другие финансово-экономические показатели оценки деятельности организации;
- производственные факторы: наличие, состояние и эффективность использования основных и оборотных средств, структура себестоимости и качество продукции;
- кадровые факторы: организационная структура управления, мотивация персонала, параметры оплаты труда, квалификация и структура персонала, а также прочие показатели и критерии качества кадрового состава организации;
- факторы материально-технического обеспечения: уровень диверсифицированности поставок сырья, качество сырья, надежность, ритмичность и интервал поставок;
- инновационно-технологические факторы: НИОКР, наличие инвестиционных ресурсов, уровень инновационной активности предприятия и т.д.;
- сбытовые факторы: ассортимент продукции, ценовая политика, портфель заказов, степень диверсификации потребителей, политика расчетов с потребителями, наличие маркетинговых исследований, рекламного бюджета и др.;

– экологические факторы: экологическая безопасность производства, производимой продукции, осуществление природоохранных мероприятий, внедрение безотходных и новых ресурсосберегающих технологии т.д. [3].

По итогам анализа и оценки указанных выше факторов разрабатывается комплекс мероприятий, направленных на противодействие угрозам и повышение уровня экономической безопасности предприятия, что будет способствовать расширению его адаптационных возможностей к изменениям условий хозяйственной деятельности. Исходя из концепции экономической безопасности организации, можно заключить, что условиями ее обеспечения будут выступать определенные критерии, достижение и обеспечение которых гарантирует стабильность и устойчивость развития предприятия.

Таким образом, обеспечение экономической безопасности организации является стратегическим условием существования бизнеса в условиях высоко конкурентного рынка. Факторы и условия формирования экономической безопасности предприятий можно определить, как параметры, критерии, в рамках которых возможно существование предприятия, а также благодаря которому степень и характер опасностей и угроз может быть нивелирован с меньшими рисками и последствиями для бизнеса.

Список использованной литературы

1 Юрьев, К. И. Экономическая безопасность предприятия: подходы и факторы / К. И. Юрьев // Экономическая наука сегодня. Теория и практика: матер. V Междунар. науч.-практ. конф.; редкол. Н. А. Митрюхина. – Чебоксары: ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова», 2016. – С. 112–113.

2 Внешние и внутренние угрозы экономической безопасности предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newinspire.ru/1/2/25/1066-vneshnie-ivnutrennie-ugrozy-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya.html>. – Дата доступа: 09.02.2023.

3 Классификация угроз экономической безопасности организации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://specialitet.ru/lekcyi/eb/lekcyu_modul_1_vopros_3.pdf. – Дата доступа: 09.02.2023.

Т. Н. ВЫБАЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. А. Казушник**,

канд. экон. наук, доц.

РОЛЬ SMM В ПРОДВИЖЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Использование интернет-маркетинга предоставляет безграничные возможности брендам по охвату целевых аудиторий. Социальные сети в наши дни можно назвать самым современным и универсальным инструментом осуществления маркетинговых коммуникаций. Практически для каждой компании, в том числе – малой, стало возможным выйти в социальных сетях на потребителей именно своей целевой группы, а также поставить рекламную коммуникацию на более высокую ступень. Привлекать клиентов можно по-разному: будь то продвижение в поисковых системах, контекстная реклама или наружная реклама. Эффективная маркетинговая кампания использует все способы взаимодействия с клиентами, в том числе и продвижение в социальных сетях.

SMM (Social Media Marketing) – это использование социальных платформ в качестве каналов для продвижения бренда, увеличения целевой аудитории и повышения продаж. Социальные сети являются основой SMM [1].

Маркетинг в социальных сетях – это самый простой способ охватить большую аудиторию в Интернет.

Обратимся к мировой статистике распространения Интернет. На 15 ноября 2022 г. численность населения мира превысила 8 млрд. человек, а на начало 2023 г. достигла

8,01 млрд. человек. В начале 2023 года мобильными телефонами пользовались в общей сложности 5,44 млрд. человек, что составляет 68 % всего населения мира. Сегодня в мире насчитывается 5,16 млрд. пользователей Интернет, а это означает, что 64,4 % всего населения мира сейчас находятся в сети. Увеличение использования социальных сетей было расширено в 2020 году в связи с фактором COVID-19: почти все крупные платформы сообщили о впечатляющем росте по большинству ключевых показателей.

Если ранжировать платформы по ежемесячным активным пользователям, то последние официальные данные показывают, что Facebook по-прежнему занимает первое место на мировом уровне. YouTube насчитывает более 2 млрд. зарегистрированных пользователей в месяц, платформа ежемесячно привлекает более 2,5 млрд. пользователей. Instagram укрепил свои позиции среди ведущих платформ социальных сетей. Это ставит платформу на ту же ступень, что и стабильный WhatsApp; так, Instagram привлекает 2 млрд. активных пользователей в день. Рекламный охват TikTok вырос на 11 % только за последние три месяца, а цифры предполагают более 100 млн. новых пользователей в период с октября 2022 года по январь 2023 года [2]. В Республике Беларусь самые популярные социальные сети – это Вконтакте, Instagram, Одноклассники и Facebook.

Зачастую брендам проблемно реализовывать SMM на множестве платформ, достаточно обеспечить присутствие на двух-трех. Например, сочетание, включающее Facebook и YouTube, уже может ежемесячно охватить более 9 из 10 пользователей Интернета трудоспособного возраста.

Данные относительно расходов брендов на интернет-коммуникации показывают, что доля цифровых технологий в общих мировых расходах на рекламу увеличилась. Так, доля расходов на интернет-коммуникации в 2019 году составляла 57,4 % маркетинговых бюджетов компаний, в 2022 году – 73,3 %. Самый большой скачок произошел в 2021 году, когда глобальные доходы от цифровой рекламы увеличились на треть по сравнению с расходами в 2020 году.

Мировые расходы на рекламу в социальных сетях выросли более чем вдвое с момента вспышки COVID и достигли 226 миллиардов долларов США в 2022 году. Можно с уверенностью прогнозировать дальнейшее развитие технологий SMM, которые должны быть осваиваемы отечественными субъектами бизнеса.

Список использованной литературы

- 1 Что такое SMM? Руководство пользователю социальных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/social-media-marketing>. – Дата доступа: 12.02.2023.
- 2 Global Digital 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. – Дата доступа: 12.02.2023.

И. С. ГАВРИЛОВЕЦ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ И ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ БЫТОВЫХ ПЛИТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день ситуация на любом рынке характеризуется высокой степенью конкуренции, активной борьбой игроков за долю на рынке, а также постоянным совершенствованием продукции. В этой связи способность продукции, выпускаемой предприятиями, соответствовать требованиям, предъявляемых потребителями и рынком в целом, а также возможность конкурировать с аналогичной продукцией конкурентов – одна из важнейших характеристик продукции предприятий, влияющих на их конкурентоспособность в целом.

Рассматривая деятельность ОАО «Электроаппаратура» – одного из отечественных предприятий, которое специализируется на производстве низковольтной аппаратуры, а также

бытовых плит, нельзя обойти стороной текущую ситуацию на рынке, где функционирует данное предприятие. По данным годовой отчетности ОАО «Электроаппаратура» на долю производства неэлектрической техники (плиты, панели варочные газовые бытовые) в 2021 году приходилось 40,33% выручки от реализации продукции (в 2020 году – 46,39%); на долю производства электрической бытовой техники, кроме холодильников и морозильников (электроплиты, электроплитки, панели электрические встраиваемые) в 2021 году – 22,94% (в 2020 году – 24,05%) [1]. Следовательно, для предприятия основным рынком является рынок бытовых плит, на котором представлены как отечественные, так и зарубежные игроки. Наиболее заметным производителем бытовых плит на территории Республики Беларусь является СП ОАО «Брестгазоаппарат», которое выпускает продукцию торговой марки Gefest. Вторым по величине предприятием-производителем бытовых плит является ОАО «Электроаппаратура», выпускающее свою продукцию под торговой маркой Cezaris. Кроме отечественных предложений на рынке также присутствуют такие компании как Bosch (Германия), Electrolux (Швеция), Indesit (Италия) и другие.

В таблице 1 представлены данные об объемах производства бытовых плит в Республике Беларусь в 2015-2021 годах.

Исходя из данных таблицы 1 видно, что принципиальный спад объемов производства наблюдался в 2020 году, который частично можно объяснить сложной эпидемиологической обстановкой, обусловленной коронавирусной инфекцией (COVID-19). Общий тренд имеет положительную динамику, которая преимущественно обеспечивается восстановлением высоких темпов жилищного строительства в стране и соответствующей государственной политикой.

Таблица 1 – Динамика объема производства бытовых плит и факторов, определяющих его уровень, в Республике Беларусь в 2015-2021 гг. [2, с. 235, 243, 122]

Вид продукции	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение (+;-)
Электроплиты, электроплитки, панели электрические встраиваемые, тыс. шт.	268,5	425,3	375,3	394,0	392,9	360,7	399,1	130,6
Плиты, панели варочные газовые бытовые, тыс. шт.	1009,6	1024,4	1063,8	1079,3	1114,2	982,5	1044,2	34,6
Построено квартир, тыс.	55,5	49,3	43,4	46,9	47,6	49,3	52,4	-3,1
Реальные располагаемые денежные доходы населения, в % к предыдущему году	94,1	93,1	102,8	107,9	106,1	104,7	102,1	x

В частности, в 2017-2021 гг. наблюдается рост числа построенных квартир на 9,0 тыс. шт. (таблица 1), на законодательном уровне определена необходимость производить замену бытовых плит, срок эксплуатации которых составляет более 10 лет. Эти факторы оказывают положительное влияние на формирование спроса на рынке бытовых плит.

Вне зависимости от времени, потребитель хочет получить максимально качественный товар за наименьшую стоимость. Соблюдение данного баланса цены и качества – это основная задача предприятия в кризисных ситуациях, а также на рынке с высоким уровнем конкуренции. В современных условиях прослеживается тенденция замедления роста реальных до-

ходов населения В Республике Беларусь (таблица 1), в связи с чем основным фактором при покупке является цена, то есть потребители готовы жертвовать качеством продукции в угоду более низкой цены. Исходя из текущей ситуации на рынке рождается спрос на продукцию, ориентированную на масс-маркет. Таковым требованиям соответствует продукция отечественных производителей. Кроме того, под действием санкций, кризисных явлений и замедления роста реальных доходов населения, доля зарубежных производителей премиальной бытовой техники значительно уменьшилась, что немного ослабило конкуренцию на рынке. Также одним из факторов, почему продукция торговых марок Gefest и Cezaris дешевле других фирм, – это отсутствие затрат на транспортировку и таможенное оформление продукции.

В сложившихся условиях основным конкурентом ОАО «Электроаппаратура» является СП ОАО «Брестгазоаппарат», доля которого составляет почти 90 %. Согласно данным, размещённым на официальном сайте, предприятие производит 900 тыс. бытовых плит в год [3]. Данный объём производства позволяет практически в полном объёме удовлетворить потребность населения в бытовых плитах. ОАО «Электроаппаратура» производит порядка 30 тысяч единиц бытовых плит в год. Относительно небольшой объём производства продукции в сравнении с лидером рынка можно объяснить тем, что предприятие наладило выпуск бытовых плит в 2006 году, в то время как СП ОАО «Брестгазоаппарат» выпустило первую партию газовых плит в 1951г.

Таким образом, по результатам анализа рыночной ситуации можно сказать, что рынок бытовых плит в Республике Беларусь на данный момент является очень агрессивным. Это осложняет деятельность ОАО «Электроаппаратура». Однако сам по себе рынок бытовых плит является перспективным и стабильным ввиду государственной политики, поэтому предприятию необходимо искать пути повышения продаж и удержания доли на рынке. Одним из таких способов является кооперация с различными домостроительными комбинатами. Строительство жилых многоквартирных домов сопровождается оснащением их различного рода плитами. Застройщики и подрядчики закупают у предприятия большие объёмы плит по льготным ценам, что является примером взаимовыгодного сотрудничества B2B и B2G формата. ОАО «Электроаппаратура» таким образом уже нашло способ продвижения своей продукции на рынок. Кроме того, предприятию целесообразно ориентироваться на реализацию стратегии лидерства по издержкам, при одновременном предложении рынку надёжной, качественной продукции.

Список использованной литературы

- 1 Официальный сайт ОАО «Электроаппаратура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gomelapparat.org/>. – Дата доступа: 10.02.2023.
- 2 Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 10.02.2023.
- 3 Официальный сайт СП ОАО «Брестгазоаппарат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gefest.com/>. – Дата доступа: 10.02.2023.

Р. Л. оглы ГАСАНОВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Кадровая политика – один из важнейших факторов стратегического управления организацией. Именно сотрудники организации составляют основу ее экономической, информационной и других видов безопасности. В связи с этим, кадровая политика организации должна ориентироваться на оперативную оценку кадровых рисков, уделяя при этом особое значение не только профессиональным умениям и навыкам, но и психологической надежности персонала. Поэтому кадровая безопасность сама по себе должна являться объектом управленческого воздействия.

Значимости кадровой безопасности как условия достижения экономической безопасности предприятия уделяют большое внимание А.А. Сергеев, А.В. Юрченко, С.В. Духновский, Е.И. Кузнецова, В.Л. Шульц, Л.П. Гончаренко, А.Д. Рудченко и И.И. Цветкова и др. Кадровую безопасность следует понимать с разных позиций. Речь идет, во-первых, об экономике труда, где основным ресурсом выступают кадры, задающие тон эффективности трудовой работы и устойчивости на рынке труда. Во-вторых, это значимый аспект безопасности, который возникает на фоне вероятных рисков и угроз разного генезиса, имеющих значительное воздействие на социально-экономическое состояние предприятия, руководителей и сотрудников [1, 2]. Отмечая значимость этих особенностей, с уверенностью можно заявлять о необходимости внимания и контроля за каждым направлением, так как между экономикой труда и кадровыми рисками имеется прямая и обратная связь. По своей сути, они взаимозависимы.

Существуют разнообразные признаки классификации рисков кадровой безопасности [3]. Вместе с тем, основными следует считать риски кадровой работы, представленные рисками набора и отбора персонала, рисками адаптации персонала, рисками мотивации, рисками кадрового контроля, информационными рисками. Что касается остальных признаков классификации, то они важны, но носят универсальный характер и могут быть применены абсолютно к любому виду риска. К числу таких признаков можно отнести классификацию кадровых рисков по уровню возникновения (индивидуальные и организационные), по характеру проявления (количественные и качественные), по локализации источника угроз (внутренние и внешние), по степени регулярности возможного проявления (разовые, регулярные, постоянные), по степени чувствительности к рискам (допустимые, приемлемые, недопустимые), по форме ущерба (имущественные и неимущественные), по размеру ущерба (локальные, средние, масштабные, глобальные) и другие признаки.

В любой организации, ориентированной на долгосрочный успех на рынке, необходимо заниматься вопросами обеспечения кадровой безопасности. Для этого первоначально следует оценивать ее фактическое состояние, выявляя те кадровые риски, которые являются одновременно регулярными и (или) постоянными, недопустимыми, средними / масштабными / глобальными. Для оценки состояния кадровой безопасности встречаются подходы, в которых используются методы системного, процессного, причинного, ресурсно-функционального и индикаторного методов.

По нашему мнению, использование индикаторного метода оценки кадровой безопасности является наиболее приемлемым. Суть метода заключается в том, что наряду с поиском самих индикаторов определяются их пороговые значения, отклонение от которых приводит к снижению уровня кадровой безопасности в организации [4]. В таблице 1 приведены отдельные показатели и индикаторы кадровой безопасности и рекомендуемые пороговые значения.

Таблица 1 – Показатели и индикаторы кадровой безопасности

Группа показателей	Индикаторы	Направление оптимизации	Рекомендуемое пороговое значение
1	2	3	4
Показатели наличия кадров	Коэффициент обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, в том числе по категориям персонала, по профессиям и должностям, по образованию	Max	100 %
	Коэффициент соответствия уровня сложности выполняемых работ уровню квалификации работников	Max	100 %
Показатели движения персонала	Коэффициент текучести кадров	Min	Не более 7 %
	Коэффициент закрепляемости персонала	Max	Не менее 95 %

Окончание таблицы 1

1	2	3	4
Показатели инвестиций в персонал	Издержки на обучение в общем объеме издержек на персонал	Max	Не ниже среднего значения за последние 3 года
Показатели мотивации труда	Степень удовлетворённости оплатой труда	Max	100 %
	Степень удовлетворенности трудом	Max	100 %
	Среднемесячная заработная плата (СЗП)	Max	Не ниже СЗП по виду экономической деятельности (ВЭД) в регионе
	Удельный вес расходов на оплату труда в общем объеме затрат на производство и реализацию продукции	Max	Не ниже уровня индикатора по ВЭД в регионе
	Степень лояльности персонала для организации	Max	Устанавливается в организации
Показатели условий труда	Наличие профессиональных заболеваний	Min	Не более 3%
	Уровень автоматизации труда	Max	Не менее 70%
	Удельный вес работников, занятых во вредных и неблагоприятных условиях труда	Min	Устанавливается в организации
Показатели использования рабочего времени	Коэффициент абсентеизма	Min	Устанавливается в организации
Личностные показатели	Доля работников, не имеющих нарушений трудовой дисциплины	Max	100 %
	Уровень социальной напряженности и конфликтности	Min	Устанавливается в организации

Представленный перечень показателей и индикаторов кадровой безопасности не является исчерпывающим. Однако может быть принят за основу при формировании системы обеспечения кадровой безопасности в организации.

Список использованной литературы

- 1 Бусыгина, И.В. Цели и задачи управления персоналом в системе кадровой безопасности предприятия (организации) / И.В. Бусыгина // Ученые записки. – 2013. – №2. – Т. 2. – С. 47.
- 2 Колесниченко, Е.А. Инструментарий преодоления моббинга в системе межличностных отношений в государственных учреждениях / Е.А. Колесниченко, В.В. Смагина, Я.Ю. Радюкова // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2016. – № 2. – С. 261-265.

Д. А. ДЕМЯНЮК, А. В. ЕРМАКОВ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **С. Д. Лещик,**

канд. техн. наук, доц.

ПРОЕКТ И ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ПО РЕМОНТУ И ОБСЛУЖИВАНИЮ ПОДВИЖНОГО СОСТАВА ДЛЯ НУЖД ТУП «СКИДЕЛЬАВТОУСЛУГИ»

Проектирование и ввод в строй новых автотранспортных предприятий, отвечающих всем современным требованиям в части обеспечения высокой экономической эффективности функционирования субъектов хозяйствования при соблюдении требований безопасности и экологического законодательства, позволяет добиться снижения издержек на эксплуатацию, а также снижения себестоимости ремонтов и технических обслуживаний автомобильной техники.

Нередкой является ситуация, когда автотранспортное предприятие не имеет собственной производственно-технической базы по текущему ремонту (ТР) и техническому обслуживанию (ТО) подвижного состава, либо имеющаяся ремонтная база не соответствует потребностям предприятия по структуре, производственной мощности и организации технологического процесса. В первом случае приходится прибегать к услугам сторонних организаций, что при разномарочном составе автопарка может оказаться весьма затратным. Во втором – необходимость организации диагностики, ТО и ТР подвижного состава «на том, что есть», что с экономической точки зрения представляется весьма спорной.

В настоящей работе на примере парка автотранспортной и специальной дорожной техники ТУП «СкидельАвтоУслуги» предложен проект производственно-технической базы по ремонту и обслуживанию подвижного состава, произведена технико-экономическая оценка проекта с учетом перспективного развития предприятия и роста количества подвижного состава на 20 %.

В ТУП «СкидельАвтоУслуги» имеется свыше 80 единиц разномарочной автотранспортной и специальной дорожной техники, включая следующие типы: автокран грузоподъемностью 25 т, автовышка с высотой подъема до 22 м, телескопический погрузчик, фронтальный погрузчик, самосвал грузоподъемностью 10 т, самосвал грузоподъемностью 16 т, самосвал грузоподъемностью 20 т; бортовой грузовой автомобиль, экскаватор, легковой автомобиль, автобус и др. Расчет производственной программы и выбор проектных решений выполнен для четырех технологически совместимых групп, на которые был разделен весь подвижной состав [1]. Кроме этого, дополнительную технологически совместимую группу представила специальная и специализированная дорожная техника и технологические машины. Для этой группы могут реализовываться два варианта обслуживания и ремонта – внутри предприятия и на специализированных организациях.

Технико-экономическую оценку проектных решений производили на примере участка по ремонту топливной аппаратуры. Для этого использовали результаты технологического расчета предприятия и ряд стоимостных и натуральных технико-экономических показателей, а именно: капитальные вложения (общая их сумма, дополнительные или экономия); текущие издержки производства (общая их сумма, экономия, удельная себестоимость измерителя); стоимостная оценка результатов производства; стоимостная оценка совокупных затрат ресурсов; экономический эффект как основной стоимостный обобщающий показатель оценки.

Проведенный анализ работы грузовой техники ТУП «СкидельАвтоУслуги» показал, что около 10 % случаев постановки на ремонт вызвано отказами топливной аппаратуры и системы питания. При этом для автомобилей, оснащенных сложными современными системами впрыска топлива, длительность простоев в ряде случаев превышала нормативные сроки ремонта и восстановления деталей и узлов топливной аппаратуры. Для повышения эффективности топливного участка предложено сформировать фонд подменной топливной аппаратуры. Это увеличивает совокупные затраты по проектируемому подразделению, но позволяет снизить время простоя на ремонте. Как отмечено в работе [2], оборотный фонд запча-

стей и отремонтированных узлов позволит до минимума сократить простои автомобилей, так как потребуется время, только на замену и регулировку приборов топливной системы. Результаты расчетов по участку топливной аппаратуры приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные технико-экономические показатели участка

Наименование показателя	Единица измерения	Обозначение	Величина показателя
Годовой доход	Руб.	Дг	141805,44
Общая стоимость основных производственных фондов	Руб.	К _о	41075,11
Общая сумма издержек	Руб.	С _о	98476,00
Стоимостная оценка совокупных затрат ресурсов по проектируемому отделению	Руб.	Зг	22103,04
Экономический эффект за 1 год	Руб.	Эг	119702,40
Экономический эффект за период, равный среднему сроку службы основных фондов	Руб.	Э _т	882110,54
Численность работников подразделения	Чел	N	5
Фондоотдача	Руб.	Ф _о	2,88
Фондовооруженность	Руб./чел	Ф _в	20537,56
Чистая прибыль	Руб.	Пч	15835,08
Рентабельность	Проценты	P	38,5
Срок окупаемости	Лет	T	2,6

Из представленных данных видно, что с учетом затрат на формирование оборотного фонда запчастей для участка по ремонту топливной аппаратуры, рентабельность работы подразделения составила 38,5 % при норме не менее 20 %, срок окупаемости составил немногим более двух с половиной лет. Таким образом, полученные результаты показали эффективность предлагаемых проектных и организационных решений.

Список использованной литературы

1 ТКП 248-2010 Техническое обслуживание и ремонт автомобильных транспортных средств. Нормы и правила проведения. – Мн.: Министерство транспорта и коммуникаций Респ. Беларусь, 2010. – 42 с.

2 Бурмистров, В. А. Повышение эффективности работы участка топливной аппаратуры сервисного предприятия / В.А. Бурмистров // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. – Т. 11. – № 3. – С. 251-252.

А. С. КРАВЦОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. М. Шоломицкая**

ПУТИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ТУРОВЩИНА»

Маркетинговая деятельность субъектов хозяйствования направлена на реализацию функций маркетинга в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах, на повышение

адаптивности к изменениям маркетинговой среды, на рост клиентского капитала и повышение рыночной стоимости бренда. Особенностью сегодняшнего этапа развития маркетинговой деятельности для ОАО «Туровщина» (Житковичский район), на наш взгляд, является необходимость совершенствования стратегического управления организацией как брендом.

Основным направлением деятельности ОАО «Туровщина» является производство и реализация сельскохозяйственной продукции, консервной продукции, а также оказание услуг туризма, охоты и рыболовства. Ключевым направлением стратегического развития организации выступает «создание условий для наращивания объемов производства сельскохозяйственной продукции, обеспечения перерабатывающих предприятий промышленным сырьем с целью поддержания продовольственной безопасности Республики Беларусь» [1].

Маркетинговая деятельность ОАО «Туровщина» диверсифицирована по следующим направлениям:

а) производственная деятельность. Основные направления производственной деятельности:

1) производство сельскохозяйственной продукции (филиал «Туровский консервный комбинат»);

2) производство консервной продукции (филиал «Туровский консервный комбинат»);

3) оказание услуг в сфере туризма, включая экскурсионные услуги, размещение, организацию питания, организацию охоты и рыбалки, услуги проката и др. (отдел туризма, гостиница «Туров», плавучая гостиница «Полесье», гостиничный комплекс «Струмень», туристический комплекс «Белое», филиал «Лосиный остров»);

б) модели продаж. Организация активно работает в следующих системах (моделях) продаж:

1) «business to business»;

2) «business to consumer»;

3) «business to government»;

в) рынки сбыта. Реализация продукта осуществляется на внутреннем и внешнем рынках;

г) каналы товародвижения. Используются прямой и косвенные каналы.

Рекомендации по дальнейшему развитию маркетинговой деятельности ОАО «Туровщина» приведем в таблице 1.

Таблица 1 – Рекомендации по развитию маркетинговой деятельности ОАО «Туровщина»

Направление развития маркетинговой деятельности	Маркетинговые возможности по направлению
1	2
Совершенствование продуктовой политики	Поиск продукта с высокой маржинальностью и высоким экспортным потенциалом. Повышение синергетического эффекта от производства продукции и оказания туристических услуг. Например, производство продуктов питания с длительным сроком хранения, которые отражали бы кулинарные традиции белорусского Полесья, поддерживали бренд «Туровщина» и пользовались спросом среди иностранных туристов, покупающих вместе с сувенирной продукцией продовольственные «экспортно-туристические» товары.
Совершенствование PR-менеджмента	Повышение системности при формировании и реализации коммуникационной политики организации. Использование многоканальных маркетинговых коммуникаций, управление «точками контакта». Повышение эффективности Интернет-маркетинга организации. Использование метрик эффективности PR-проектов. Целенаправленное развитие бренда ОАО «Туровщина», развитие товарных брендов организации.

Окончание таблицы 1

1	2
Усиление интеграции с научными учреждениями и учреждениями, обеспечивающими получение профессионального образования	Совершенствование технологий производства, повышение качества туристических услуг (в том числе посредством стандартизации услуг). Проведение маркетинга персонала. Реализация инновационных проектов, не требующих существенных капиталовложений. Проведение совместно с учебными заведениями олимпиад по маркетингу для учащихся колледжей и университетов, аккумуляция идей. Позиционирование организации в качестве «центра притяжения».

Специалистами организации ведется работа по изучению спроса на товары и услуги, исследованию конкурентной среды и конъюнктуры рынка, проводится анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности, изучаются возможности повышения технического и технологического уровня производства, возможности повышения рентабельности продаж, уделяется внимание обеспечению экономической безопасности, включая кадровую безопасность. Вместе с тем существует ряд проблем управления, замедляющих использование рыночного потенциала организации: проблемы стратегического управления, развития бренд-менеджмента, маркетинговой проработки товарных брендов, использования инструментов Интернет-маркетинга и др.

Наряду с реализацией планируемых в ОАО «Туровщина» мероприятий по совершенствованию производственно-хозяйственной деятельности, среди которых важнейшие мероприятия по внедрению инновационных технологий в животноводстве, растениеводстве, в производстве консервированной продукции, обеспечение соблюдения технологической дисциплины, расширение перечня услуг в сфере туризма, целесообразно повысить эффективность бизнес-процессов, связанных со стратегическим управлением и маркетинговыми возможностями.

Таким образом, в качестве путей развития маркетинговой деятельности ОАО «Туровщина» видится перспективным поиск новых продуктов, имеющих высокую добавленную стоимость, повышение эффективности коммуникационной политики организации, проведение системной целенаправленной работы по развитию бренда организации, усиление интеграции с учреждениями и организациями сферы профессионального образования и науки.

Список использованной литературы

1 Официальный сайт компании ОАО «Туровщина» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.turovschina.by/be/node/237>. – Дата доступа: 11.02.2023.

А. Д. МАСЛЮКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **М. Д. Ятченко**

РЕЗЕРВЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ: ОЦЕНКА И ВОЗМОЖНОСТИ ВОВЛЕЧЕНИЯ В ПРОИЗВОДСТВО

Предприятие использует средства для приобретения сырья, материалов, топлива, которые используются для изготовления изделий. В процессе производства используются машины, оборудование, инструмент. Если изнашивается техника, то ее ремонт и замена также требуют определенных затрат. Работникам, которые участвуют в производстве продукции, выплачивается заработная плата. В процессе реализации продукции предприятие также затрачивает средства. Если все эти затраты выразить в денежной форме и сложить, то мы получим себестоимость продукции.

С целью определения себестоимости каждого вида продукции калькулируют все расходы на единицу продукции. Калькуляция осуществляется с помощью группировки всех затрат по статьям расходов (статьям калькуляции): сырье и материалы; топливо и энергия на технологические (производственные) нужды; заработная плата основных производственных рабочих; расходы на освоение новых видов продукции и т.д.

К основным источникам резервов снижения себестоимости промышленной продукции относятся: увеличение объема ее производства за счет более полного использования производственной мощности предприятия и сокращение затрат на ее производство, за счет повышения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, электроэнергии, топлива, оборудования, сокращения непроизводительных расходов, производственного брака и т.д.

В качестве резервов по каждой статье расходов устанавливаются сокращения затрат за счет различных организационно-технических мероприятий (покупка новой более прогрессивной техники и технологии производства, улучшение организации труда и др.), что значительно способствует экономии заработной платы, сырья, материалов, энергии.

Дополнительные затраты, связанные с резервами увеличения производства продукции подсчитываются отдельно по каждому его виду. К ним относится зарплата за дополнительный выпуск продукции, расход сырья, материалов, энергии, что включается в прочие переменные расходы, которые изменяются пропорционально объему производства продукции.

На основании данных ОАО «8 Марта» можно отметить, что наибольший удельный вес в структуре себестоимости приходится на материальные затраты и они составляют 40,2 %. Затраты на оплату труда имеют удельный вес 34,2 % и являются вторыми по величине в структуре себестоимости. Отчисления на социальные нужды имеют удельный вес 11,7 % и занимают третье место по величине в структуре себестоимости. На амортизацию основных средств и нематериальных активов, используемых в предпринимательской деятельности, приходится 7,7 % в структуре себестоимости. На прочие затраты приходится 6,2% в структуре себестоимости.

ОАО «8 Марта» поддерживает длительное и тесное сотрудничество с поставщиками сырья и материалов. В ходе сложившихся отношений сложилась система функционирования скидок при заказе большой партии сырья и материалов.

На основании варианта возможности получения такой скидки рассчитаем возможность снижения себестоимости продукции. ОАО «8 Марта» произведет двойной заказ сырья и материалов у одного из основных поставщиков. Благодаря сложившимся отношениям, предприятие может рассчитывать на 15 %-ю скидку. Предположим, что такая скидка будет получена и тем самым сократятся затраты на сырье и материалы.

Произведем соответствующий расчет экономии:

$$СК = 6312 \times 0,15 = 946,8 \text{ тыс. руб.}$$

где СК – сумма скидки на сырье и материалы.

Учитывая получившуюся сумму скидки на сырье и материалы рассчитаем итоговые затраты на приобретение сырья и материалов. Для этого вычтем из первоначальных затрат на сырье и материалы величину полученной скидки:

$$З_{\text{ито}} = 6312 - 946,8 = 5\,365,2 \text{ тыс. руб.}$$

где $Z_{\text{ито}}$ – итоговые затраты на покупку сырья и материалов с учетом полученной скидки.

Рассчитаем фактическую себестоимость продукции с учетом снижения затрат на приобретение сырья и материалов на 15 %. Она будет включать в себя материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизацию основных средств и нематериальных активов и прочие затраты.

$$\text{Себ}_{\text{факт}} = 5365,2 + 5365 + 1833 + 1206 + 972 = 14\,741,2 \text{ тыс. руб.}$$

где $\text{Себ}_{\text{факт}}$ – фактическая себестоимость продукции с учетом снижения затрат на приобретение сырья и материалов.

Исходя из выше рассчитанных данных, рассчитаем сумму снижения себестоимости (экономии):

$$\text{Сниж. себ.} = 15\,688 - 14\,741,2 = 946,8 \text{ руб.}$$

На основании выше полученных данных можно сделать вывод, что себестоимость продукции в целом по предприятию снизилась на 14 741,2 тыс. руб. благодаря полученной скидке на сырье и материалы в размере 15 % от первоначальной их стоимости. Такой факт безусловно является положительной тенденцией для предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что снижение себестоимости продукции за счет снижения затрат на приобретение сырья и материалов на 15 % является положительной тенденцией. Это позволяет снизить себестоимость продукции на 6 %, тем самым повысив рентабельность продукции.

А. П. МИТРАХОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)

Науч. рук. **Е. Н. Карчевская,**

канд. географ. наук, доц.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ И УГРОЗ ГУ «РЕЧИЦКАЯ СДЮШОР № 1» С УЧЁТОМ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, необходимый для оценки внутренних и внешних факторов, которые влияют на развитие организации. Это важный элемент исследований, который необходим при составлении стратегических и маркетинговых планов. Результаты, полученные после проведения SWOT-анализа, выступают основными элементами при определении целей и задач компании.

По результатам ситуационного анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам [1].

Цель анализа – оценка сильных и слабых сторон ГУ «Речицкая СДЮШОР №1», а также выявление возможностей и угроз для развития данного учреждения. ГУ «Речицкая СДЮШОР № 1» – одна из основных организаций, предоставляющих спортивные услуги в городе Речица, в которой культивируются два отделения – баскетбол и велоспорт. Основная цель работы организации – подготовка спортсменов высокого класса [2].

Для проведения SWOT-анализа необходимы данные о сильных и слабых сторонах, а также о возможностях и угрозах организации. Сильные и слабые стороны «Речицкой СДЮШОР №1» представим в таблице 1.

Таблица 1 – Сильные-слабые стороны организации

Сильные стороны	Слабые стороны
Высококвалифицированный тренерский состав	Маркетинговая деятельность плохо развита
Удобное местоположение	Низкие стимулы для молодых специалистов
Большой перечень оказываемых услуг	Недостаточное финансирование спортивной организации
Наиболее низкие цены на спортивные услуги в сравнении с другими спортивными организациями города	Низкая мотивация населения к занятию спортом

В таблице 1 представлены выявленные сильные и слабые стороны ГУ «Речицкая СДЮШОР №1». На их основе определим возможности и угрозы для ГУ «Речицкая СДЮШОР № 1» (таблица 2).

Таблица 2 – Возможности и угрозы для организации

Возможности	Угрозы
Внедрение инновационных технологий	Рост числа конкурентов
Возможность расширять спектр предоставляемых услуг	Снижение финансирования со стороны государства
Привлечение постоянных клиентов	Сокращение рождаемости
Популяризация спорта	Старение тренерского состава

Для полноценного проведения SWOT-анализа необходимо произвести комплексную оценку возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон, а также сформировать несколько стратегий развития. Для этого необходимы данные из таблиц 1, 2. Результаты комплексной оценки для организации ГУ «Речицкая СДЮШОР №1» отразим в таблице 3.

В ходе проведения SWOT-анализа были выделены сильные и слабые стороны ГУ «Речицкой СДЮШОР №1», а затем определены перспективы и угрозы развития организации. После чего были составлены четыре стратегии развития, описанные в таблице 3, такие как: максимизация сильных сторон с помощью возможностей; минимизация слабых сторон, используя возможности организации; минимизация угроз, с помощью сильных сторон; минимизация слабых сторон, избегая угроз.

Таблица 3 – Комплексная оценка возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон

Возможности/угрозы	Сильные стороны	Слабые стороны
<i>Возможности</i>	Высококвалифицированный тренерский состав	Маркетинговая деятельность плохо развита
Внедрение инновационных технологий	Удобное местоположение	Низкие стимулы для молодых специалистов
Возможность расширять спектр предоставляемых услуг	Большой перечень оказываемых услуг	Недостаточное финансирование спортивной организации
Привлечение постоянных клиентов	Наиболее низкие цены на спортивные услуги в сравнении с другими спортивными организациями города	Низкая мотивация населения к занятию спортом
Популяризация спорта	Стратегия развития №1 – привлечение новых клиентов; – применение инновационных технологий; – агитировать людей к занятию спортом	Стратегия развития №2 – привлечение маркетолога к работе в организации; – создание лучших условий для работы в организации; – проведение массовых спортивных мероприятий в городе
<i>Угрозы</i>	Стратегия развития №3 – завоевание большей доли рынка за счет применения инновационных технологий; – применение гибкой системы скидок для многодетных семей; – привлечение выпускников школы к работе в ней	Стратегия развития №4 – внедрение маркетинговой деятельности; – привлечение инвесторов; – проведение бесплатных спортивных мероприятий для популяризации спорта
Рост числа конкурентов		
Снижение финансирования со стороны государства		
Сокращение рождаемости		
Старение тренерского состава		

Список использованной литературы

- 1 Проведение SWOT-анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.net/1409092/finansy/provedenie_swot_analiza. – Дата доступа: 09.02.2023.
- 2 Официальный сайт ГУ «Речицкая СДЮШОР №1» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdushor1rechitsa.schools.by>. – Дата доступа: 09.02.2023.

Т. А. НАЗАРОВА

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **Л. К. Климович,**

канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Современные организации национальной экономики и потребительской кооперации вынуждены адаптироваться к условиям рыночных отношений и конкуренции. Поэтому факторы, определяющие успех на рынке, одновременно являются и факторами выживания организации. Каждый из них связан с деятельностью сотрудников организаций. Критическими факторами успеха в организациях потребительской кооперации, без которых он практически невозможен, являются развитие персонала, инновации; сильные и надежные партнеры (поставщики, альянсы и т.д.); ориентация на потребителя; себестоимость продукции и услуг; быстрота поставок; логистика и ее состояние; уровень квалификации персонала и др.

В условиях трансформации отношений конкурентоспособность и процветание организации зависят не столько от ресурсов, сколько от эффективности их организации и управления, внедрения новых технологий и наличия развитых коммуникаций, от эффективности организационной структуры управления, в рамках которой протекает управленческий процесс. Мир вступил в стадию кардинальных экономических, общественных, военно-политических и иных изменений, характеризующихся высокой интенсивностью и динамичностью. Такой вид имеет современная мировая среда, ее можно охарактеризовать как инновационную и непредсказуемую. Такая среда влияет на все сферы деятельности, в связи с чем встает вопрос об эффективном функционировании экономики, как в целом, так и каждого субъекта хозяйствования [1].

Внешняя среда организации включает такие элементы, как потребители, конкуренты, правительственные учреждения, поставщики, финансовые организации и источники трудовых ресурсов, релевантные по отношению к операциям организации. Общая среда включает склонность к определенному поведению широкой общественности, международную обстановку, состояние технологического развития, экономику, систему занятости, политическую систему, демографические характеристики людей и организаций, социальную структуру общества, законы и т.п.

Внеэкономическая активность бизнес-организаций ведет к тому, что бизнес перестает быть чисто рациональной деятельностью, направленной на получение прибыли, все большее значение для организаций приобретает выбор целей социальных, учитывающих социальные, политические, религиозные, этнические, экологические и другие запросы общества.

Торговля представляет собой одну из важных сфер жизнеобеспечения населения. При ее участии осуществляется рыночное согласование товарного предложения и покупательского спроса. Торговля – это источник поступления текущих денежных средств, а также обеспечение финансовой стабильности государства. Следует отметить, что именно в торговой сфере началось возрождение предпринимательства, формирование свободной хозяйственной инициативы, разгосударствление и приватизация, внедрение новых технологий и развитие конкуренции. Торговля имеет важное значение для развития нашей страны, поэтому государство, несмотря на взятый ориентир становления рыночной экономики, активно регулирует данную сферу. Такой процесс не мог не отразиться на деятельности одной из крупнейших торговых организаций республики – Белорусского республиканского союза потребительских обществ. Потребительская кооперация представляет значительную

часть экономического потенциала Республики Беларусь. Деятельность потребительской кооперации носит социальную направленность, которая выражается в торговом обслуживании жителей малых сельских населенных пунктов через стационарную торговую сеть и автомагазины, а также в организации закупок излишков сельскохозяйственной и дикорастущей продукции у населения.

Развитие потребительской кооперации Витебской области в последние годы требовало принятия незамедлительных мер по совершенствованию организационной структуры, максимальной концентрации материальных и трудовых ресурсов. По поручению Правления Белкоопсоюза и во исполнение решения Витебского областного исполнительного комитета в 2019 году создано Витебское областное потребительское общество (далее – облпотребобщество). Его структурными подразделениями являются 7 филиалов и 7 унитарных предприятий. Виды деятельности – розничная торговля, общественное питание, заготовительная и производственная деятельность.

Основной отраслью облпотребобщества является торговля. На 01.01.2022 г. розничная торговая сеть представлена 661 магазином, что составляет 8,9 % от общего числа магазинов в Витебской области (7 428 магазинов). Кроме того, жителей малочисленных сельских населенных пунктов, не имеющих стационарной сети, обслуживает 113 автомагазинов. Розничный товарооборот облпотребобщества за 2021 год составил 209,9 млн. руб. или 3,5 % розничного товарооборота Витебской области в целом [2].

В отрасли общественного питания облпотребобщества функционирует 116 предприятий, 11 магазинов фирменной торговли. Это составляет 6,8 % от общего количества объектов общественного питания Витебской области. На автомобильных дорогах области функционирует 9 объектов придорожного сервиса общественного питания, оказывающих комплекс услуг участникам дорожного движения. Объем товарооборота общественного питания облпотребобщества в 2021 году составил 14,4 млн. руб. или 5,4 % товарооборота общественного питания Витебской области в целом [2]. В настоящее время в сельской местности Витебской области количество торговых объектов конкурирующих структур в 2 раза превышает количество объектов потребительской кооперации (1 406 и 720), количество автомагазинов – в 1,3 раза (153 и 116).

Все вышеизложенные факты свидетельствуют, что организации облпотребобщества осуществляют свою деятельность в условиях высокой конкуренции не только в городах и крупных населенных пунктах, но и в сельской местности – основной зоне деятельности кооперации, в условиях снижения численности сельского населения. Усложнение организационного окружения, его изменчивость, увеличивающаяся от воздействия постоянно возрастающего количества непредсказуемых факторов, создает дополнительные проблемы для организаций. Среда, являясь внешним фактором организаций, выступает как сила, не зависящая от воли членов организации и возможностей ее механизмов. Поэтому усиление вихреобразного характера среды несет в себе опасность разрушения организаций.

Список использованной литературы

- 1 Климович, Л. К. Оценка социально-экономического развития сферы услуг в условиях цифровизации экономики / Л. К. Климович // Потребительская кооперация. – 2022. – № 2. – С. 26-30.
- 2 Статистический ежегодник Витебской области 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vitebsk.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 10.02.2023.

Т. В. ПЛАШКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Глухова**

РАЗВИТИЕ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ» НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Как для производителя, так и для любого посредника сейчас важна современная грамотно спроектированная технология канала продвижения товара к конечному потребителю, которая сни-

жает издержки, расширяет возможности в оказании дополнительных услуг и в конечном итоге повышает финансовый результат, что позволяет выигрывать в конкурентной борьбе за потребителя.

Развитие товаропроводящей сети за рубежом – важная задача для каждого отечественного производителя. В условиях усиления конкуренции на внешних рынках данное мероприятие становится одним из основных элементов наращивания экспортного потенциала Беларуси.

В процессе работы над созданием и управлением товаропроводящими, агентскими и дистрибьюторскими сетями возникает множество вопросов, касающихся выбора субъектов предпринимательской деятельности в качестве субъекта товаропроводящей сети, схемы реализации товаров за рубежом, формирования реестра собственных субъектов товаропроводящей сети, нюансов налогообложения и др.

Товаропроводящая сеть (далее – ТПС) – совокупность иностранных юридических лиц и расположенных за рубежом обособленных подразделений белорусских производителей, осуществляющих реализацию и сервисное обслуживание белорусских товаров. Основной целью создания ТПС является достижение и закрепление лидирующего положения товара производителя на рынках стран СНГ и стран дальнего зарубежья, оказание максимальных услуг потребителям.

Рассмотрим ТПС ОАО «Гомсельмаш», основной целью деятельности которого является производство сельскохозяйственной техники для производителей сельскохозяйственной продукции.

Особенности функционирования ТПС ОАО «Гомсельмаш»:

- холдинг «Гомсельмаш» устанавливает, поддерживает и контролирует единую ценовую политику для дилерских центров, торговых домов, торговых агентов;
- дилер является связующим звеном между холдингом «Гомсельмаш» и конечными потребителями, партнёром по маркетинговой и рекламной деятельности, реализации, техническому и сервисному обслуживанию. Дилер осуществляет продвижение и реализацию продукции на закрепленной за ним территории (регионе) в соответствии с условиями дилерского договора;
- на площадях дилерского центра постоянно должна быть в наличии техника для реализации потребителю;
- затраты на проведение предпродажной подготовки техники и ее гарантийного обслуживания дилеру возмещаются в соответствии с дилерской программой;
- материальное стимулирование дилера производится в соответствии с условиями Дилерской программы холдинга «Гомсельмаш» на год.

Все рынки сбыта продукции ОАО «Гомсельмаш» по типу выбранной стратегии делятся на три основные группы:

- рынки, где основной целью является удержание существующей доли рынка (регионы России: Республика Татарстан, Удмуртия, Свердловская, Челябинская области);
- рынки, где основной целью является увеличение существующей доли рынка (Китай, Аргентина, регионы России: Краснодарский, Ставропольский края, Курская, Белгородская, Рязанская области и др.);
- рынки, где основной целью является внедрение продукции на рынки (страны дальнего зарубежья: Чехия, Словакия, Венгрия, Болгария, Сербия, Иран, страны Балтии).

ТПС ОАО «Гомсельмаш», по состоянию на 01.01.2021 года, включала в себя 139 субъектов в 37 странах мира: 5 совместных предприятий в России, Китае и Индии; 5 совместных производств, в России, Казахстане, Узбекистане и Египте; 1 торговый дом в России; 2 филиала, в Чехии и Аргентине; 96 дилерских центров, в том числе: 16 – Республика Беларусь, 42 – Российская Федерация, 2 – Украина, 10 – страны ближнего зарубежья, 12 – страны Европы, 7 – страны Азии, 5 – страны Африки, 2 – Южная Америка; 30 торговых агентов, в России, Украине и Казахстане.

Наиболее перспективными внешними рынками для ОАО «Гомсельмаш» являются рынки Российской Федерации и Республики Казахстан.

В Российской Федерации, парк зерноуборочных комбайнов составляет 130,5 тыс. шт., а кормоуборочной техники – 13,9 тыс. шт. Основную долю приобретенных зерно- и кормоуборочных комбайнов сельхозпроизводителями Российской Федерации за последние 5 лет составляла техника производства: КЗ «Ростсельмаш» (РФ), ОАО «Гомсельмаш» (РБ, включая сов-

местные предприятия и производства в РФ), CLAAS (Германия, совместное производство и прямые поставки), CNH (Италия, совместное производство и прямые поставки) и JohnDeere.

В настоящее время в России насчитывается около 9,6 млн. га неиспользуемых сельхозземель. Правительством Российской Федерации поставлена задача до 2024 года вводить в оборот не менее 1 млн. га сельхозземель ежегодно. В 2020-2024 годах планируется ввести 6 млн. га. В этом случае, по данным Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, прибавка урожая зерна может составить 9,2 млн. т, масличных культур – 1,8 млн. т. По оценке Минсельхоза Российской Федерации емкость рынка Российской Федерации по зерноуборочным комбайнам составляет в среднем от 5000 до 7000 тысяч комбайнов в год, по кормоуборочным машинам от 400 до 500 единиц. Доля ОАО «Гомсельмаш» ежегодно составляет от 14 % до 20 % от общего количества закупленных зерно-, кормоуборочных комбайнов сельхозпроизводителями России.

В настоящее время ОАО «Гомсельмаш» имеет совместные предприятия в России, Китае, Индии, включая 7 совместных производств по производству зерно-, кормоуборочных комбайнов в России и одно совместное производство в Казахстане.

Повышение конкурентоспособности и увеличение объемов поставок продукции ОАО «Гомсельмаш» на внешние рынки являются стратегическими направлениями деятельности организации. Один из способов оптимизации товаропроводящей сети на внешних рынках – участие в выставке в Российской Федерации. В 2023 году планируется участие ОАО «Гомсельмаш» в выставке «Интерагроماش», что позволит начать осваивать новые рынки в других регионах Российской Федерации и дальнего зарубежья, заключить выгодные сделки и привлечь новых клиентов. В данной выставке примут участие более 190 компаний. Они представят свою продукцию, проведут презентации современной сельскохозяйственной техники, инновационных разработок и новейших технологий в сфере АПК. География форума будет представлена компаниями из 17 регионов Российской Федерации, а также участниками из 4 стран ближнего и дальнего зарубежья. На выставке «Интерагроماش» будут представлены комбайны, кормоуборочная и почвообрабатывающая техника, посевные и погружные машины, оборудование для внесения удобрений и защиты растений и др.

Поиск и удачный выбор партнеров-покупателей продукции ОАО «Гомсельмаш» позволит трансформировать логистическую распределительную цепь в целях переориентации регионов для продвижения и сбыта сельскохозяйственной техники.

К. С. РОМАНЧИКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. А. Казущик**,

канд. экон. наук, доц.

ВНЕШНЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ»)

Понятие позиционирования включает в себя всю систему функционирования организации и её восприятия всеми объектами, как во внутренней, так и во внешней среде. Из этого следует, что позиционирование организации включает две составляющие: внутреннее и внешнее позиционирование.

Внутреннее позиционирование определяет важнейшие элементы организационной структуры, в том числе корпоративную культуру. Внешнее позиционирование определяет особенности взаимодействия между организацией и окружающей средой: характеристики продукта, который выпускает организация, восприятие этого продукта его потребителями, мероприятия, проводимые для коммуникации с потребителями и т.д.

Главными элементами позиционирования ОАО «Гомсельмаш» являются простота, ремонтопригодность и доступность по цене. Компания предлагает клиентам простую прове-

ренную технику без лишних опций для эффективной уборки урожая, обеспечивая при этом максимальную для них экономическую выгоду. Слоган бренда: Техника лидеров агробизнеса / Machinery of agribusiness leaders. В 2020 году в ОАО «Гомсельмаш» был проведен ребрендинг, что помогло создать привлекательный образ компании, современную визуальную идентификацию, улучшенный имидж компании, а также повысило узнаваемость продукции среди покупателей.

Можно выделить следующие элементы внешнего позиционирования ОАО «Гомсельмаш»:

- продвижение продукции с помощью сети Интернет (корпоративный web-сайт, в социальных сетях Facebook, Vkontakte, Одноклассники, Twitter, Instagram, видео-канал на YouTube, интернет-каталоги компаний и выпускаемой ими продукции (allbiz.by, belarusinfo.by, export.by и др.), представление информации о компании в поисковых системах, статьи и публикации в интернет-СМИ; e-mail-маркетинг);

- продвижение продукции с помощью выставочных мероприятий.

Рассмотрим подробнее проводимые мероприятия по каждому направлению. Корпоративный сайт ОАО «Гомсельмаш» был разработан в 2012 году. Сайт ориентирован на потребителя и содержит информацию о деятельности компании, о модельном ряде выпускаемой продукции и оказываемых услугах, о дилерах и финансовых учреждениях через которые можно приобрести продукцию ОАО «Гомсельмаш», о сервисном обслуживании, партнерах компании, о новостях компании и контактную информацию, необходимую посетителям сайта. На страницах ОАО «Гомсельмаш» в социальных сетях публикуется информация, фото- и видеоконтент о выпускаемой продукции, о событиях из жизни компании, об участии в специализированных выставках и иных мероприятиях, подписании соглашений, контрактов, а также материалы, присланные подписчиками.

ОАО «Гомсельмаш» оценивает работу сайта и страниц компании в социальных сетях, в том числе при помощи Яндекс Метрик и Google Analytics, по следующим KPI: посещаемость сайта, в т.ч. визиты и среднее время, проведенное на сайте; источники трафика на сайт; география посетителей сайта, просмотры продукции на сайте; охват аудитории в социальных сетях количество подписчиков в социальных сетях, их прирост; индекс вовлеченности подписчиков в социальных сетях.

Использование интернет-коммуникаций позволяет ОАО «Гомсельмаш» следующее: упростить контакты с действующими и потенциальными клиентами, обеспечивать клиентов полной и достоверной информацией в режиме online, получать обратную связь от клиентов, привлекать новых клиентов, собирать и анализировать информацию о целевой аудитории компании, изучать потребности данной аудитории, охватывать большую по численности аудиторию и затрачивать на воздействие на данную аудиторию меньше ресурсов компании, по сравнению с печатными СМИ и offline-рекламой.

Проводя анализ внешнего вида сайта, стоит отметить наличие «Руководства по фирменному стилю», которое фиксирует корпоративные слоганы и визуальную составляющую бренда, т.е. используемые шрифты, цвета, логотип, фирменное оформление презентаций, стиль деловой документации, сувенирной продукции и рекламно-выставочные материалы. На данный момент «Руководство» не включает раздел о работе над визуалом в Интернет-пространстве.

В качестве нового инструмента интернет-продвижения ОАО «Гомсельмаш» рекомендуется использовать таргетированную рекламу в социальных сетях. В качестве площадок для интернет-рекламы выступят страницы в социальных сетях Вконтакте и Instagram, так как данные страницы отличаются наличием активной целевой аудитории компании.

Интернет-реклама позволит ОАО «Гомсельмаш» рассказать о своем продукте миллионам людей, создать канал коммуникации с целевой аудиторией, расширить аудиторию, лояльную к бренду, привлечь потенциальных покупателей, поспособствует привлечению трафика на корпоративный сайт ОАО «Гомсельмаш» (www.gomselmash.by) и, что немало важно, повысит узнаваемость техники ОАО «Гомсельмаш», и таким образом компании удастся достигнуть максимального эффекта от продвижения. Все это влияет на спрос и стимулирует продажи.

Помимо рекламы в социальных сетях ОАО «Гомсельмаш» целесообразно использовать интернет-рекламу на специализированных интернет-порталах, например, таких как Agronews.com, Зерно.Онлайн и т.д. Такие рекламные кампании необходимо проводить в период невысокого спроса (зима, весна).

Главным инструментом повышения продаж в ОАО «Гомсельмаш» является выставочная деятельность, которая способствует успешному продвижению продукции на внутренний и внешние рынки.

Для усиления своих позиций на рынке, ОАО «Гомсельмаш» следует использовать стратегию обороны, сосредоточившись на расширении своего присутствия на традиционных рынках (Беларусь, Россия, Казахстан) и стратегию отступления в отношении рынков с невысокой емкостью и низким уровнем спроса (Судан, Пакистан, Египет, Нигерия и др.). Также ОАО «Гомсельмаш» следует применять стратегию проникновения на перспективных рынках стран, в которых в настоящее время присутствие компании невелико (Узбекистан, Азербайджан, Кыргызстан и др.)

Конкурентное преимущество ОАО «Гомсельмаш» на мировом рынке может быть обеспечено путем продуктового лидерства, которое основывается на политике дифференциации продукции. Компании необходимо обеспечить позиционирование продукции по превосходящим конкурентов техническим характеристикам, более низким ценам и высокому уровню сервисного обслуживания, ориентация на новизну продукции (применение более «экологических» двигателей, альтернативных видов топлива).

А. Д. СЕЛЮКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Глухова**

ЗАКУПОЧНАЯ ЛОГИСТИКА В ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ»

Закупочная логистика – процесс обеспечения предприятия материальными ресурсами, размещение ресурсов на складах предприятия, их хранение и выдача в производство. Закупочная логистика является одной из основных функциональных областей логистики и изучает процесс движения сырья, материалов, комплектующих с рынка закупок до складов предприятия. На производственных предприятиях в Республике Беларусь деятельность по обеспечению их материальными ресурсами называют материально-техническим снабжением (обеспечением), на предприятиях оптовой торговли – товароснабжением. Однако в последние годы эту область стали определять как закупочную логистику.

Основу экономической эффективности закупочной логистики составляют поиск и закупка необходимых материальных ресурсов удовлетворительного качества по минимальным ценам. В изучении рынка закупок, которое проводится соответствующими отделами организации, вопрос цен – главный. Однако существенную роль играет также анализ других факторов, в том числе возможных логистических расходов и сроков поставок.

Эффективность закупочной логистики, в первую очередь, зависит от эффективности материально-технического обеспечения. Последняя представляет собой комплексную экономическую категорию, которая отражает качество функционирования действующей в организации системы закупочной логистики и ее составляющих. Эффективность логистики на этапе материально-технического обеспечения характеризуется рядом взаимосвязанных показателей, которые количественно выражают результаты деятельности всех подразделений системы по отношению к затратам или ресурсам.

Обеспечение потребности производства сырьем, материалами и комплектующими в ОАО «Гомсельмаш» осуществляется в соответствии с темпом конвейерной сборки машин и графиком отгрузки техники. Ежемесячно для обеспечения производства выдается в среднем до 9000 позиций ТМЦ на сумму 16 млн. руб. В этих целях на данный момент заключены

контракты с 718 поставщиками материалов и комплектующих изделий, в том числе резидентов Республики Беларусь – 457, Российской Федерации – 153, дальнего зарубежья – 81 и др.

Основные требования ОАО «Гомсельмаш» к поставщикам и поставляемой продукции определены в стандарте «Закупки. Руководство по качеству для внешних поставщиков. Одобрение поставщиков». Целью разработки данного стандарта являлось обеспечение требуемого качества закупаемых материалов и комплектующих изделий на всех этапах производства и последовательного повышения требований к технологическим процессам производства у поставщиков.

В контрактах на закупку сложных комплектующих изделий определены требования к качеству продукции, ответственность за поставку некачественных товаров, замену дефектных изделий за счет поставщика, согласовывается уровень допустимой дефектности, что позволило достичь снижения на 40 % удельного веса отказов в уборочном сезоне 2020 года к предыдущему периоду и выполнить доведенное задание по снижению количества отказов на единицу гарантийной техники в 2021 году.

Выбор поставщиков производится на конкурентной основе в соответствии с утвержденными критериями, учитывающими такие параметры оценки предложений как цена, качество, сроки и условия оплаты, поставки, по итогам переговоров с потенциальными поставщиками о снижении цены на основании балльной оценки с учетом экономической эффективности и анализа конъюнктуры рынка закупаемых товаров. При этом цены участников процедур закупки сравниваются с учетом транспортно-заготовительных расходов, таможенной пошлины, сбора.

Несмотря на непредсказуемость и волатильность рынка металлопроката с трендом на повышение, сложную финансово-экономическую ситуацию департаментом в процессе многоэтапных переговоров с металлургическими комбинатами достигнуты значительные скидки. Как результат, законтрактованные цены на закупаемый металлопрокат ниже рыночных. Например, по листовому горячекатаному металлопрокату в период 2020-2021 гг. закупочные цены в среднем на 16 % были ниже цен на рынке России.

По комплектующим изделиям с большой долей удельного веса стоимости металла в цене конечного изделия в результате переговоров Департамента обеспечения производства ОАО «Гомсельмаш» с ЧАО ТД «Гидросила» на фоне повышения цен на металлопрокат достигнуто соглашение по фиксированию цен и на протяжении 2018-2019 гг. на гидравлику цены не изменялись. В 2020 году в процессе переговоров в рамках конкурса на закупку гидростатической трансмиссии (ГСТ) цены были дополнительно снижены до уровня цен ниже альтернативных поставщиков на 60 %, как результат – экономия 205,5 тыс. руб. В 2021 году по итогам проведенных Департаментом обеспечения производства переговоров с ЧАО ТД «Гидросила» цены на гидростатическую трансмиссию зафиксированы на уровне 2020 г.

Для обеспечения гарантированных поставок постоянно осуществляется поиск альтернативных поставщиков, способных поставить товар требуемого качества и по приемлемой цене, проводятся аудиты производств потенциальных поставщиков, проверки формирования для ОАО «Гомсельмаш» уровня отпускных цен с учетом условий поставки, оплаты, что в целом позволяет влиять на конъюнктуру рынка закупаемых товаров.

Кроме того, для реализации задач по снижению себестоимости продукции Департаментом обеспечения производства ОАО «Гомсельмаш» проводится широкий комплекс мер по снижению затрат на производство: иницируются изменения конструкции машин, технологии изготовления, производится замена материалов на более дешевые, не ухудшающие качество конечного продукта, снижаются нормы расхода, в том числе по итогам проведенных проверок целевого рационального использования товаро-материальных ценностей в производстве.

Таким образом, для повышения эффективности закупочной деятельности с целью снижения себестоимости выпускаемой сельхозтехники, Департаментом обеспечения производства ежегодно разрабатываются и внедряются мероприятия по оптимизации процессов закупки, транспортной, складской логистики, снижению норм, освоению производства ранее закупаемых комплектующих ОАО «Гомсельмаш», программа поиска альтернативных поставщиков, проводится постоянный анализ ежедневных отказов, максимально унифицируются сортамент закупаемых материалов и комплектующих, вводятся материалы-заменители.

А. А. СЕЛЮКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Глухова**

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БРЕНДА ОАО «ЭЛЕКТРОАППАРАТУРА»

Определение эффекта от создания или обновления бренда — задача очень сложная. Дэвид Аакер писал, что инвестиции в создание брендов так же трудно оправдать, как и вложения в любые другие нематериальные активы. Да и в целом, стоит отметить, что эффективность бренда оценивают единицы. Все привыкли к тому, что бренд — весьма эфемерная сущность, не поддающаяся сухим законам аналитики.

Сегодня бренд — это стратегический актив компании, поэтому оценка эффективности мероприятий брендинга приобретает все более важный и нужный характер. Именно измерение показателей эффективности дает компании информационную базу для принятия дальнейших решений [1, с. 14].

Рассмотрим некоторые показатели, по которым можно судить об эффективности используемого бренд организации. К основным из них отнесем ценовую премию, удовлетворенность потребителя и лояльность к бренду, воспринимаемое качество бренда, лидерство и популярность бренда. Результаты оценки бренда торговой марки «Cezaris» (далее — ТМ «Cezaris»), разработанного и используемого в ОАО «Электроаппаратура», приведены в таблицах 1–4.

Ценовая премия. Основной показатель лояльности — сумма, которую потребитель готов переплатить за данный марочный товар по сравнению с брендом, предлагающим сходные выгоды.

Таблица 1 — Оценка ценовой премии продукции ТМ «Cezaris» по Беларуси в сравнении с конкурентами

Конкуренты	Ценовая премия, баллы
Cezaris	2
Gefest	3
Разница	-1

По результатам опроса было выявлено, что потенциальные потребители не готовы переплачивать за продукцию бренда «Cezaris» в силу наличия более современных брендов на мировом рынке. Но все же, прямой конкурент бренда «Cezaris» — бренд «Gefest», пользующийся большей популярностью.

Удовлетворенность потребителя и лояльность к бренду. Удовлетворенность (расположение к бренду) — прямой показатель, отражающий степень желания потребителя оставаться с данным брендом.

Таблица 2 — Оценка удовлетворенности потребителей продукцией ТМ «Cezaris» по Беларуси в сравнении с конкурентами

Конкуренты	Удовлетворенность потребителей, баллы
Cezaris	7
Gefest	7
Разница	0

Несмотря на то, что количество потребителей у ТМ «Gefest» больше, удовлетворенность потребителей одинаковая. Потребителей устраивает качество за столь низкую цену. Также была отмечена долговечность продукции. Исходя из опроса было выявлено, что повторную покупку совершили бы только 17 % потребителей.

Воспринимаемое качество бренда. Показатель воспринимаемого качества может заменять переменные для других, более специфических элементов идентичности бренда.

Таблица 3 – Оценка воспринимаемого качества бренда ТМ «Cezaris» по Беларуси в сравнении с конкурентами

Конкуренты	Воспринимаемое качество бренда, баллы
Cezaris	8
Gefest	6
Разница	2

Данная оценка производится в сравнении с конкурентом. Качеством обе торговой марки отличаются незначительно, но потенциальные потребители возможно выберут продукцию ТМ «Cezaris», нежели продукцию ТМ «Gefest». Исходя из этого баллы у ТМ «Gefest» будут меньше.

Лидерство и популярность бренда. Лидерство бренда можно определить, поставив перед пользователем вопросы о том, является ли бренд лидером товарной категории, брендом, набирающим популярность, брендом, уважаемым за инновационность. Брендом №1 бытовой техники по всей Беларуси является ТМ «Gefest». Продаж у ТМ «Gefest» в отличие от ТМ «Cezaris» больше минимум в 3 раза исходя из таблицы 4.

Таблица 4 – Сравнение предложений продукции ТМ «Cezaris» конкурентами в 2019 – 2020 гг.

Ритейл	Cezaris			Gefest			Лысьва		
	10.2019	02.2020	10.2020	10.2019	02.2020	10.2020	10.2019	02.2020	10.2020
21vek	64	53	13	176	197	189	–	–	–
24shop	50	34	25	185	164	178	67	40	86
Amd.by	0	7	26	187	196	200	43	59	–
Domotechnika	13	2	–	139	153	170	–	–	–
Imarket	60	72	23	128	118	140	57	62	–
SOCKET	42	44	21	181	180	210	30	32	14
Мультиком	70	61	22	189	218	207	69	119	68
Электросила	12	8	5	30	59	54	–	–	–
Всего	311	281	135	1215	1285	1348	266	312	168
Темп изменения к 2019, %			43			111			63

Соответственно следующей после ТМ «Gefest» идет ТМ «Cezaris». Она уступает по лидерству только на одну позицию.

Исходя из результатов проведенного исследования можем сделать вывод о том, что бренд ТМ «Cezaris» достаточно эффективен с позиции обеспечения конкурентоспособности ОАО «Электроаппаратура».

Список использованной литературы

1 Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром: практ. пособие / Ю. А. Захарова. – М.: Дашков м К°, 2016. – 128 с.

И. Д. СИНЁВА

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)
Науч. рук. **Е. Н. Карчевская**,
канд. географ. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РЕЗУЛЬТАТОВ SWOT-АНАЛИЗА

Состояние компании зависит от того, насколько успешно она способна реагировать на различные воздействия извне. Анализируя внешнюю ситуацию, необходимо выделять наиболее существенные на конкретный период времени факторы. Взаимосвязанное рассмотрение этих факторов с возможностями компании позволяет решать возникающие проблемы. При решении разного уровня задач необходимо также четко представлять, поддаются ли критические факторы контролю со стороны компании. Являются ли они внутренними или внешними, поддающимися изменениям усилиями компании или это внешние события, на которые компания влиять не в состоянии. Одним из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании можно назвать SWOT-анализ. SWOT-анализ является необходимым элементом исследований, обязательным предварительным этапом при составлении любого уровня стратегических и маркетинговых планов [1].

Для проведения SWOT-анализа нужны данные о сильных и слабых сторонах, а также о возможностях и угрозах организации. Сильные и слабые стороны ГУ «Хоккейный клуб «Гомель» представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны ГУ «Хоккейный клуб «Гомель»

Сильные стороны	Слабые стороны
Широкий спектр услуг	Небольшое количество рекламы и слабая активность в интернете
Использование сайта для бронирования билетов	Не очень удобное местоположение (из некоторых частей города можно доехать только с пересадками)
Большая база постоянных клиентов	Отсутствие утвержденной ОСУ

К сильным сторонам ГУ «Хоккейный клуб «Гомель» относятся рост популярности здорового образа жизни, широкий спектр услуг, использование сайта для бронирования билетов, большая база постоянных клиентов. К слабым сторонам организации относятся отсутствие утвержденной ОСУ, небольшое количество рекламы и слабая активность в интернете, не очень удобное местоположение, наличие сильных конкурентов.

Для каждой организации нужно выделить определённые возможности и угрозы. Возможности и угрозы ГУ «Хоккейный клуб «Гомель» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Возможности и угрозы для ГУ «Хоккейный клуб «Гомель»

Возможности	Угрозы
Развитие в социальных сетях	Рост числа конкурентов
Заинтересованность клиентов в занятии спортом	Сезонные колебания

Таким образом, к возможностям для ГУ «Хоккейный клуб «Гомель» относятся: развитие в социальных сетях, заинтересованность клиентов в занятии спортом. К угрозам для организации можно отнести рост числа конкурентов, сезонные колебания.

Для полного проведения SWOT-анализа необходимо произвести комплексную оценку возможностей и угроз с учетом сильных слабых сторон. Также нужно сформировать несколько стратегий развития. Результаты комплексной оценки для ГУ «Хоккейный клуб «Гомель» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Комплексная оценка возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон

Возможности/угрозы	Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	Широкий спектр услуг	Небольшое количество рекламы и слабая активность в интернете
Развитие в социальных сетях	Использование сайта для бронирования билетов	Не очень удобное местоположение (из некоторых частей города нужно ехать с пересадками)
Заинтересованность клиентов в занятии спортом	Большая база постоянных клиентов	Отсутствие утвержденной ОСУ
Угрозы	Стратегия развития №1 Распространение информации о предоставляемых услугах в интернете. Привлечение новых клиентов	Стратегия развития №2 Развитие страниц в социальных сетях
Рост числа конкурентов	Стратегия развития №3 Разработка специальных предложений для компенсации колебаний спроса	Стратегия развития №4 Укрепление организационной структуры
Сезонные колебания		

Таким образом, с учетом сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз организации было сформировано четыре стратегии. Опишем действия организации в каждой из них. Стратегия развития №1 – «Максимизация сильных сторон с помощью возможностей»: распространение информации о предоставляемых услугах в интернете, привлечение новых клиентов. Стратегия развития №2 – «Минимизация слабых сторон, используя возможности организации»: развитие страниц в социальных сетях. Стратегия развития №3 – «Минимизация угроз, с помощью сильных сторон»: разработка специальных предложений для компенсации колебаний спроса. Стратегия развития №4 – «Минимизация слабых сторон, избегая угроз»: укрепление оргструктуры.

Список использованной литературы

1 Методика проведения SWOT-анализа. Образцы матриц SWOT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/8832421/page:5/>. – Дата доступа: 11.02.2023.

К. Д. ХАМЕНОК

(г. Барановичи, Барановичский государственный университет)

Науч. рук. **Н. С. Недашковская,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРОГРАММА И ЕЁ РОЛЬ В СИСТЕМЕ ВНУТРИФИРМЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сущность производственного процесса заключается в формировании экономических благ, которые в надлежащем порядке будут соответствовать разнообразным общественным потребно-

стям. К настоящему времени рыночная экономика характеризуется осуществлением производственной деятельности лишь теми хозяйствующими субъектами, намерения и возможности которых позволяют организовать весьма эффективную технологию производства, поскольку она способна принести наибольшую прибыль. Следовательно, функционирование в рыночной экономике требует от организаций повышения производительности труда, поддержания конкурентных качеств производимой товарной продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг при помощи внедрения новейших достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством.

Достаточно серьёзное воздействие на итоги финансово-хозяйственной деятельности предприятия оказывают объём, структура и ассортимент реализованной продукции. Обеспечение своевременного обновления номенклатуры выпускаемых изделий с учётом стремительного изменения конъюнктуры рынка представляет собой достаточно значимый показатель деловой активности организации и её конкурентоспособности. Качественные свойства выпускаемых товаров и их разнообразие в сочетании с ценовыми параметрами позволяют выявить устойчивость компании при её взаимодействии с покупателями.

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что весь достигнутый успех или потерпевшая неудача организации основывается на степени её вовлечённости в изучение уровня, характера, структуры спроса и динамику его изменения. Результативность исследования рынка закладывается в основу формирования хозяйственной концепции и товарного ассортимента. Хозяйствующий субъект в процессе планирования масштаба производства полагается на решение вопросов в отношении вида и объёма будущей товарной продукции; где, когда и по каким ценам осуществлять её реализацию. Именно от этого и зависят конечные результаты деятельности организации и её финансовая устойчивость.

Абсолютно все перечисленные показатели являются основополагающими в области внутрифирменного планирования на промышленном предприятии. Они в обязательном порядке учитываются в производственной программе, которая служит одним из ведущих плановых документов субъекта хозяйствования.

Производственная программа или план производства продукции разрабатывается исходя из основных стратегических целей деятельности организации и представляет собой комплексную систему научно-обоснованных заданий по выпуску необходимого количества, установленного ассортимента и соответствующего качества продукции в планируемом периоде [1, с. 94].

Именно за счёт применения производственной программы появляется возможность достижения главной цели деятельности какой-либо фирмы, которая сводится к производству продукции и получению максимальной прибыли.

Предприятия осуществляют выпуск изделий в полном соответствии с заключёнными договорами; выработанными плановыми заданиями касательно их ассортимента, количества и качества. В любом случае производитель отдаёт должное внимание вопросам увеличения объёма продукции, обновления её ассортимента, кроме того, контролирует надлежащее повышение имеющихся качественных характеристик, при этом учитывая общественные потребности. Объём производства продукции оценивается при помощи натуральных, условно-натуральных, трудовых, стоимостных измерителей. Натуральные – штуки, тонны, метры и др., условно-натуральные – приведённые к одному виду все виды, трудовые – часы, минуты, нормо-часы, стоимостные – в денежном выражении [2, с. 47].

Довольно значимым показателем выступает структура ассортимента товаров. Структура указывает на взаимоотношения отдельных структурных элементов с помощью их количественного соотношения в общей совокупности. Измеритель может рассматриваться в разрезе группового строения ассортимента товаров, а также в разрезе видов и разновидностей по всевозможным потребительским признакам. Кроме объёма и структуры, показатель ассортимента готовой продукции выступает достаточно большой, относительно сложной и регулярно изменяющейся системой, которая наделена множеством свойств и показателей. Свойства ассортимента изделий охватывают все особенности их состава и строения, при функциониро-

вании на распространённых уровнях воспроизводственных структур, одновременно, отражают происходящие время от времени количественные и качественные изменения. Показатели ассортимента продукции демонстрируют количественное выражение данных свойств. Различают как свойства, так и показатели, характеризующие состояние ассортимента произведённых товаров на определённый момент – статические показатели, и преобразования в нём – динамические показатели.

Промышленные предприятия отдают своё предпочтение выпуску продукции узкого ассортимента, поскольку при данных обстоятельствах хозяйствующий субъект занимается изготовлением и выпуском товаров с наименьшими производственными затратами. В этих условиях предприниматель с особой лёгкостью осуществляет организацию и технологию процесса. Однако, потребитель же, наоборот, проявляет заинтересованность к более расширенному ассортименту и ждёт его систематическое обновление. Как следствие, организация нуждается в разработке оптимального ассортимента и структуры продукции, подлежащей реализации, закреплении перечисленных задач в производственной программе.

Таким образом, деятельность промышленного предприятия возможна лишь в том случае, если оно способно выстроить свою работу благодаря принятию лишь рациональных решений в отношении потенциального объёма, структуры и ассортимента товаров, закреплённых в производственной программе. Только от эффективного процесса продажи выпускаемой продукции зависит дальнейшее функционирование любой организации, а именно: её финансово-экономическое состояние, устойчивость в результате влияния внешнеэкономических факторов, способность расширять и модернизировать производство.

Список использованной литературы

- 1 Максименко, Н. В. Обоснование производственной программы производственными мощностями и методика расчета интенсивности их использования [Электронный ресурс] // Н. В. Максименко, Е. Е. Шишкова // Эффективность сферы товарного обращения и труда: сб. науч. ст. VI Писаренковских чтений, 20-21 октября 2020 г.; под науч. ред. Т. В. Гасановой, А. З. Коробкина ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель: БТЭУ ПК, 2020. – С. 94–99.
- 2 Организация производства и управление предприятием: учеб. пособие / В. Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.

М. В. ЦЫРКУНОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Пугачёва,**

канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЧТПУП «ЭКОНОММАРКЕТ»)

Необходимым условием развития и успешного функционирования отечественных предприятий в современном мире, характеризующемся обострением борьбы между субъектами хозяйствования за сегменты рынка, является их конкурентоспособность. В сложившейся ситуации проблема обеспечения конкурентоспособности становится приоритетной задачей, охватывающей широкий спектр социально-экономических вопросов.

Анализ конкурентоспособности позволяет находить резервы повышения конкурентоспособности продукции предприятия на всех этапах ее жизненного цикла. Быстрому и точному определению направлений повышения конкурентоспособности способствует постоянный мониторинг конкурентной среды, оценка конкурентов и их продукции [1].

Для оценки рыночной конкурентной позиции ЧТПУП «ЭкономМаркет», расположенном в г. Жлобине Гомельской области, производится сравнительная оценка стратегических позиций торгового предприятия и его основных конкурентов на основе данных, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для построения матрицы стратегической конкурентной позиции ЧТПУП «ЭкономМаркет»

Предприятие	Выручка от реализации, тыс. руб.			Темп роста, % 2021 г. к 2020 г.	Доля на рынке города, %	Относительная доля рынка, %
	2019 г.	2020 г.	2021 г.			
ЧТПУП «ЭкономМаркет»	14 722	16 133	15 718	97,4	1,6	29,6
Магазин «Спутник»	15 642	18 423	20 423	110,9	5,4	100
«Магазин № 28»	15 946	19 346	19 730	102,0	4,8	88,9
Магазин «Мерси»	9 463	10 436	9 163	87,8	1,1	20,4

Данные о рыночной доле предоставлены руководством ЧТПУП «ЭкономМаркет». Показатель относительной доли рынка находится как отношение доли рынка предприятия к доле рынка лидера (Магазин «Спутник»).

На основе полученных данных можно построить матрицу БКГ для ЧТПУП «ЭкономМаркет» (рисунок 1).

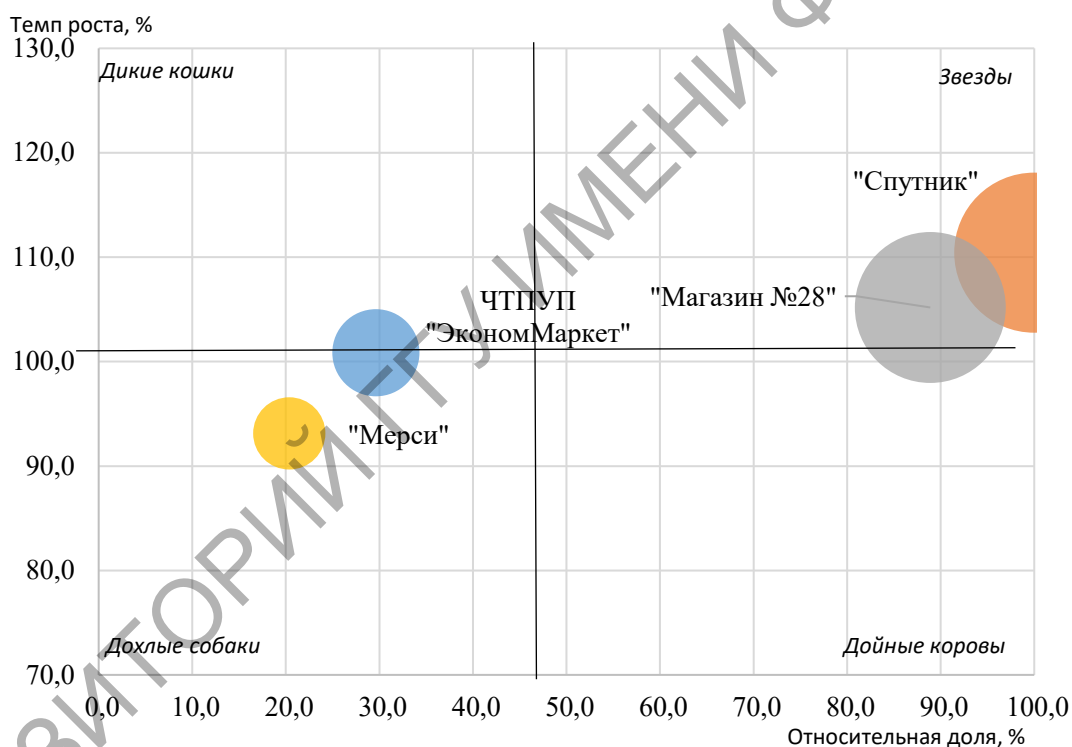


Рисунок 1 – Матрица БКГ для ЧТПУП «ЭкономМаркет»

ЧТПУП «ЭкономМаркет» в сравнении с конкурентами занимает одну из наиболее слабых и уязвимых позиций «Дикой кошки» в то время, как такие представители бизнеса, как «Спутник» и «Магазин № 28» обладают позициями «звезд». Это позволяет сделать вывод о необходимости для ЧТПУП «ЭкономМаркет» определения направлений повышения конкурентоспособности и усиления конкурентных позиций на рынке, в том числе за счет повышения конкурентоспособности продукции.

Конкурентоспособность продукции торгового предприятия характеризуется относительным показателем ниже среднего и уступает позиции двум из трех конкурентов. Взвешенная оценка конкурентоспособности продукции предприятия показывает низкое значение индекса

конкурентоспособности в сравнении с ведущими конкурентами, а ключевым источником конкурентоспособности выступает ценовой фактор. Анализ состояния управления конкурентоспособностью на предприятии показывает отсутствие маркетинговой направленности управленческих усилий специалистов предприятия на всех этапах управленческого процесса.

Таким образом, для ЧТПУП «ЭкономМаркет» важным является поиск путей и резервов повышения конкурентоспособности продукции и предприятия в целом за счет улучшения товарной и маркетинговой политики предприятия.

Список использованной литературы

1 Бабошин, А. В. Конкурентные позиции субъектов предпринимательства в современной теории конкуренции / А. В. Бабошин // Современная конкуренция. – 2016. – № 2. – С. 23-27.

Д. Н. ЧЕРНЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. А. Казущик,**

канд. экон. наук, доц.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Информация, контент в настоящее время являются важнейшим ресурсом для любого бренда. С каждым годом возрастающее количество фирм перемещают свою активность в сеть Интернет, развивая не только собственный сайт, но и аккаунты в социальных сетях. Важной проблемой для всех субъектов бизнеса является обеспечение подлинности, устранение подделок как физических брендов, так и контента.

Технологии ведения бизнеса в Интернет постоянно совершенствуются. Активно развиваются различные компоненты Индустрии 4.0, которые находят применение в маркетинге: искусственный интеллект, машинное обучение, большие данные, блокчейн. Так, начиная с 2021 года самой обсуждаемой темой в рамках рынка криптовалюты стала технология NFT, которая, по нашему мнению, может быть эффективно использована в рамках позиционирования бренда в интернете.

NFT (non-fungible tokens) – это невзаимозаменяемый токен. В отличие от биткоинов, которые идентичны и представляют ценность за счет количества, каждый NFT уникален и неповторим. Феномен NFT иногда рассматривают как произведение цифрового искусства, не имеющее аналогов. Есть только один оригинал и один владелец, записанный в блокчейне. Подделать, а также изменить данные или сам актив невозможно [1].

Юридически закреплённого термина NFT, как и правового регулирования, пока не существует в законодательстве ни одной страны. Так как специального законодательства в отношении регулирования объектов NFT не существует, применяются общие положения относительно регулирования интеллектуальной собственности [1].

Технология NFT обрела популярность по следующим причинам:

- ажиотажный спрос на новые технологии, новые товары, которые дают возможность обладателю реализовать стратегию «снятия сливок». Согласно кривой ажиотажного интереса Gartner, технология NFT сейчас находится на пике популярности;
- FOMO (Fear of missing out) или Страх упустить момент как подкрепление ажиотажного спроса – NFT зачатую продаются именно на аукционах с ограниченным временем;
- эксклюзивность. Возможность стать единственным владельцем какого-либо объекта в мире масс-маркетинга привлекает современного покупателя; тем более, что NFT дополнены эксклюзивными привилегиями владельца;
- осязаемая выгода в перспективе как возможность реализовать эксклюзивный бренд в будущем по повышенной цене.

С помощью технологии NFT конкурентоспособность бренда может быть усилена за счет следующих действий:

- создания уникального опыта;
- повышения узнаваемости бренда;
- поощрения долгосрочного взаимодействия клиентов с брендом;
- стимулирование повышенного интереса к бренду на протяжении всего жизненного цикла;
- повышение конверсии и дохода.

С помощью NFT бренды могут защитить своих клиентов от подделок на свои товары, например, Nike еще в 2019 году запатентовали систему проверки кроссовок CryptoKicks, где токен содержит данные о кроссовках: производитель, внешний вид и прочее.

Несмотря на то, что технология довольно новая, многие известные компании уже начали использовать NFT в своей деятельности. Например, генеральный директор компании Ferrari утверждает, технология блокчейн в будущем будет играть ключевую роль в продвижении продукции на рынки разных стран. Также о использовании технологии NFT в своей деятельности заявили такие бренды как Alfa Romeo, McDonald's, Taco Bell, Gucci. Данные бренды относятся к сегменту люкс, однако можно прогнозировать использование технологии в ближайшей перспективе компаниями масс-маркетинга.

NFT способствует решению многие проблемы бизнеса, таких как минимизация издержек по доставке, отбраковке продукции, снижению затрат на хранение и других. Бренды категории люкс продают не столько физический продукт, сколько сам бренд, так почему бы не продавать его виртуально? [3].

По нашему мнению, огромный потенциал технологии NFT будет востребован компаниями многих сфер и направлений бизнеса для защиты подлинности собственных брендов.

Список использованной литературы

1 Что маркетологам важно знать о NFT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusability.ru/pfanshtil/chto-marketologam-vazhno-znat-ob-nft/61f43d0ceaaf82001c9d49a9>. – Дата доступа: 10.05.2022.

2 Как устроен рынок NFT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/kak-ustroen-rynok-nft>. – Дата доступа: 14.05.2022.

3 NFT-токены: за ними будущее цифрового маркетинга? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.datawordsgroup.com/ru/nft>. – Дата доступа: 10.05.2022.

4 NFT и маркетинг: что нужно знать бизнесу [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <https://mmr.ua/show/nft-i-marketing-chto-nuzhno-znat-biznesu>. – Дата доступа: 14.05.2022.

Е. С. ШАБАЛИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ЗАКУПКИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОАО «СЕЙСМОТЕХНИКА»

В условиях рыночной экономики с высоким уровнем конкуренции среди производителей товаров и услуг разработка и внедрение систем менеджмента качества (СМК) на основе международных стандартов становится все более актуальной, так как она играет ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности продукции или услуг современных организаций. СМК представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, позволяющих создавать на предприятии необходимые условия для обеспечения выпуска продукции надлежащего качества, эффективного управления и устойчивого развития предприятия [1].

В результате исследовательской работы был проведен анализ действующей СМК в ОАО «Сейсмотехника». Предприятие специализируется на разработке, изготовлении геофизического и бурового нефтепромыслового оборудования для нефтяной отрасли [2]. С 2007 года в ОАО «Сейсмотехника» внедрена и функционирует СМК. Настоящий стандарт предприятия разработан в соответствии с требованиями СТБ ISO 9001(ISO 9001), API Spec Q1 и специальным требованиям API Spec 4F.

СМК основана на процессном подходе и охватывает все виды деятельности, влияющие на качество выпускаемой продукции, включая управление ресурсами, видами деятельности и процессами создания продукции [3]. Особое место среди процессов следует уделить работе с поставщиками, как ключевому процессу, позволяющему гарантировать высокое качество готовой продукции. Качество закупок рассматривается международными стандартами как один из ключевых процессов системы менеджмента качества предприятия.

В процессе закупок и поставки участвует большое количество предприятий, что требует организации системы сбора и анализа информации, связанной со спросом на товар, наличием основных конкурентов и возможных поставщиков. Оценка поставщиков проводится с целью допуска к процедуре закупки только тех поставщиков, которые привели доказательства своей способности выполнять все установленные требования к поставщикам. Следует учитывать, что производимое ОАО «Сейсмотехника» оборудование очень трудоемкое и сложное, закупаемые комплектующие довольно дорогостоящие. Следовательно, от правильного выбора поставщика зависит дальнейшая работа организации и качество, как закупаемых деталей, так и всего оборудования в целом.

Оценка и выбор поставщиков в ОАО «Сейсмотехника» осуществляется на основании их способности поставлять товарно-материальные ценности и услуги (ТМЦиУ) в соответствии с установленными требованиями. В соответствии с требованиями СТП СМК 8.4.0-01 «Закупки» на предприятии один раз в квартал проводится актуализация Реестров квалифицированных поставщиков, дополнительно проводится переоценка поставщиков ТМЦиУ (в том числе по аутсорсингу).

В рамках исследования, было выявлено, что за анализируемый период в результате входного контроля закупаемых ТМЦиУ (в том числе по аутсорсингу) на предприятии был составлен ряд предупреждений о несоответствии. В ходе учета входящей продукции, проводимого отделом качества и технического контроля, выявлены несоответствия следующего характера: отсутствие сопроводительных документов на товар (паспорта, сертификаты качества); несоответствие качества поставляемых материалов и комплектующих; качество выполненных работ по аутсорсингу не соответствует требованиям и чертежам заказчика и т.д. Анализ исследований показал, что к основным причинам, оказывающим влияние на осуществление бесперебойной деятельности организации, можно отнести невыполнение условий договора, а также отсутствие необходимого количества основных материалов.

Увеличение показателей выявленных несоответствий, в процентном соотношении, по отношению к значениям за предыдущий отчетный период, по закупаемым материалам и комплектующим обусловлено тем, что в отчетном году, согласно, производственной программы, производилось изготовление большого объема групповых однотипных единиц продукции, источники сейсмических сигналов и резервуаров для АЗС, где применяются одинаковые материалы и комплектующие. Закупка материалов и комплектующих производилась укрупненными партиями, что привело к уменьшению в количественном выражении фактических проверок при осуществлении входного контроля.

ОАО «Сейсмотехника» при оценке поставщиков имеет следующую балльную систему критериев: каждому показателю присваивается определенное количество баллов (от 2 до 5), причем минимальное количество 2 балла, максимальное 5 баллов. Затем определяется общая оценка поставщика путем суммирования всех баллов. После анализа полученных результатов все поставщики ранжируются на четыре группы. При равной сумме баллов предпочтение отдается отечественному производителю. По данным оценки поставщиков заполняется лист оценки поставщиков.

С таким способом определения баллов сложно выбрать достойного поставщика, поэтому предлагается усовершенствовать методику оценки и выбора поставщиков. Так как в действующем методе общая оценка поставщика определяется просто путем суммирования всех баллов, предлагается ввести весовые характеристики выдвинутых критериев. Общий оценочный балл предлагается определять следующим образом: определяется ряд требований, которым должен соответствовать поставщик; по каждому критерию, характеризующему привлекательность, потенциальным поставщикам выставляются баллы: соответствие установленным требованиям – 5 баллов, незначительные отклонения, не влияющие на качество изготавливаемой продукции, – 2,5 балла, несоответствие – 0 баллов; показатели каждого поставщика по каждому критерию суммируются с учетом весовых характеристик данного критерия (коэффициенты весомости рассчитываются в зависимости от приоритетности каждого из критериев); сумма произведений баллов на весовые коэффициенты по каждому из критериев дает итоговую оценку привлекательности данного поставщика. В соответствии с итоговыми оценками поставщиков составляется рейтинг. Претенденты, общий оценочный балл которых ниже 2,5, в качестве поставщиков не рассматриваются. Из остальных поставщиков в качестве основного выбирается претендент, получивший наибольший общий оценочный балл. Кроме основного выбирается приемлемый поставщик, следующий за основным, по значению общего оценочного балла. Выбранные поставщики включаются в реестр поставщиков, который должен утверждать владелец процесса. В дальнейшем, при применении данного метода, перечень показателей для оценки поставщиков может быть расширен и более детализирован в зависимости от специфики и требований предприятия к закупаемым ресурсам.

Таким образом, преимущество данного метода состоит в том, что он позволяет более точно определить оценочный балл поставщика и избежать одинаковых результатов, что, в свою очередь, снижает риски закупки ТМЦиУ у ненадежного поставщика. При внедрении данного метода оценки поставщиков ОАО «Сейсмотехника» следует внести изменения в СТП «Закупки» и действующий «Регламент по закупочной логистике», составив новую форму квалификации поставщиков с учетом предложенной формулы для определения общего оценочного балла каждого поставщика.

Список использованной литературы

- 1 Попов, А. А. Система менеджмента качества: теория и методология: монография / А. А. Попов [и др.] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://a.eruditor.one/file/470773/>. – Дата доступа: 02.02.2023.
- 2 Официальный сайт ОАО «Сейсмотехника» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seismo.by/>. – Дата доступа: 04.02.2023.
- 3 Шубина, Л. Д. Система менеджмента качества / Л. Д. Шубина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-menedzhmenta-kachestva-4>. – Дата доступа: 05.02.2023.

Э. А. ШАБАНОВА

(г.Уфа, Уфимский университет науки и технологий)

Науч. рук. **А. В. Янгиров,**

д-р экон. наук, доц.

АКТУАЛЬНОСТЬ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В EVENT-МЕНЕДЖМЕНТЕ

При выполнении статистического или бизнес-анализа учитываются как качественные, так и количественные факторы. Количественные показатели – показатели, которые могут быть объективно измерены. Они могут включать данные о продажах, расходах и рейтинги

удовлетворенности клиентов [2]. Они отличаются от качественных показателей, которые не могут быть конкретно измерены. Хотя оба типа предоставляют достоверную информацию, количественные показатели, как правило, предоставляют наиболее полезные данные, поскольку точные цифры легко понять и сравнить.

Количественные показатели в менеджменте мероприятий немного упрощаются, однако их показатели важны и от их значений зависит вся организационная работа и направление будущих целей. Существует ряд показателей, которые необходимо учитывать менеджеру:

- количество участников самого мероприятия: Этот ключевой показатель напрямую указывает на количество участников, зарегистрировавшихся на мероприятии. Очень важно сравнить количество регистраций на мероприятие с общим количеством регистраций. В идеальном варианте все, кто зарегистрировался, посетили бы ваше мероприятие. Однако на самом деле это будет не так. Стоит учитывать, что на практике примерно 45 % зарегистрированных не посещает мероприятие по различным причинам. Не стоит исключать их посещение и не ориентироваться на количественный показатель зарегистрированных участников;

- PR-охваты: для реального понимания заинтересованности потенциальной аудитории проводят анализ охватов и различные метрики социальных сетей, которые показывают информационный «бум» от мероприятия и его масштабность и количество упоминаний от аудитории;

- активные члены сообщества. Этот показатель позволяет вам увидеть, какие типы посетителей наиболее активны. Это также помогает отслеживать уровни активности в сообществе. Вы можете определить активного участника сообщества по количеству просмотренных страниц, времени, проведенному в сеансах, или количеству отправленных чатов. Подобные данные полезны для оптимизации проведения мероприятий и поиска наилучших способов вовлечения посетителей в рамках платформы;

- соотношение затрат к выручке. Валовой доход не является достоверным показателем, если вы не сравните его с общей стоимостью мероприятия. Это соотношение помогает понять, какую прибыль (или убыток) принесло ваше мероприятие, и как вы могли бы продолжать улучшать это соотношение для будущих мероприятий. Это KPI, который хотели бы видеть заинтересованные стороны, такие как спонсоры и инвесторы;

- успешность мероприятия также можно оценить по количеству обратной связи для спонсоров мероприятия. Охваты и метрики помогают в поиске спонсоров, так как успешное мероприятие гарантирует огласку и популярность спонсорских площадок, которые также ищут партнеров для продвижения своих брендов, услуг или товаров;

- возвращающиеся участники: скорее всего, ваша команда организует повторяющиеся мероприятия, будь то ежемесячно, ежегодно или даже раз в два года. Интересной статистикой для записи является количество постоянных посетителей, которые приходят на последующие мероприятия. Вернувшиеся участники покажут, находит ли контент вашего мероприятия отклик у целевой аудитории, и дадут вам представление о ценности, которую вы создаете для них. Большое количество возвращающихся посетителей – это показатель того, что вы нашли правильную формулу;

- подверженные влиянию учетные записи (ABM). В стратегии событийного маркетинга, основанной на аккаунтах, определение целевых аккаунтов, на которые влияют события (и другие маркетинговые действия), является важным показателем для отслеживания успеха мероприятия. ABM – это, как правило, стратегия, используемая организациями B2B, знакомыми с более длительными циклами продаж и множеством точек соприкосновения. Понимание того, как событие влияет на целевую учетную запись, является ключевым для количественной оценки ценности вашей стратегии ABM.

Определение и измерение успеха мероприятия – это специфический и персонализированный процесс. Какие ключевые показатели эффективности важны, будет зависеть от того, какие цели вы поставили перед своим мероприятием. Однако наличие этих ключевых показателей эффективности в вашем инструментарии поможет вам лучше понять, какие показатели наиболее релевантны желаемому результату вашего мероприятия, и как вы можете начать измерять эти цифры. Не стоит забывать и о прямых экономических показателях: эффективности финансирования, рентабельность мероприятия, доходах, расходах и т.д. [3].

Событийный маркетинг – это новая отрасль развития на рынках России и странах СНГ. Набирающая популярность отрасль нуждается в количественных и качественных измерителях его потенциала, эффективности, доходности. Все вышеуказанные пункты могут помочь реализовать грамотное проведение мероприятия, а также осуществить количественный контроль результатов.

Список использованной литературы

- 1 Макаревич, Ю. О. Event-технологии как основной инструмент позиционирования бизнеса в регионе: учеб, пособие / Ю. О. Макаревич. – М.: Русайнс, 2015. – С. 122.
- 2 Романцов, А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации: практ. пособие / А. Н. Романцов. – М.: Дашков и К: Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 89 с.
- 3 Володина М. Р. Event-маркетинг в сфере организации мероприятий [Электронный ресурс] / М. Р. Володина // Молодой ученый. – 2019. – № 5. – С. 103-106. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36931153>. – Дата доступа: 19.03.2022.

Д. А. ШПАНЬКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени П. О. Сухого)

Науч. рук. **Е. П. Пономаренко,**

канд. экон. наук, доц.

НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ПРОДУКЦИИ В ОАО «ГЗЛИН»

Управление сбытом продукции является важным элементом успешного бизнеса на предприятии. Оно включает в себя планирование, организацию, управление и контроль процессов, связанных с продажей продукции. Основная цель управления сбытом продукции – обеспечение максимального уровня доходности продаж, удовлетворение потребностей покупателей и улучшение качества их обслуживания.

Основу эффективного управления сбытом продукции составляют [1]:

- понимание рынка. Необходимо иметь полные и актуальные данные о рынке, чтобы определить потребности покупателей и выбрать наиболее эффективные стратегии продаж;
- эффективные маркетинговые планы, разработка которых включает исследование целевой аудитории, формирование продуктовых предложений и маркетинговых кампаний;
- качество обслуживания. Важно обеспечить высокое качество обслуживания покупателей, чтобы повысить их заинтересованность в сотрудничестве и увеличить вероятность повторных покупок;
- совершенствование процесса реализации продукции для повышения ее эффективности и рационального использования ресурсов. Необходимо регулярно анализировать и оптимизировать каналы сбыта продукции и методы ее продвижения на рынок.

Для достижения эффективного управления сбытом продукции на промышленных предприятиях необходимо [2]:

- использование современных технологий. Внедрение современных CRM-систем и аналитических инструментов может улучшить эффективность управления сбытом продукции и помочь в принятии эффективных управленческих решений;
- улучшение коммуникации. Совершенствование взаимодействия между отделами предприятия, отвечающими за производство, маркетинг и продажи позволит обеспечить четкую координацию их действий и совместную работу над достижением общих целей;
- повышение квалификации персонала. Предоставление сотрудникам, занимающимся продажами, возможности обучения и развития с целью улучшения их навыков и увеличения эффективности своей работы;
- мониторинг конкурентов и рынков сбыта продукции. Систематический анализ деятельности конкурентов и конъюнктуры рынка позволяет определять тенденции развития рынка и улучшать свою стратегию с учетом сложившейся ситуации.

В процессе изучения системы управления сбытом ОАО «ГЗЛиН» было выявлено, что основным структурным подразделением, которое занимается сбытовой деятельностью на предприятии, является отдел продаж.

Оценивая эффективность функционирования системы управления сбытовой деятельностью на исследуемом предприятии, следует отметить ряд ее достоинств и недостатков. К числу ее достоинств относятся наличие четкой системы подчинения структурных подразделений предприятия и распределение функций между отделами, цехами, высокая компетентность специалистов.

Недостатки системы управления сбытом продукции на предприятии:

- дублирование функций цехов, отделов, снижение ответственности за исполняемую работу в связи с наличием указаний от разных руководителей;
- недостаточная эффективность процессов коммуникации между функциональными отделами;
- за результат деятельности подразделений ответственность несет только руководитель.

В качестве основных направлений повышения эффективности управления сбытом продукции в ОАО «ГЗЛиН» предлагаются следующие:

- разработка эффективной системы учета заказов и доставки;
- совершенствование процессов коммуникации с клиентами и поставщиками, что поможет улучшить обратную связь и управление потоками информации;
- внедрение современных технологий и инструментов управления процессом сбыта, таких как аналитика данных, цифровые платформы, автоматизированных систем принятия управленческих решений, контроллинг;
- реализация эффективной системы мониторинга и анализа продаж, предназначенная для эффективной оценки маркетинговых кампаний и выбора оптимальной стратегии продаж;
- модернизация процессов формирования цены и налаживание эффективных партнерских отношений с поставщиками и дистрибьюторами, что в последствии улучшит конкурентные преимущества предприятия и увеличит прибыль;
- для привлечения внимания сотрудников к процессам, связанным с продажей продукции, и увеличения их вовлеченности в них, рекомендуются курсы повышения квалификации сотрудников в области управления сбытом;
- непрерывный мониторинг и анализ рынка и тенденций для принятия наиболее эффективные решения в области управления сбытом;
- реализация эффективных механизмов управления рисками и контроля качества, во избежание рисков невостребованной продукции и повышение уверенности клиентов в качестве продукции.

Эффективное управление сбытом продукции является ключевым фактором успеха любого предприятия. Важно помнить, что успех в управлении системой сбыта продукции обеспечивает не только устойчивый рост, но и развитие предприятия [3]. Модернизация процессов управления сбытом продукции позволяет повысить удовлетворенность клиентов и увеличить конкурентные преимущества предприятия на рынке. Вышеперечисленные рекомендации помогут улучшить управление системой сбыта продукции в ОАО «ГЗЛиН». Однако, это также требует постоянного мониторинга и адаптации к изменениям в рынке, чтобы удерживать успех в долгосрочной перспективе.

Список использованной литературы

- 1 Каблашова, И. В. Инновационное развитие системы менеджмента качества в условиях цифровизации / И. В. Каблашова, И. В. Логунова // Управление инновационно-инвестиционной деятельностью: к 80-летию юбилею профессора Анисимова Ю.П.: сб. матер. Всероссийской юбилейной научно-практич. конф. – Воронеж: ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», 2019. – С. 86-90.
- 2 Арнович, Н. Ю. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности на предприятии / Н. Ю. Арнович // Экономика и социум. – 2018. – №10. – С. 56-64.
- 3 Володина, Н. Л. Повышение качества организации бизнес-процессов логистической деятельности / Н. Л. Володина, Т. В. Щеголева // Экономинфо. – 2019. – №1. – С. 58-63.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА КАК ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А. С. АПАНАСЬКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. А. Бова**

О НЕКОТОРЫХ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДАХ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ: ОСОБЕННОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Чтобы оставаться конкурентоспособной компанией в современном деловом пространстве, перенасыщенном информацией и данными, необходимо применять аналитику. Для достижения действенных результатов управленческих решений, менеджмент организаций занимается не только анализом данных, но и их прогнозированием. Для данных целей используют различные аналитические подходы.

Аналитику в общем виде можно разделить на следующие группы:

- аналитические инструменты получения данных;
- финансовую аналитику;
- рыночную аналитику;
- аналитику клиентов;
- аналитику кадрового потенциала;
- аналитику операций и бизнес-процессов.

В данной статье уделим внимание обзору современных аналитических инструментов получения исходных данных для принятия управленческих решений.

Аналитические инструменты получения данных можно разделить на количественные и качественные. Количественные методы получения данных означают структурированный опрос людей об их мнениях, которыми дальше руководствуются аналитики: делают выводы и проводят статистику. К качественным методам относят сбор, анализ и интерпретацию данных через наблюдения за тем, что люди делают и говорят. К качественным методам относят: индивидуальные интервью, групповые дискуссии (фокус-группа), экспертные оценки (метод «Дельфи» и др.). К количественным методам можно отнести: устные опросы, анкетирование по почте или телефонное интервью. Качественные опросы, например, полезны, если необходимо узнать мнение о продукте или услуге у клиента, или какие маркетинговые «уловки» оказывают наибольшее влияние на клиентов.

Рассмотрим и сравним некоторые аналитические инструменты получения данных.

Фокус-группа – это форма качественного метода сбора данных, при которой группа специально или случайно отобранных людей собирается для обсуждения определенной темы. Характеристики участников соответствуют характеристикам целевой группы исследования. Участвуя в оживленной дискуссии, участники посредством вербального и невербального общения раскрывают чувства, которые простая анкета, возможно, не в состоянии отразить. Фокус-группы часто используются при разработке продукта в маркетинге, чтобы компания могла оценить, как продукт будет воспринят и какие изменения требуется внести перед его выпуском [1].

Экспертная оценка – это оценка процессов, изучаемых квалифицированными экспертами. Оценка целесообразна, когда невозможно получить прямую информацию о каком-либо процессе или явлении. На практике чаще всего применяют метод «Дельфи». Основная идея – получить максимально объективную и надежную оценку решения проблемы при условии корректной обработки результатов. Метод «Дельфи» может состоять из мозгового штурма, опросов и интервью. Группа людей должна формироваться из независимых экспертов, которые не знакомы друг с другом [2].

Интервью или опрос – это беседа один на один или «один ко многим», в которой интервьюер задает вопросы, чтобы понять тему или собрать больше информации. При проведении 90 % исследований использует этот метод. Опрос может быть проведен в устной или письменной форме. Обычно, в письменных опросах используются закрытые вопросы, ответы на которые заключаются в выборе одного из приведенных [3, с. 122].

Телефонное интервью – это относительно дешевый метод сбора данных любого уровня точности с точки зрения построения выборки. Благодаря оперативности проведения и достижения быстрых результатов данный метод является популярным инструментом среди колл-центров.

В таблице 1 перечислены преимущества и недостатки современных аналитических инструментов сбора исходных данных.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки различных аналитических инструментов сбора данных

Аналитический инструмент	Преимущества	Недостатки
Фокус-группа	– Экономически эффективно; – возможность сбора данных в результате группового взаимодействия; – быстрота получения результатов; – использование относительно большого размера выборки для качественного исследования.	– Исследование не проводится в естественных условиях, и исследователь имеет меньший контроль над генерируемыми данными; – эти данные могут быть сложны для анализа; – интервьюер должен обладать хорошими навыками проведения интервью; – могут потребоваться дополнительные ресурсы.
Телефонное интервью	– Экономия времени; – широкий охват аудитории; – полная анонимность абонента; – высокий уровень отклика; – оперативное получение необходимой информации.	– Короткие вопросы для лучшего восприятия на слух; – в некоторых случаях плохое качество связи вызываемого абонента; – отсутствие визуального контакта – реакция респондента на вопросы не всегда понятна.
Метод «Дельфи»	– Удобен в использовании; – учитывается мнение всех участников, имеющих отношение к вопросу; – способствует формированию независимого мнения; – обеспечивает объективное исследование вопроса с разных сторон.	– Эксперты сразу же исключают неординарные решения, которые могут быть самыми удачными; – общественное мнение не всегда является верным; – большие временные затраты; – организаторы имеют слишком большое влияние на участников.

Таким образом, в статье была исследована базовая классификации аналитических инструментов получения исходных данных для принятия управленческим решений. Можно сделать вывод, что методы получения и обработки данных разнообразны и зависят от области, объекта исследования, поставленных задач. В комплексе могут применяться различные методы получения данных, соответственно, от исследователя требуются глубокие теоретические и практические знания в разных науках. При сборе и обработке информации постоянно требуется верификация. Результаты исследования должны подтверждаться несколькими методами.

Список использованной литературы

1 Tools for Qualitative Researchers: Focus Groups Method [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://web.stanford.edu/group/ncpi/unspecified/student_assess_toolkit/focusGroups.html. – Дата доступа: 10.02.2023.

2 Метод Дельфи: оценка эффективности решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rsv.ru/blog/metod-delfi-ocenka-effektivnosti-reshenij/>. – Дата доступа: 10.02.2023.

3 Мэпп, Б. Ключевые инструменты бизнес-аналитики. 67 инструментов, которые должен знать каждый менеджер / Б. Мэпп; пер. с англ. В. Н. Егорова. – М.: Лаборатория знаний, 2018. – 336 с.

Т. С. КРАЛЕВИЧ

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **Н. Н. Затолгутская,**

канд. экон. наук, доц.

ПЕРСНИФИЦИРОВАННЫЙ УЧЁТ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Основным направлением социальной политики Республики Беларусь является социальное страхование. Обеспечить государственные гарантии человеку призван Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь (далее – ФСЗН) посредством комплекса мероприятий, направленных на улучшение демографической безопасности государства, поддержки людей с ограниченными возможностями, финансирования расходов на проведение мероприятий по обеспечению занятости населения. Средства государственного социального страхования направляются на:

- выплату трудовых пенсий;
- выплату профессиональных пенсий;
- выплату пособий по временной нетрудоспособности;
- беременности и родам;
- в связи с рождением ребенка, по уходу за ребенком в возрасте до 3 лет;
- на погребение;
- прочее финансирование расходов в соответствии с законодательством о государственном социальном страховании.

Происходящее в области социального страхования и обеспечения затрагивает реальные процессы организации бухгалтерского учета и выступает основой системы социальной защиты работников организации.

Персонифицированный учет на территории Республики Беларусь введен с 1 января 2003 года Законом Республики Беларусь «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе государственного социального страхования» [1].

Персонифицированный учет – это организация и ведение учета сведений о каждом гражданине, застрахованном в системе обязательного пенсионного страхования.

Формами документов персонифицированного учета являются: анкета застрахованного лица по форме ПУ-1, сведения о приеме и увольнении по форме ПУ-2, индивидуальные сведения по форме ПУ-3, индивидуальные сведения на профессиональное пенсионное страхование по форме ПУ-6. С 2022 года указанные формы подаются в ФСЗН в виде электронных документов. Порядок их заполнения отражен в постановлении правления ФСЗН Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 19.06.2014г. № 7 «О некоторых вопросах заполнения и приема-передачи форм документов персонифицированного учета» [2]. С 1 января 2023 г. в данную инструкцию внесены изменения, касающиеся в основном сроков и порядка заполнения формы ПУ-3 в части взносов на работников, заключивших договор дополнительного накопительного пенсионного страхования с РУСП «Стравита».

В настоящее время персонифицированный учет в Республике Беларусь позволяет упростить сложную систему сбора, накопления и хранения сведений о каждом застрахованном лице. Для исполнения целей и принципов персонифицированного учета обеспечено открытие каждому работающему гражданину индивидуального лицевого счета.

На рисунке 1 представлена статистическая информация о количестве открытых индивидуальных лицевых счетов в Республике Беларусь за период с 1 января 2016 года по 1 января 2023 года [3].

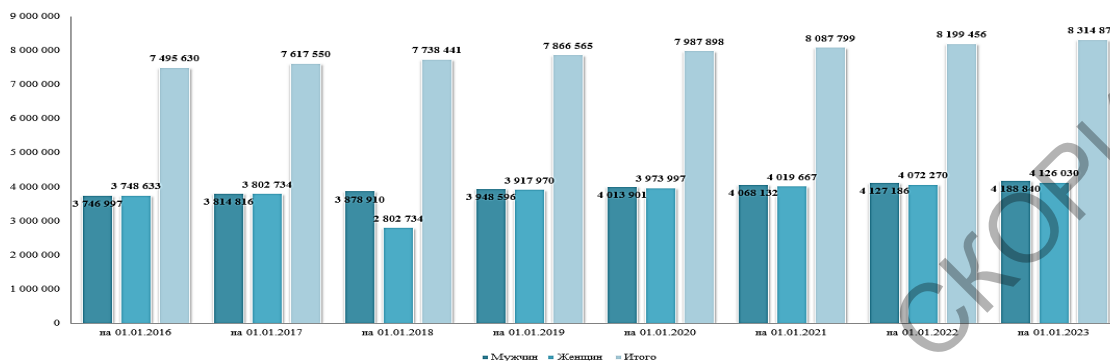


Рисунок 1 – Сведения о количестве открытых индивидуальных лицевых счетов за период с 1 января 2016 года по 1 января 2023 года [3]

Целесообразно выделить следующие проблемы в системе социального страхования и обеспечения Республики Беларусь: отражение неверных и неполных сведений о периодах трудовой деятельности застрахованного лица, в том числе работы с особыми условиями труда, в течение которой за работника уплачивались взносы на профессиональное пенсионное страхование; нарушение сроков уплаты взносов; нарушение заполнения форм персонифицированного учета; отсутствие контроля и анализа за формированием профессионального стажа сотрудников, выполняющих работу в особых условиях труда на рабочих местах; непроработанность в порядке исчисления и отражения профессионального стажа и др.

По нашему мнению, основными путями решения в области персонифицированного учета являются: проведение контроля за своевременным и полным отражением периодов работы трудовой деятельности, в том числе профессионального стажа, путем создания групп контроля, связанных с персонифицированным учетом и имеющих в своем составе специалистов отдела кадров, бухгалтерии, отдела автоматизации, профсоюза; разработка автоматизированной системы для управления в организации сложной цепи сбора документов, подтверждения достоверности сведений, хранения в базе данных; защита информации от несанкционированного доступа; ведение отдельного табеля учета рабочего времени, отработанного во вредных и (или) опасных условиях труда; поощрение личного контроля работников за отражением периодов работы во вредном стаже и уплатой обязательных страховых взносов; проведение информационной работы в организации о формировании стажа и профессионального стажа.

Таким образом, решение проблем персонифицированного учета организации будет способствовать приведению механизма государственной пенсионной системы в соответствие с рыночными отношениями, даст возможность развивать государственное социальное страхование.

Список использованной литературы

1 Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе государственного социального страхования: Закон Респуб. Беларусь от 6 января 1999 г. № 230-З [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=H19900230>. – Дата доступа: 03.02.2023.

2 О некоторых вопросах заполнения и приема-передачи форм документов персонифицированного учета: постанов. Правления ФСЗН Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 19 июля 2014 г., № 7 [Электронный ресурс]. – Минск, 2023. – Режим доступа: <http://www.ssf.gov.by>. – Дата доступа: 02.02.2023.

3 Официальный сайт Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ssf.gov.by>. – Дата доступа: 02.02.2023.

Л. А. ЛОГИНОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ CAMELS

Рейтинг имеет важное значение для деятельности банков, так как определяет их место и уровень финансовой устойчивости не только в Республике Беларусь, но и в мировой банковской системе. Рейтинги банков, как правило, находятся между значениями «1» и «5», где «1» является лучшим показателем, а «5» – низким.

Существует множество методик и систем оценки, характеризующих финансовую устойчивость банков. Зачастую обоснование выбора того или иного набора показателей для оценки деятельности банков представляется затруднительным, поскольку каждая методика имеет как свои преимущества, так и недостатки при ее использовании на практике. На наш взгляд, наибольшей комплексностью и полнотой по своим характеристикам обладают показатели, входящие во всемирно признанную рейтинговую систему CAMELS [1], которые измеряют финансовую устойчивость финансовых учреждений на основе шести факторов, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Основные компоненты рейтинговой системы CAMELS

Компоненты рейтинга	Трактовка показателей рейтинга
Достаточность капитала, CapitalAdequacy (C)	Оценка размера капитала банка с точки зрения его достаточности для защиты интересов вкладчиков и поддержания платежеспособности.
Качество активов, AssetQuality (A)	Способность обеспечить возврат активов, воздействие проблемных кредитов на общее финансовое состояние банка.
Менеджмент, Management (M)	Оценка методов управления банком с точки зрения эффективности деятельности, методов управления и контроля.
Поступления, Earnings (E)	Достаточность доходов банка для перспективного развития и роста.
Ликвидность, Liquidity (L)	Способность банка обеспечить своевременное и полное выполнение своих обязательств.
Чувствительность к рыночному риску, SensitivitytoRisk (S)	Степень реагирования банка на изменение ситуации на рынке.

Обоснуем преимущества и недостатки каждого из показателей:

1 Достаточность капитала измеряет денежные резервы банков и финансовых учреждений относительно минимальных требований к капиталу, установленных регулируемыми органами. Чтобы получить высокий рейтинг достаточности капитала, финансовые учреждения должны быть в пределах минимальных требований к капиталу, установленных регуляторами.

2 Качество активов измеряет качество кредитов банка и других активов на основе как кредитного, так и рыночного риска. Он включает в себя выявление и оценку потенциальных факторов риска по отношению к генерируемой прибыли от капитала. Кредитный риск измеряется путем оценки качества кредитов и кредитоспособности заемщиков. Инвестиции в государственные облигации и кредиты корпорациям с высоким кредитным рейтингом считаются безопасными, в то время как корпоративные кредиты компаниям с низким кредитным рейтингом считаются низкокачественными кредитами. Рейтинг качества активов также измеряет рыночный риск, оценивая, как рыночная стоимость инвестиций банка будет меняться в различных условиях. Он включает в себя стресс-тестирование рыночной стоимости ценных бумаг на изменение ключевых экономических показателей, таких как процентные ставки и инфляция.

3 Менеджмент измеряет способность руководства управлять повседневными операциями, выполнять ключевые функции и адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям для управления факторами инвестиционного риска. Это также включает в себя внутренний обзор политики управления для обеспечения того, чтобы она соответствовала нормативным руководящим принципам.

4 Прибыль измеряет способность банка последовательно генерировать стабильную прибыль с поправкой на риск. Банк генерирует прибыль, фиксируя разницу в спреде между ставкой, по которой он кредитует, и ставкой, по которой он платит по депозитам. Способность банка последовательно увеличивать свои доходы и депозиты является ключевым фактором, определяющим его будущие перспективы.

5 Ликвидность измеряет способность банка выполнять свои краткосрочные обязательства, включая изъятие депозитов. Это распространяется и на идентификацию активов, которые могут быть легко конвертированы в наличные деньги. Регуляторы оценивают ликвидность, сопоставляя объем и качество ликвидных активов относительно краткосрочных обязательств учреждения. Коэффициент покрытия ликвидности рассчитывается, чтобы понять имеет ли банк достаточный объем ликвидных активов. Для этого рассматриваются только высококачественные ликвидные активы.

6 Чувствительность к рыночному риску измеряет, насколько чувствительны доходы банка к определенным факторам риска. Регулирующие органы используют информацию о чувствительности, чтобы понять, как воздействие учреждения распределяется между конкретными отраслями. Затем информация используется для оценки того, как кредитование капитала в конкретных отраслях может повлиять на доход и кредитный риск банка. Рейтинг чувствительности также оценивает чувствительность к доходам на основе подверженности волатильности на валютных рынках, сырьевых товарах, акциях и производных инструментах.

По своему набору характеристик данные показатели способны обеспечить наиболее полную оценку уровня финансовой устойчивости любого банка во взаимосвязи с оценкой качества банковского менеджмента в соответствии с критериями, представленными в таблице 2.

Таблица 2 – Рейтинговая оценка банка по системе CAMELS

Уровень надежности банка	Комплексное значение рейтинга	Характеристика уровня надежности	Оценка качества менеджмента банка
1	2	3	4
Высокий	1	Банки надежны по всем значениям показателей. Они могут бороться с экономическим падением и считаются стабильными.	Банк имеет квалифицированное руководство.
	2		

Окончание таблицы 2

1	2	3	4
Средний	3	Банки имеют невысокие значения отдельных показателей. Если данные недостатки не исправить в установленные сроки, то это может привести к существенным проблемам в сфере платежеспособности и ликвидности банка.	Банковские органы надзора должны дать четкие рекомендации руководству банка для преодоления существующих задач.
Низкий	4	Банки ненадежны по ряду показателей и имеют низкий уровень платежеспособности, что требует внимательного мониторинга.	Требуется незамедлительное принятие мер от руководства и органов контроля.
	5		

Таким образом, рейтинг банков по системе CAMELS определяется в зависимости от оценки их деятельности по шести компонентам, позволяющим выявлять факторы для оценки качества менеджмента и финансового состояния банка.

Список использованной литературы

1 CAMELS Rating System – Composite Risk Management Operational Course [Electronic resource]. – 2023. – Access mode: CAMELS Rating System - Composite Risk Management Operational Course (academicwritingbook.blogspot.com). – Access date: 07.02.2023.

Е. В. МАТЮШОНОК

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **Н. Н. Затолгутская,**

канд. экон. наук, доц.

ПРИМЕНЕНИЕ СУДЕБНО-БУХГАЛТЕРСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ПРИ РАССЛЕДОВАНИИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ

Судебно-бухгалтерская экспертиза прошла определённую эволюцию, которая обусловлена совершенствованием бухгалтерского учёта, контроля и аудита. Эффективное противодействие нарушениям в сфере экономики и обеспечение экономической безопасности всех хозяйствующих субъектов невозможно без осуществления необходимого контроля за их деятельностью. Контроль в экономической сфере достаточно разнообразен, отличается множественностью форм и методов. Но, в деятельности правоохранительных органов важное значение приобретает такая форма контроля, как судебно-бухгалтерская экспертиза.

Судебно-бухгалтерская экспертиза – это процессуально-правовая форма применения экспертно-бухгалтерских знаний в целях получения источника доказательств по уголовным и гражданским делам [1].

Судебно-бухгалтерская экспертиза включает в себя специфические методы экспертного исследования, которые разработаны на основе развития экономической науки. Это документальные, расчетно-аналитические, метод обобщения и реализации результатов экспертизы. Сотрудники правоохранительных органов часто сталкиваются с серьезными трудностями при раскрытии и расследовании преступлений в экономической сфере. Источником информации в том или ином правонарушении часто становится бухгалтерская информация, разобраться в которой может не каждый. Для ее анализа необходимо проведение экспертного исследования.

Судебно-бухгалтерская экспертиза исследует производственную и финансово-хозяйственную деятельность предприятий различных форм собственности. Производство судебно-бухгалтерской экспертизы в Республике Беларусь может осуществляться только квалифицированными специалистами, имеющими соответствующее разрешение на проведение таких проверок. Эксперт-бухгалтер – это лицо, обладающее необходимыми познаниями в области бухгалтерского учета, прошедшее специальную подготовку по судебно-бухгалтерской экспертизе и получившее квалификацию эксперта-бухгалтера [1].

Эксперт-бухгалтер не имеет права сам собирать документы, а рассматривает лишь те, которые были ему предоставлены следователем. Если материалов недостаточно, эксперт-бухгалтер составляет ходатайство о предоставлении необходимых дополнительных материалов, которые он может заявить как в момент назначения экспертизы, так и в процессе её проведения. Эксперт-бухгалтер указывает перечень документов необходимых для проведения его исследований. Если эксперт-бухгалтер получает отказ, то он сообщает об этом органу, назначившему экспертизу. Не могут рассматриваться в качестве объектов судебно-бухгалтерской экспертизы постановления, инструкции, распоряжения, указы и декреты, так как в этих актах могут содержаться лишь общие правила организации и ведения бухгалтерского учёта, а также рекомендации для отдельных организаций [1]. Постановления, материалы, поступившие к эксперту-бухгалтеру для производства экспертизы, регистрируются в журнале регистрации экспертиз. Журнал ведется в прошитом, пронумерованном виде, скрепляется подписью уполномоченного лица и печатью Государственного комитета судебных экспертиз Республики Беларусь.

В результате проведенной судебно-бухгалтерской экспертизы, эксперт-бухгалтер составляет заключение в письменном виде, которое включает в себя три части: вводную, исследовательскую и выводы. Выводы излагаются четким и ясным языком. В случаях, если вывод не может быть сформулирован без подробного описания результатов исследования, изложенных в исследовательской части и содержащих исчерпывающий ответ на поставленный вопрос, допускаются ссылки на исследовательскую часть заключения эксперта. Заключение эксперта является доказательством в судах, на его основании в совокупности с другими доказательствами может быть установлена виновность или невиновность лица в совершении правонарушения в экономической сфере, что определяет его важность. Компетенция эксперта-бухгалтера связана с предметом бухгалтерской экспертизы.

Предметом судебно-бухгалтерской экспертизы выступает бухгалтерская документация, отражающая хозяйственные операции, связанные с финансово-хозяйственной деятельностью.

Объектом судебно-бухгалтерской экспертизы являются следующие документы и регистры:

- документы бухгалтерского учёта (карточки учета, лимитно-заборные карты, инвентаризационные описи, электронная база данных, хранящаяся на компьютерных носителях и др.);
- другие материалы дела (протоколы допросов, акты документальных ревизий, акты изъятия документов, заключения экспертов в других областях знаний) [1].

Необходимость назначения судебно-бухгалтерской экспертизы возникает в следующих случаях:

- при подтверждении наличия и подлинности документов, отражающих движение активов;
- при проверке соответствия документации о проведении финансово-хозяйственных операций необходимым требованиям нормативных актов по ведению бухгалтерского учета;
- при определении слабых мест в ведении бухгалтерского учета, ставших причиной материального ущерба организации;
- при получении точных данных по факту недостачи или излишка материальных и (или) финансовых ресурсов, определения объемов и источников образования ущерба организации.

В настоящее время имеются перспективы в развитии института судебно-бухгалтерской экспертизы, и его будущее связано с действиями государства в области развития законодательства, а также в области развития рынка услуг, бизнеса, науки и в сфере инноваций. Для совершенствования института судебно-бухгалтерской экспертизы необходимо продол-

жить исследования возможных факторов внедрения информационных технологий в судебно-бухгалтерскую экспертизу. Необходимо обязательно использовать комплексный программный продукт для эксперта бухгалтера, который будет содержать в себе определенные контролирующие функции, а также возможность выводить результаты экспертизы.

Список использованной литературы

1 О судебно-экспертной деятельности: Закон Респуб. Беларусь от 18 декабря 2019 г. № 281-3 (в ред. Закона Респуб. Беларусь от 6 января 2021 г. № 93-3) [Электронный ресурс]. – Минск, 2023. – Режим доступа: https://sudexpert.gov.by/ru/lic_npa.html. – Дата доступа: 14.02.2023.

М. В. МЕЖЕВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. А. Алексеенко,**

канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИЙ БАНКА С ЭЛЕКТРОННЫМИ ДЕНЬГАМИ

Электронные деньги – относительно новое средство платежа, которое имеет инновационный потенциал. Применение электронных денег возможно при организации всей системы субъектов, взаимодействующих между собой, образуя систему расчетов. Электронные деньги в настоящий период в Республике Беларусь захватывают небольшую нишу расчетных операций по реальным сделкам на малые суммы [1, 2].

Оценка эффективности операций банка с электронными деньгами предполагает расчет и оценку динамики следующих основных коэффициентов:

–коэффициент соотношения комиссионных доходов и комиссионных расходов (CIR) – формула 1:

$$CIR = CI/CE, \quad (1)$$

где CI – комиссионные доходы по операциям с электронными деньгами, тыс. руб.;

CE – комиссионные расходы по операциям с электронными деньгами, тыс. руб.;

–коэффициент соотношения чистых комиссионных доходов по операциям с электронными деньгами к сумме эмитированных электронных денег (Coef₁) – формула 2:

$$Coef_1 = nCI/IEM, \quad (2)$$

где nCI – чистые комиссионные доходы по операциям с электронными деньгами, тыс. руб.;

IEM – сумма эмитированных электронных денег, тыс. руб.;

–коэффициент соотношения чистых комиссионных доходов по операциям с электронными деньгами к сумме погашенных электронных денег (Coef₂) – формула 3:

$$Coef_2 = nCI/REM, \quad (3)$$

где REM – сумма погашенных электронных денег банком, тыс. руб.;

–коэффициент соотношения чистых комиссионных доходов по операциям с электронными деньгами к количеству открытых электронных кошельков (Coef₃) (формула 4):

$$\text{Coef}_3 = nCI / \text{OEW}, \quad (4)$$

где OEW – количество открытых электронных кошельков, по которым возможно совершение операции.

Практика применения рассмотренной методики представлена в таблице 1. Анализируя данные таблицы 1, можно отметить, что показатель чистых комиссионных доходов ОАО «Банк» по операциям с электронными деньгами характеризовался ежегодным ростом. Так, сумма полученных чистых комиссионных доходов составила 6 426 тыс. руб. в 2021 году. Опережающий прирост комиссионных расходов вместе с замедлением роста чистых доходов обусловил снижение коэффициента соотношения комиссионных доходов и расходов – на 0,05 в 2021 году и в 2020 году на 0,04.

Таблица 1 – Динамика показателей эффективности операций ОАО «Банк» с электронными деньгами за 2019 – 2021 гг.

Показатели	2019	2020	2021	Отклонение		Темп роста, %	
				2020 от 2019	2021 от 2020	2020 к 2019	2021 к 2020
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Средства по операциям с электронными деньгами, тыс. руб.	3 317	2 050	2 506	-1 267	456	62,0	122,2
2 Комиссионные доходы по операциям с электронными деньгами (CI), тыс. руб.	7 003	8 807	10 222	1 804	1 415	125,8	116,1
3 Комиссионные расходы по операциям с электронными деньгами (CE), тыс. руб.	2 518	3 207	3 796	689	589	127,4	118,4
4 Чистые комиссионные доходы по операциям с электронными деньгами (nCI), тыс. руб.	4 485	5 600	6 426	1 115	826	124,9	114,8
5 Сумма эмитированных электронных денег (IEM), тыс. руб.	199 096	197 960	194 746	-1 136	-3 214	99,4	98,4
6 Сумма погашенных электронных денег банком (REM), тыс. руб.	196 060	203 500	193 466	7 440	-10 034	103,8	95,1
7 Количество открытых электронных кошельков, по которым возможно совершение операций (OEW)	55 391	55 341	59 287	-50	3 946	99,9	107,1
8 Коэффициент соотношения комиссионных доходов и комиссионных расходов (CIR)	2,78	2,74	2,69	-0,04	-0,05	×	×
9 Коэффициент соотношения чистых комиссионных доходов по операциям с электронными деньгами к сумме эмитированных электронных денег (Coef ₁)	2,25	2,83	3,30	0,58	0,47	×	×
10 Коэффициент соотношения чистых комиссионных доходов по операциям с электронными деньгами к сумме погашенных электронных денег (Coef ₂)	2,28	2,75	3,32	0,47	1,21	×	×

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8
11 Коэффициент соотношения чистых комиссионных доходов по операциям с электронными деньгами к количеству открытых электронных кошельков (Coef ₃)	8,10	10,12	10,80	2,02	0,68	×	×

По показателю соотношения чистых комиссионных доходов к сумме эмитированных электронных денег за период с 2019 по 2021 годы можно отметить положительную динамику, вследствие которой в 2020 году показатель увеличился на 0,58 п.п., а в 2021 году увеличился еще на 0,47 п.п. и составил 3,3 %. Это говорит о росте уровня доходности в расчете на 1 руб. эмитированных электронных денег банка. Аналогичная динамика была характерна и для показателя соотношения чистых комиссионных доходов и погашенных электронных денег. По показателю соотношения чистых комиссионных доходов к количеству открытых электронных кошельков за период с 2019 по 2021 годы также наблюдался рост: за 2020 год составил 2,02 п.п.; за 2021 год – 0,68 п.п. Это говорит о росте средней доходности в расчете на 1 электронный кошелек, открытый в банке. То есть в целом можно отметить рост эффективности проводимых банком операций с электронными деньгами. Таким образом, проведенный анализ операций ОАО «Банк» с электронными деньгами позволяет сделать вывод о начальной стадии развития электронных денег в анализируемом банке.

Список использованной литературы

- 1 Развитие в Республике Беларусь рынка электронных денег [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by>. – Дата доступа: 22.01.2023.
- 2 Системы расчетов с использованием электронных денег в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10538.pdf>. – Дата доступа: 22.01.2022.

С. С. СИДОРОВИЧ

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **П. Г. Пономаренко,**

канд. экон. наук, доц.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ЗАТРАТАМИ

Важнейшим условием успешного развития предприятия и повышения конкурентоспособности производимой им продукции (работ, услуг) является правильный выбор механизма и методов управления производственными затратами.

Затраты – стоимость ресурсов, приобретенных и (или) потребленных организацией в процессе осуществления деятельности, которые признаются активами организации, если от них организация предполагает получение экономических выгод в будущих периодах, или расходами отчетного периода, если от них организация не предполагает получение экономических выгод в будущих периодах [1].

Под управлением понимается целенаправленное воздействие субъекта управления на его объект с целью достижения определенных результатов. Следовательно, управление затратами – это воздействие на них с целью повышения эффективности деятельности компании и достижения высокого экономического результата. Это относится ко всем элементам управления [2].

К задачам управления затратами относятся [3, с. 86]:

- определение роли затрат как фактора повышения экономической эффективности;
- расчет затрат отдельных подразделений компании;
- расчет необходимых затрат на единицу продукции;
- подготовка информационной базы, позволяющей оценить затраты и принять правильное бизнес-решение;
- поиск резервов снижения затрат на всех этапах хозяйственного процесса и во всех подразделениях компании.

В практике учета производственных затрат и калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг) применяются следующие методы управления ими:

1 Директ-костинг предусматривает калькуляцию фактической себестоимости произведенной и реализованной продукции (работ, услуг) по сумме прямых производственных затрат. Согласно этому методу на счетах 20 «Основное производство» и 23 «Вспомогательные производства» учитываются только прямые (переменные) затраты, а постоянные косвенные затраты, учтенные на счетах 25 «Общепроизводственные затраты» и 26 «Общехозяйственные затраты» списываются на увеличение расходов по текущей деятельности [4].

2 Абзорпшен-костинг представляет собой систему калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг), при которой прямые производственные затраты (материалы, сдельная заработная плата основных производственных рабочих и др.) и производственные накладные расходы (арендная плата, амортизация основных средств и нематериальных активов, коммунальные услуги и др. виды затрат) включаются в себестоимость продукции [5].

3 Стандарт-костинг – это система расчета себестоимости продукции (работ, услуг) и управления затратами, предусматривающая применение нормативов по отдельным их видам, проведение анализа отклонения фактических затрат от нормативных и принятие управленческих решений по результатам анализа отклонений [6].

4 Метод ABC заключается в организации учета и распределения накладных расходов по всей номенклатуре производимой продукции (работ, услуг). Его использование предполагает применение в качестве базы распределения накладных расходов показателей, не связанных с объемами производства. Метод ABC в основу управления производственными затратами включает процессы или отдельные операции. Попроцессный учет, контроль и анализ затрат дает возможность управлять прямыми и косвенными производственными затратами в ходе осуществления производственного процесса [7].

Рассмотренные методы управления затратами, относящиеся как к стратегическому, так и к операционному управлению, достаточно разнообразны по своему содержанию, различаются по целям и особенностям применения. По нашему мнению, метод учета производственных затрат и калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг) должен выбираться организацией самостоятельно с учетом технологических особенностей производства и возможностей информационной системы предприятия.

В условиях жесткой конкуренции среди производителей как на отечественном, так мировых рынках сбыта, диверсификации производства, роста стоимости сырьевых ресурсов необходима целостная система управления себестоимостью продукции (работ, услуг). Поэтому предпочтение должно быть отдано системе учета производственных затрат и калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг), которая давала бы наиболее объективные результаты для их анализа и управления.

Список использованной литературы

1 Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов: постанов. Министерства финансов Респуб. Беларусь от 30.09.2011 г. № 102 [Электронный ресурс] // Эталон Online. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=w21224697&q_id=4834834. – Дата доступа: 03.02.2023.

2 Якупов, И. Ф. Основные принципы и методы управления затратами на производство продукции / И. Ф. Якупов // Проблемы современной экономики: матер. II Междунар. науч. конф. [Электронный ресурс]. – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 131-134. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/56/2635/>. – Дата доступа: 05.02.2023.

3 Гомонко, Э. А. Управление затратами на предприятии: учеб. / Э. А. Гомонко, Т. С. Тарасова. – М.: КНОРУС, 2010. – 320 с.

4 Директ-костинг в управленческом учете: суть метода и способы применения // Финансовая академия Актив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/336TDG>. – Дата доступа: 05.02.2023.

5 Абзорпшен- и директ-костинг, или отчетность глазами финансового менеджера // ООО «NORMA» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/33TNiX>. – Дата доступа: 05.02.2023.

6 Формирование себестоимости продукции на предприятии // Система управления обучением ФГАОУ ВО «СГЭУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/33TNpX>. – Дата доступа: 05.02.2023.

7 Метод учета затрат (ABC): сущность и назначение // Бобродобро [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://buh.bobrodobro.ru/19218>. – Дата доступа: 05.02.2023.

М. В. МИХМЕЛЬ

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **С. Л. Шатров,**

канд. экон. наук, доц.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СРЕДСТВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

Перед управляющим и службой безопасности организации важнейшей проблемой является обнаружение и минимизация внутренних угроз. Обеспечение экономической безопасности влияет на дальнейшее существование предприятия. От качества учетно-аналитической информации зависит эффективная деятельность компании, которая отражает все процессы деятельности предприятия и помогает отслеживать эффективность использования ресурсов. С помощью экономической безопасности, которая выступает одним из приоритетных функциональных направлений, можно исключить вероятность правонарушений, убытков в деятельности предприятия и утечку информации.

Основная цель бухгалтерского учета – своевременное предоставление внутренним и внешним пользователям в соответствии с законодательством или информационными потребностями достоверных данных с целью принятия управленческих решений [1]. Но не всегда бухгалтерская информация бывает достоверной.

Выделяют следующие бухгалтерские ошибки, которые возникают в ходе осуществления бухгалтерского учета: процедурные (возникают при неправильном оформлении первичных документов, учетных регистров и бухгалтерской отчетности) и технологические (возникают при использовании старых программ бухгалтерского учета и при сбоях в работе компьютера). В свою очередь процедурные ошибки бывают: в дате отражения хозяйственной операции; отсутствии первичных документов; неправильном составлении корреспонденции счетов; неполном отражении резервов в бухгалтерской отчетности; неправильном отражении обязательств и задолженностей; ошибочной оценке активов и обязательств; неверном отражении информации в отчетных формах [2].

Все эти ошибки в целях обеспечения экономической безопасности организация должна нейтрализовать. Согласно статистическим данным в 2021 году общее количество преступлений экономической направленности составило 975, что на 8,9 % больше чем в 2020 году (таблица 1).

Необходимо отметить, что все перечисленные виды мошенничества неразрывно связаны с данными бухгалтерского учета, поэтому махинации с данными бухгалтерского учета имеют первостепенную значимость и требуют особого внимания.

Таблица 1 – Состав преступлений экономической направленности в Республике Беларусь за 2017 – 2021 гг. [3]

Виды преступлений экономической направленности	Годы				
	2017	2018	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6
ВСЕГО	6 306	5 963	5 513	5 185	5 719
мошенничество	4 156	4 239	4 191	4 290	4 744
в сфере экономической деятельности	2 150	1 724	1 322	895	975
<i>из них:</i>					
изготовление, хранение либо сбыт поддельных денег или ценных бумаг	922	810	739	528	634
нарушение правил о сделках с драгоценными металлами и (или) драгоценными камнями	28	19	8	0	0
предпринимательская деятельность, осуществляемая без специального разрешения (лицензии)	97	109	24	7	6
уклонение от уплаты сумм налогов, сборов	415	243	132	101	172
контрабанда	30	36	31	23	28
приобретение либо сбыт материальных ценностей, заведомо добытых преступным путем	128	108	59	68	54
уклонение от погашения кредиторской задолженности	353	167	149	70	19
обман потребителей	12	9	5	7	0

Подразделениями органов внутренних дел в 2021 году было выявлено 975 преступлений в сфере экономической деятельности. За исследуемый период с 2017 по 2021 год наблюдается снижение количества экономических преступлений. Система учета и контроля выступает в качестве наиболее полного источника информации и является одним из механизмов защиты, как информации, так и имущества предприятия, и обладает контрольными и аналитическими свойствами.

Особенности организации бухгалтерского учета в хозяйствующем субъекте в первую очередь находят свое отражение в учетной политике. Учетная политика, приказы и распоряжения составляют нижний уровень регулирования бухгалтерского учета [4].

Следовательно, в целях формирования надежной системы экономической безопасности предприятия следует осуществить комплекс предварительных мероприятий, способствующих развитию информативной системы. В первую очередь, это формирование распорядительных документов, характеризующих перечень информации, относящейся к коммерческой тайне, схему доступа к документам, учетным программам, а также установление полномочий персонала в части доступа и хранения коммерческой тайны. Стратегически выстроенная си-

стема управления предприятием обязана давать прогноз по наиболее опасным угрозам, а также создавать систему мер по их своевременному предотвращению, либо сокращению их воздействия. Прогнозирование начинается с налаживания системы бухгалтерского учета, а также управления информационными потоками [5].

Таким образом, бухгалтерский учет является неотъемлемой частью экономической безопасности любой организации. Важность этого элемента определяется необходимостью регулирования и регистрации хозяйственных операций с целью обеспечения управленческих решений, направленных на развитие предприятия.

Список использованной литературы

1 Купрюшина, О. М. Бухгалтерский учет как элемент экономической безопасности / О. М. Купрюшина, Е. А. Володина // Учетно-аналитическое и правовое обеспечение экономической безопасности коммерческой организации: матер. I Междунар. студ. науч.-практич. конф. – Воронеж: Воронежский гос-й ун-т, 2018. – С. 102-105.

2 Королев, М. И. Системы экономической безопасности предприятия / М. И. Королев. – М.: Маска, 2011. – 352 с.

3 Состав преступлений экономической направленности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/pravonarusheniya>. – Дата доступа: 29.01.2023.

4 Сарунова, М. П. Оптимизация дебиторской задолженности в системе управления текущими активами как фактор устойчивого развития экономических субъектов / М. П. Сарунова [и др.] // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – № 2 (51). – С. 149-153.

5 Хулхачиева, Г. Д. Развитие внутреннего контроля в условиях цифровой экономики / Г. Д. Хулхачиева [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 2 (115). – С. 998-1002.

Е. В. ХАЦКЕВИЧ

(г. Барановичи, Барановичский государственный университет)

Науч. рук. **Н. С. Недашковская,**

канд. экон. наук, доц.

ЦИФРОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Основным стратегическим направлением дальнейшего развития экономики является цифровая трансформация. В бухгалтерском учете находят применение информационные технологии, представляющие собой совокупность методов получения, обработки, передачи, хранения и использования информации. Основной средой для информационных технологий являются информационные системы. Это совокупность различных средств, методов, используемых для сбора, обработки, хранения и представления информации, которые направлены на достижение определенной цели. С появлением ПК и развитием телекоммуникаций появилась возможность обрабатывать информацию в местах ее получения, исключив все промежуточные звенья. В результате чего все технологические процедуры от ввода информации до получения выходных данных могут выполняться непосредственно на рабочих местах. Это особенно актуально в работе бухгалтера, который готовит информацию для различных внутренних и внешних пользователей.

Учет денежных средств представляет собой особый раздел бухгалтерской системы, регулируемый нормативными правовыми актами, требования которых являются обязательными к исполнению. Кассовая дисциплина представляет собой совокупность обязательных к исполнению правил, которые должны соблюдаться при совершении хозяйственных операций с денежной наличностью юридическими лицами всех форм собственности [1].

Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учёте и отчётности» от 12 июля 2013г. № 57–З [2], который определяет принципы бухгалтерского учета и отчетности, порядок государственного регулирования и подготовки учетной политики организации. Закон определяет необходимость оформления каждой хозяйственной операции первичным документом, информация которых подлежит своевременной регистрации в регистрах бухгалтерского учета. Регистры могут составляться вручную или с помощью специальных автоматизированных систем, которые формируют формы отчётности организации, в том числе по денежным средствам.

Важным элементом реализации операций с кассовыми операциями является выбор программного обеспечения, т.е. усовершенствование бухгалтерских программ. Ведь это важнейший элемент автоматизированных информационных систем, предназначенных для отражения информации учета кассовых операций. Разработкой и созданием компьютерных систем автоматизации бухгалтерского учета занимается большое количество специализированных организаций.

Одной из наиболее актуальных программ является «Касса». Данная программа предназначена для ведения кассовых операций, формирования приходных кассовых ордеров, расходных кассовых ордеров, кассовой книги, оборотной ведомости по счету 50 «Касса».

Движение по кассе – в этом пункте меню отображаются все кассовые операции предприятия. Добавив приходный или расходный документ его можно сформировать и распечатать. Есть также функция для расчета остатка на указанную дату, которая позволяет контролировать остаток в кассе сверх установленного лимита. А также есть, проверка лимита кассы – этот пункт главного меню программы «Касса» позволяет произвести автоматическую проверку нарушения установленного лимита за указанный период на основании кассовых документов, внесенных в пункте «Движение по кассе».

Бухгалтерский учёт денежных средств в автоматизированном режиме ведется в соответствии с требованиями типового плана счетов. Большинство организаций Республики Беларусь при переходе на автоматизированную форму учета используют программу «1С: Бухгалтерия». Наиболее совершенной при организации учета денежных средств является версия данной программы – «1С: Бухгалтерия 8.3». Она объединила все лучшее из предыдущих версий и расширилась новыми функциями с учетом пожеланий пользователей. К примеру, основными документами для отражения в учёте кассовых операций являются приходные и расходные кассовые ордера. Найти их можно в пункте главного меню программы «Документы». При составлении приходного кассового ордера сначала нужно установить, по какой кассе, рублевой или валютной, оформляется приход денежных средств. А в реквизите «Принято от» необходимо указать лицо или организацию, от которой принимаются денежные средства. Если это сотрудник организации, то есть возможность выбрать из справочника «Сотрудники», нажав кнопку выбора.

В Республике Беларусь на законодательном уровне утвержден обязательный порядок применения контрольно-кассовой техники всеми организациями, что следует из Положения «О требованиях к программной кассовой системе, программной кассе, оператору программной кассовой системы, а также порядке работы комиссии по оценке на соответствие предъявляемым требованиям» от 29.03.2018 г. № 10 [3]. Внедрение онлайн-касс определено обязанностью всех пользователей обеспечить передачу фискальных данных в виде соответствующих документов в момент осуществления расчета в налоговые органы. Онлайн-касса формирует кассовый чек нового образца, в котором отражается информация об организации-продавце, о проданных товарах, оказанных услугах, о времени и дате продажи, QR-код, а также ссылку на сайт МНС, пройдя по которой можно отследить направление чека в налоговые органы.

Таким образом, современные учетные программы трансформируются под влиянием изменений, происходящих в экономической системе. Соответствующие изменения в учёте, т.е. уклон на автоматизацию, на совершенствование систем бухгалтерского учёта операций с денежными средствами, происходят исходя из форм организации расчетов, внутри которых осуществляется формирование базовых правил ведения учета, основанных на нормах действующего законодательства. В зависимости от используемой программы, каждая организация не только сможет осуществить свою работу в рамках законодательства, предотвратив возможные негативные последствия, а также повысит эффективность принимаемых решений по управлению денежными средствами.

Список использованной литературы

1 Зуева, И. А. Организация бухгалтерской службы и функционал бухгалтера в условиях развития цифровой экономики / И. А. Зуева // Актуальные проблемы современного общества и пути их решений в условиях перехода к цифровой экономике: матер. XIV Междунар. науч. конф.: в 4-х частях; под ред. А. В. Семенова, Н. Г. Малышева, Ю. С. Руденко. – М.: Московский университет им. С. Ю. Витте, 2018. – С. 246-255.

2 О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респуб. Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 (с изм. и доп. от 11 октября 2022 г. № 210-3) [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057>. – Дата доступа: 10.02.2023.

3 Об утверждении Положения о требованиях к программной кассовой системе, программной кассе, оператору программной кассовой системы, а также порядке работы комиссии по оценке на соответствие предъявляемым требованиям: постан. Министерства по налогам и сборам Респуб. Беларусь от 29.03.2018 г. № 10 (с изм. и доп. от 29.12.2022 г. № 41). [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W21833042&p1=1>. – Дата доступа: 10.02.2023.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

А. С. АКУШКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р. физ.-мат. наук, проф.

К ВОПРОСУ О САМОДОСТАТОЧНОСТИ БЮДЖЕТА ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

В работе анализируется динамика показателей самодостаточности бюджета Гомельской области. При этом под экономической самодостаточностью местного образования (области, района) понимается «степень обеспеченности местного бюджета собственными доходными источниками, необходимая для решения вопросов местного значения на уровне, адекватном современным требованиям к качеству жизни с учетом законодательной и социально-экономической ситуации и развития местного образования преимущественно на основе собственных ресурсов» [1, с. 41].

Общепризнанной методики оценки самодостаточности сегодня не существует. На практике встречаются различные подходы. При этом все их объединяет необходимость сопоставления доходов и расходов бюджета, а различаются они, как правило, составом последних и методиками сопоставления.

Для оценки уровня самодостаточности бюджета Гомельской области в данной работе используются методика Е.А. Ермаковой и О.В. Болякиной, предложенная в работе [2]. Эта методика опирается на такой показатель самодостаточности, как коэффициент финансовой самостоятельности местного образования. Коэффициент $K_{ф.с.}$ задается следующей формулой (1):

$$K_{ф.с.} = \frac{\sum СД + ПД}{ДБ}, \quad (1)$$

где СД – величина собственных доходов (местные налоги и неналоговые доходы), руб.;

ПД – доходы, передаваемые на постоянной основе и закрепленные в Бюджетном кодексе Российской Федерации, руб.;

ДБ – совокупные доходы бюджета муниципального образования, руб.

Учитывая, что доходы, передаваемые на постоянной основе, в Бюджетном кодексе Республики Беларусь отсутствуют (вместо них представлены категория «собственные доходы», включающая налоговые и неналоговые доходы, а также категория «безвозмездные поступления от иностранных государств, международных организаций и других бюджетов в форме межбюджетных трансфертов», носящая необязательный характер). Таким образом, корректировка методики Е.А. Ермаковой и О.В. Болякиной с учетом белорусского законодательства приводит к модели $K_{ф.с.} = \sum СД / ДБ$.

Таблица 1 – Значение коэффициента финансовой самостоятельности Гомельской области за 2020-2023 годы

Год	Значение показателя
2020	0,397
2021	0,438
2022	0,432
2023	0,423

Динамика коэффициента финансовой самостоятельности отражена в таблице 1. Информационную базу исследования составляют данные, представленные в решениях Гомельского областного Совета депутатов (№ 135 от 27 декабря 2019 г.; № 211 от 29 декабря 2020 г.; № 295 от 29 декабря 2021 г. и № 396 от 27 декабря 2022 г.).

По мнению Е.А. Ермаковой и О.В. Болякиной местный бюджет признается самодостаточным, если коэффициент ($K_{ф.с.}$) составляет не менее 30 %. Поэтому из таблицы 1 следует, что:

- в течение последних четырех лет бюджет Гомельской области являлся самодостаточным;
- значительное укрепление самодостаточности бюджета произошло в 2020 году;
- в последние три года самодостаточность области по скорректированной модели (1) стабилизировалась на уровне 42–43 %.

В работе приведенная оценка самодостаточности бюджета Гомельской области дополняется финансовым анализом бюджета области, выполненным в соответствии с методикой Н.Ю. Коротинной [3]. Эта методика связана с анализом четырех групп показателей, которые отражают сбалансированность и финансовую независимость бюджета, характеризуют его направленность и долговую зависимость (таблица).

Таблица 2 – Показатели бюджета Гомельской области за 2020–2023 годы

Год	2020	2021	2022	2023
Показатели сбалансированности местного бюджета				
Коэффициент общего покрытия расходов местного бюджета [$K_{о.п.р.} = Д / Р$]	0,997	1,000	1,007	1,011
Коэффициент собственной сбалансированности местного бюджета [$K_{с.с.} = (Д - БВП) / (Р - БВП_{суб})$]	0,417	0,460	0,435	0,451
Показатели финансовой независимости бюджета				
Коэффициент финансовой независимости местного бюджета [$K_{ф.н.} = (НД + НнД) / Д$]	0,397	0,438	0,432	0,423
Коэффициент налоговой независимости местного бюджета [$K_{н.н.} = НД / Д$]	0,377	0,418	0,411	0,407
Коэффициент общей финансовой зависимости местного бюджета [$K_{ф.з.} = БВП / Д$]	0,603	0,562	0,568	0,577
Коэффициент прямой финансовой зависимости местного бюджета [$K_{п.ф.з.} = (БВП_{д.} + БВП_{суб}) / Д_{с.}$]	1,329	1,126	1,167	1,183
Коэффициент качества финансовой помощи [$K_{к.ф.п.} = БВП_{субсид.} / (БВП_{д.} + БВП_{субсид.})$]	0,274	0,283	0,299	0,335
Показатели, характеризующие направленность местной бюджетной политики в сфере бюджетных расходов				
Коэффициент программных расходов [$K_{п.п.р.} = Р_{п.п.р.} / Р$]	0,591	0,016	0,619	0,615
Показатели долговой зависимости				
Коэффициент долговой зависимости бюджета [$K_{д.з.} = МД / Р$]	0,285	0,273	0,214	0,243
Коэффициент долговой нагрузки бюджета [$K_{д.н.} = Р_{обс} / Р$]	0,017	0,015	0,013	0,016

Список использованной литературы

1 Андрюхин, А.Ю. Формирование и оценка экономической самодостаточности муниципальных образований в современной России «Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)»: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.Ю. Андрюхин. – Кемерово: Кемеровский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, 2016. – 187 с.

2 Ермакова, Е.А. Подходы к определению финансовой самостоятельности местных бюджетов России / Е.А. Ермакова, О.В. Болякина // Финансы и кредит. – 2012. – № 1. – С. 2–8.

3 Коротина, Н.Ю. Методика анализа финансового состояния бюджетов муниципальных образований / Н.Ю. Коротина // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. – № 20. – С. 36–46.

Х. БЯНЬ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников**,

д-р. физ.-мат. наук, проф.

О КИТАЙСКОМ ОПЫТЕ СИСТЕМАТИЗАЦИИ И АНАЛИЗА РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Анализ расходов организации является важнейшим шагом по выявлению резервов экономного расходования ресурсов, ориентированных на повышение эффективности деятельности организации за счет более рационального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

При этом необходимо постоянно актуализировать применяемые в организации методы систематизации затрат, с учетом изменяющихся внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на ее хозяйственную деятельность [1, с. 119]. Для решения таких задач имеет смысл опираться на опыт зарубежных стран и, в частности, на опыт Китайской Народной Республики, экономика которой признается сегодня одной из наиболее успешных в мире.

Краткий сравнительный анализ систематизации затрат и расходов организации в Беларуси и Китае приводится в таблице 1.

Таблица 1 – Общие позиции и различия в системах учета денежных затрат и расходов в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике

Общее	Различия
Основные принципы учета расходов (объективность; использование метода двойной записи; временная определенность фактов хозяйственной деятельности; соответствие доходов и расходов в отчетном периоде; непрерывность и последовательность учета расходов; равномерность признания расходов по отчетным периодам; обоснованность расходов) одинаковы.	В Китае дополнительно применяются следующие принципы: – учет затрат должен позволить осуществлять раздельный контроль и аудит расходов, понесенных различными подразделениями; – учет должен вестись в соответствии с методиками, которые позволяют одновременно оценивать риски.
Классификация затрат по элементам идентична в Республике Беларусь и Китае (материалы; заработная плата; страховые взносы; амортизация; прочие расходы).	Классификация по статьям затрат в Беларуси является более аналитической. Классификация в Китае затрат организации по видам деятельности (производственным, коммерческим, управленческим) является более структурированной.
	В Китае классификация расходов по функциональному признаку является обязательной [2]. В Республике Беларусь расходы классифицируются по видам деятельности.
	В Китайской Народной Республике отчет о финансовых результатах организации обладает детальной расшифровкой прочих расходов.

Если говорить о белорусских и китайских стандартах систематизации и учета расходов организации, то в них наряду с отличиями присутствует много общих элементов. Это связано, с одной стороны, с тем, что Республика Беларусь и Китайская Народная Республика, проводя реформы учетных нормативов при переходе от плановой к рыночной экономике, ориентировались на одни и те же стандарты, а именно на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). С другой стороны, Китай, осуществляя реформирование стандартов учета, опирался на богатейшие исторические традиции (история учёта Китая насчитывает около восьмисот лет, она определилась в период с 7 до 13 века), сохраняя свой лучший накопленный опыт.

Аналогом белорусского «отчета о прибылях и убытках» является китайский «отчет о финансовых результатах» [3]. Анализ его основных статей позволяет констатировать ряд характерных особенностей, касающихся содержания понятия «расходы».

По сути, все расходы организации в китайском варианте отчета о прибылях и убытках разделены по крупным блокам статей, в каждом из которых выделяются и расшифровываются прочие расходы, относящиеся к данному блоку по содержанию. В частности, в управленческих расходах (管理费用) в китайском отчете выделяются: заработная плата управленческому персоналу (工资); расходы на благосостояние персонала (职工福利费); расходы на приемы (所有招待用途的支出); расходы на телефон, факс, услуги почтовой связи (邮电费); расходы на командировки административных единиц (差旅费); расходы на собрания и конференции (董事会费); содержание служебных автомобилей (汽车费); офисные расходы (公费); страхование труда (劳动保险费); профсоюзные расходы (工会经费); научные исследования и разработки (研究开发费); финансирование профессионально-технического образования (职教经费); прочее. Такой подход делает анализ расходов на основе отчета о финансовых результатах более глубоким, так как статьи прочих расходов разнесены по категориям.

Отмеченные особенности зарубежного опыта китайских организаций по систематизации статей расходов (в частности, ведение учета затрат по схемам, позволяющим осуществлять раздельный контроль и аудит расходов, понесенных различными подразделениями организации; ведение учета в соответствии с методиками, позволяющими одновременно оценивать риски; введение в отчет о финансовых результатах детальной расшифровки статей операционных, управленческих и финансовых расходов) заслуживают внимания и имеют перспективы для его практического внедрения в Республике Беларусь.

Список использованной литературы

1 Чжао, Чжэньюй Особенности калькулирования затрат в бухгалтерском учете КНР / Чжэньюй Чжао, Е.Р. Синявская // Весенние дни науки: сборник докладов международной конференции студентов и молодых ученых. 22-24 апреля 2021 г.; ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина». – Екатеринбург, 2021. – С. 119-122.

2 企业会计准则第33号-合并财务报表》财政部. 2006年10月30日.

3 许家林. 利润表 // 会计学原理: 科学出版社, 2011年2月, 第二版.

ZHANG JINGZI

(Grodno, Yanka Kupala State University of Grodno)

Scientific supervisor **N. V. Markovskaya**,

Associate professor, PhD

LISTING: WHAT IS AN IPO AND HOW DOES IT HELP BUSINESSES AND INVESTORS?

Финансирование, инвестиции и распределение дивидендов – это три основных вида деятельности компании. Ответом на основной вопрос «почему компании становятся публич-

ными» в первую очередь должно быть финансирование. IPO – это финансовый механизм, который предлагает компаниям новые возможности для расширения и становится все более популярным способом привлечения капитала компаниями.

Financing, investment and dividend distribution are the three basic activities of a company. The answer to the basic question of «why do companies go public» should first be financing. Most companies attract only a few venture capitalists to invest in them in the early stages of their business, and as the company grows, it will need more capital investment. At this point, through the sale of equity, the company can obtain public funding support, while providing the original investors with an opportunity to exit through the public market in time to realize the wealth of cash. And IPO – is one of the promising ways to attract long-term investment and secure the company's business project. This financial mechanism offers new expansion opportunities for companies and is becoming an increasingly popular way for companies to raise capital. The access of companies to stock exchanges improves the market structure, increases the transparency of issuers and makes them publicly listed companies. Stock listings can increase a company's capitalization, competitiveness and secure long-term financing, and are one way to achieve a company's strategic business needs [1].

IPO refers to the act of a company with good development prospects offering its shares to public investors for the first time in the capital market to raise funds with the assistance of an accounting firm or an underwriter. IPO can immediately raise funds, increase the liquidity of funds, demonstrate the operating strength and confidence of the enterprise to the public through IPO, enhance the creditworthiness of the enterprise recognized by the public, improve the commercial credit condition and bank credit rating of the enterprise, and improve the credit rating of the enterprise. IPOs have tremendous advantages in raising capital, but there are also disadvantages. IPO price suppression and IPO breakdowns are common problems caused by the disadvantages of the IPO mechanism.

Companies need to go through a series of processes step by step to complete an IPO. The IPO process in China has undergone considerable complex changes, and the current stage of the IPO process is roughly as follows: building internal and intermediary teams – counseling – system improvement – executive training – material preparation – material filing – review – stock issuance and listing – approval – road show inquiry – issuance and listing. Many Chinese companies prefer to list in the U.S. because it is easier to list in the U.S. than in China itself in terms of time cost, threshold, system and openness.

In addition to changes in process, the Chinese IPO regime has undergone many iterations of change. The two most important stock exchanges in China, the Shanghai Stock Exchange and the Shenzhen Stock Exchange, were established in the 1990s. Initially, China adopted a quota management phase under the approval system (1993-1995), which soon transitioned to a target management phase under the administrative approval (1996-2000). Then China entered the approval system, and after 4 years of the channel system stage (2001~2004) entered the important sponsorship stage (2005~2013), and now belongs to the late reform stage of the sponsorship system (2014-present). From the perspective of the whole IPO system, some reforms and adjustments have been made at the issuance level, pricing level, information disclosure and legal liability level than before, and it has some characteristics of the registration system. In general, the evolution of China's IPO system seems to be characterized by the following features: gradually increasing marketization, gradually highlighting the role of investors, gradually enhancing information disclosure and strengthening accountability.

China's current stock issuance system mainly consists of the issuance review system, the sponsor system, the penalty system, the inquiry and pricing system and the information disclosure system, with the core components being the issuance review system and the inquiry and pricing system characterized by the approval system. With respect to the pricing system, China has implemented the RFQ pricing system since 2005, which means that issuers and their sponsors should determine the issue price by means of cumulative bids and quotations from institutional investors. The RFQ system lays a good foundation for the formation of a widely accepted issue price, improves the position of investors in terms of information asymmetry and facilitates true marketization. A good equity issuance system plays a crucial role in the overall capital market

resource allocation function, and the efficiency of the equity issuance pricing system determines the merits of the equity issuance system. In the context of the current development of China's capital market, the core issue of pricing in the stock issuance market should be explored from a more fundamental and substantive perspective. At the same time, looking at the world scope, China still needs to discover the IPO path with Chinese characteristics based on the adaptation to its own national conditions in terms of process, system and regulation.

Recommendations for the practical use of the results. Globally, the majority of countries have implemented both registration and approval systems, and some countries apply both systems. Although these two systems have different connotations, the successful countries have mature capital markets and more rational investors. With reference to the successful experience of other countries and the problems that have emerged during the implementation of the approved system in China, I believe that China can gradually reform in the direction of the registration system. China already has a relatively complete legal system, and the issuance responsibility system, information disclosure system and delisting system are the key links in the reform of the registration system, and China's existing laws have already made preliminary provisions for these two systems. At the same time, the socialist legal system is also relatively complete, and the relevant laws and regulations have established the corresponding legal protection, and the compliance with the law can basically be achieved. At the same time, the quality of Chinese market players is relatively high, intermediaries are gradually improving their own service level, and in the context of China has gradually improved the relevant legal provisions, investors already have a certain ability to self-judge the value of stock investment. At this stage, China basically has the basic conditions for the implementation of the registration system reform, and the reform of the approved system to the registration system has a relatively strong feasibility.

Regardless of the system, it has its own merits, but there are also certain shortcomings. Throughout this article, it is hoped that the analysis and research on the positioning, strengths and weaknesses, procedures and mechanisms, processes, pricing system, etc. of China's IPO will provide insight into the direction of future reform and optimization, and provide some useful reference for China's IPO for the long-term development of the IPO market under the existing system in China. Since the system regulates and restricts the behavior of participants, whatever reform will ultimately come down to the system, and optimization of the system is the most essential solution to the problems of price suppression, issue breakdowns, poor long-term post-IPO returns, etc.

List of used literature

1 Zhang, Jingzi Problems encountered by IPOs as a way for companies to attract investment / Jingzi Zhang // Entrepreneur Daily. – 2023. – № 1. – С. 3.

Д. В. КОЗЛОВА, А. В. СУПРУНОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Дергун,**

канд. экон. наук, доц.

ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА КАК ВАРИАНТ ВМЕНЕННОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Значительные различия в издержках уплаты налогов в зависимости от размера предприятия детерминируют популярность специальных режимов налогообложения для малого бизнеса во многих странах. Специальные режимы налогообложения призваны сократить издержки малого бизнеса на уплату налогов, улучшить экономическую среду и создать стимулы для развития бизнеса. Малый бизнес является важным сектором экономики и по сравнению с крупными предприятиями характеризуется большей гибкостью и способностью адап-

тироваться к изменениям рыночной конъюнктуры. Увеличение уровня занятости в экономике и сокращение государственных расходов на выплату пособий по безработице – также результат развития малого бизнеса.

Существует два варианта специального налогообложения малого бизнеса.

Во-первых, введение различных упрощенных способов определения налоговой базы на основе достигнутых показателей деятельности налогоплательщика. Упрощенное налогообложение реализуется по двум сценариям: налогообложение потока денежных средств и налогообложение валовой выручки, и предполагает существенное упрощение налогообложения, бухгалтерского учета и отчетности для малого бизнеса.

Во-вторых, вмененное налогообложение, предполагающее косвенную оценку потенциального дохода налогоплательщика и введение фиксированного налога, заменяющего один или несколько налогов. В отличие от упрощенной системы данный режим вводится не только из соображений налогового благоприятствования. Вмененное налогообложение целесообразно использовать, если налогообложение определенных групп налогоплательщиков затруднено, а административные ресурсы государства являются ограниченными. Обстоятельства, детерминирующие сложности налогообложения предпринимателей: невозможность тщательной проверки каждого субъекта из-за большого их количества; небольшие доходы данных субъектов; отсутствие необходимости ведения полноценного бухгалтерского учета для управленческих целей; продукция реализуется главным образом населению за наличные деньги [1]. Для нивелирования указанных проблем налогоплательщикам вменяется определенный доход, с которого и взимаются налоги. К очевидным преимуществам вмененного налогообложения относят следующее. Оценка дохода предпринимателей не на основе данных бухгалтерского учета, а на основе косвенных показателей, таких как вид деятельности, количество работников и других характеристик, ориентирует налогоплательщиков на добросовестное исполнение налогового обязательства. Вменение способствует упрощению налогообложения путем снижения издержек уплаты налогов для индивидуальных предпринимателей и соответствующих издержек налоговых органов по налоговому администрированию. Сумма налоговых платежей не зависит от достигнутых показателей деятельности индивидуальных предпринимателей, что гарантирует стабильное и хорошо прогнозируемое поступление налогов от данной категории плательщиков в бюджет.

В Республике Беларусь при налогообложении малого бизнеса используются альтернативные варианты для различных категорий плательщиков:

- для малых организаций – общий порядок налогообложения (с уплатой налога на прибыль) и налог при упрощенной системе налогообложения;
- для индивидуальных предпринимателей: общий порядок налогообложения (с уплатой подоходного налога с физических лиц) и система уплаты единого налога с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц;
- для самозанятых – единый налог и налог на профессиональный доход.

Белорусская система вмененного налогообложения представлена единым налогом с индивидуальных предпринимателей на основе метода оценки по стандарту. Вменение по стандарту ведет к расширению налоговой базы, поскольку создает стимулы к повышению эффективности и позволяет получить дополнительную прибыль без увеличения налоговой нагрузки. Данный метод предполагает низкие административные издержки и делает налогообложение менее подверженным злоупотреблениям. Альтернативный вариант вменения с использованием приблизительной оценки делает вменение менее простым и эффективным, открывает возможности для уклонения от уплаты налога, не обеспечивает при этом существенного выигрыша в справедливости налогообложения.

Частным случаем вмененной системы налогообложения является патентная система. Патентная система налогообложения используется как специальный режим налогообложения индивидуальных предпринимателей в Российской Федерации с 2013 года. Патентная система предполагает уплату единого налога по ставке 6 % от потенциально возможного дохо-

да, который устанавливается в законе субъекта РФ. Патент удостоверяет право на осуществление одного из видов предпринимательской деятельности и действует на территории муниципального образования. Налоговая декларация в рамках патентной системы налогообложения не предоставляется. Но предприниматели, применяющие патентную систему, обязаны вести налоговый учет доходов в целях контроля за соблюдением ограничения по доходам от реализации в книге учета доходов. Патент оплачивается в размере полной суммы налога в срок не позднее срока окончания действия патента, если патент получен на срок до 6 месяцев. Если патент получен на срок от 6 до 12 месяцев, он оплачивается в размере 1/3 суммы налога в срок не позднее девяноста календарных дней после начала действия патента; в размере 2/3 суммы налога в срок не позднее срока окончания действия патента. Преимуществами данной системы являются: широкий перечень видов предпринимательской деятельности, по которым возможно применение патентной системы налогообложения; переход и возврат к иным режимам осуществляются предпринимателем добровольно и на необходимый срок; возможность совмещения с иными режимами налогообложения; право уменьшать сумму налога, исчисленную за налоговый период, на страховые взносы; предприниматель заранее знает сумму налога, которая неизменна в течение всего периода действия патента; предусмотрена возможность применения пониженной ставки и «налоговых каникул». Недостатки указанного режима налогообложения: необходимость отдельной уплаты страховых взносов; ограничение до 15 человек численности наемных работников; необходимость получать несколько патентов для каждого вида деятельности и в каждом регионе. Нивелирование указанных недостатков повысило бы популярность данной системы налогообложения индивидуальных предпринимателей.

В целом, российская практика вмененного налогообложения малого бизнеса может быть полезной при реформировании вмененного налогообложения в Беларуси.

Список использованной литературы

1 Предложения по дальнейшему совершенствованию системы вмененного налогообложения индивидуальных предпринимателей в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/pp2004r11.pdf>. – Дата доступа: 13.02.2023.

М. Б. МАММЕТГУЛЬЕВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ЗАВОД ЛИТЬЯ И НОРМАЛЕЙ» НА ОСНОВЕ АКТИВИЗАЦИИ ТЕНДЕРНОГО УЧАСТИЯ

В работе обсуждаются некоторые направления увеличения объемов реализации продукции ОАО «Гомельский завод литья и нормалей» и расширения рынков ее сбыта.

В соответствии с существующими методиками анализ направлений увеличения объемов реализации продукции ОАО «Гомельский завод литья и нормалей» связан с анализом конъюнктуры на внутреннем рынке сельскохозяйственной продукции, а также изучением конкурентной среды на внешнем рынке и объемов продаж сельскохозяйственной техники на экспорт.

Отмеченный анализ продаж на внутреннем и внешнем рынках должен дополняться практическими шагами, направленными на расширение продаж. В условиях насыщенности внутреннего рынка и возрастающего геополитического противостояния и санкционного давления, которое носит долговременный устойчивый характер, стало очевидным, что для ОАО «Гомельский завод литья и нормалей», специализирующегося на производстве жаток и подборщиков для кормоуборочной техники, зерновых жаток для комбайнов, большого спектра при-

цепных машин для уборки зерновых и кормовых культур, почвообрабатывающей техники для предпосевной и послепосевной обработки почвы, эти шаги должны быть связаны с расширением продаж сельскохозяйственных машин на рынке СНГ (в первую очередь, на рынках Российской Федерации, Казахстана, Азербайджана, Армении, Молдовы, Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана и Туркменистана).

Следует отметить, что для Беларуси традиционно Туркменистан является крупным импортером сельскохозяйственной техники. В октябре 2022 года в ходе заседания Межправительственной комиссии по экономическому сотрудничеству была подтверждена решимость обеих стран развивать экономическое сотрудничество в этой сфере и рассмотрена возможность крупных поставок в Туркменистан белорусской сельскохозяйственной техники, а также обсуждался вопрос организации в Туркменистане её сервисного обслуживания [1].

В современных условиях, когда многие зарубежные рынки (в первую очередь, рынки Украины и Прибалтийских стран) закрылись для Беларуси, особое значение принимает рынок Российской Федерации, отличающийся большой емкостью (потенциал рынка госзакупок в рамках Евразийского экономического союза (Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Россия) составляет более 270 млрд. долларов в год, при этом основная часть этой суммы приходится на Российскую Федерацию [2]). Поэтому при организации внешней торговли первостепенной задачей белорусских предприятий сельскохозяйственного машиностроения в целом, и ОАО «Гомельский завод литя и нормалей», в частности, становится задача расширения распределительных сетей в России.

Решение этой задачи связано, с одной стороны, с реконструированием существующей топологии распределительных сетей и развитием сервисной логистики, с другой стороны, с активизацией участия белорусских предприятий сельскохозяйственного машиностроения в конкурсах по государственным и муниципальным закупкам, а также закупкам госкомпаний. Последнее связано с тем, что в Российской Федерации большинство сельскохозяйственной техники приобретается на основе тендеров. Такие условия продиктованы Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [3] и Федеральным законом от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» [4], которые строго регламентируют подходы к организации закупочной деятельности большинства государственных и муниципальных заказчиков, а также закупки естественных монополий и госкомпаний за счет собственных средств. При этом основной формой организации закупок становится тендер – вариант организации закупки, при котором стороны заранее осведомляются об условиях и объемах планируемой сделки.

В настоящее время белорусским предприятиям доступны практически все существующие площадки, на которых ведутся закупки в рамках законов №44-ФЗ и №223-ФЗ. Регистрация для участия осуществляется в Единой информационной системе закупок. При этом 85 % закупок приходится на аукцион. К участию в конкурсе не допускаются лишь компании, которые находятся в процессе ликвидации, имеют задолженности по платежам в бюджет и т.п. При совершении закупки на сумму до 1 млн. росс. руб. заказчик может требовать банковскую гарантию с исполнителя заказа. Если гарантия выдается в качестве обеспечения исполнения контракта, то ее размер равен 0,5-30 % цены контракта [2].

Таким образом, белорусские предприятия практически не испытывают ограничений по допуску к российским конкурсам и аукционам на закупку. Однако по ряду причин их участие в них является весьма ограниченным. Главные из них – низкая конкурентоспособность продукции, отсутствие опытных специалистов, недостаточность средств для обеспечения гарантий.

В то же время простые расчеты, проведенные автором в работе, показывают, что активизация участия предприятий в конкурсах по государственным и муниципальным закупкам, а также закупкам госкомпаний в Российской Федерации дает предприятию значительный экономический эффект.

Список использованной литературы

1 Ашхабад и Минск обсудили аспекты взаимной торговли в сфере АПК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://turkmenportal.com/blog/52542/ashgabat-and-minsk-discussed-aspects-of-bilateral-trade-in-the-field-of-agroindustrial-complex>. – Дата доступа: 10.02.2023.

2 Как белорусским компаниям участвовать в госзакупках в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.client-club.by/education/articles/kak-belorusskim-kompaniyam-uchastvovat-v-goszakupkakh-v-rf/>. – Дата доступа: 10.02.2023.

3 О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (посл. ред.) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/. – Дата доступа: 10.02.2023.

4 О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц: Федеральный закон от 18.07.2011 №223-ФЗ (посл. ред.) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/. – Дата доступа: 10.02.2023.

MA XUE

(Grodno, Yanka Kupala State University of Grodno)

Scientific supervisor **N. V. Markovskaya**,

Associate professor, PhD

HOUSING PRICES AS A KEY ISSUE IN A MARKET ECONOMY

С развитием экономики и общества Китая уровень жизни людей повышается день ото дня, а спрос людей на материальную культуру становится все более высокостандартным и передовым. Однако в последние годы возникает социальная проблема – цены на жилье. Современная индустрия недвижимости Китая развивалась постепенно на фоне реформ и открытости, стремления Китая к модернизации и создания социалистической рыночной экономической системы.

With the development of China's economy and society, people's living standards are improving day by day, and people's demand for material culture is becoming increasingly high-end and advanced. However, in recent years, there is a social concern – housing price [1].

China's modern real estate industry has developed gradually under the background of reform and opening up, China's modernization drive and the establishment of the socialist market economic system. During the years from 1950s to 1970s, under the influence of the planned economy system, the government denied the commodity value of the real estate industry and distributed housing as welfare, which made the newly developed real estate industry hindered by the political system and remained stagnant and depressed for many years thereafter. Until the 1990s, China's real estate industry gradually got rid of the shackle of the old policy after the increasingly stable construction of the socialist market economic system. In 1992, China carried out comprehensive housing reform and began to implement the housing provident fund system. In 1998, China removed the welfare policy of housing allocation. Since then, China's domestic real estate industry has entered the stage of rapid growth and gradually become a pillar industry and an important growth point of the national economy. The development of the real estate industry not only leads to the rapid and sustained growth of the national economy, but also has a direct bearing on the national economy and people's livelihood. China's real estate industry returned as an emerging industry, the government also established laws on the real estate industry, and a variety of services for the real estate industry came into being. Although the country was still the land owner in name, in fact, the land ownership and improvement rights had been gradually privatized. During this period, China's real estate industry gradually moved from a public resource to commercialization. It became a commodity.

In the past 20 years after China's housing reform, the Chinese market has been changing constantly and the development speed of China's market economy has been the first place in the world. Under such a background of economic development, the level of China's national disposable income keeps rising. However, due to the increasing attention paid to the value of land and the commodity nature of the real estate industry. Some people with a certain economic foundation began to invest in real estate, which is commonly known as «real estate speculation», resulting in the rise of housing prices far beyond the growth of the economy and national income. From 2004 to 2010, in order to promote the development of our economy, the Chinese government gradually relaxed its control over the real estate industry, which directly led to the soaring housing prices in China. Since 2012, Chinese investment has established a sound long-term mechanism, maintained the stability of macroeconomic policy, deepened the reform in an all-round way, and the market transaction volume and real estate prices have gradually risen. Throughout the current situation of housing prices in some Chinese cities, the housing prices in many first-tier cities have risen very fast, resulting in a conflict between the rapid rise of housing prices and people's ability to buy houses. There is a serious imbalance between people's actual ability to pay and high housing prices. In addition, with the rapid development of social economy, the influx of migrants into big cities will also lead to the shortage of local real estate, which further intensifies the growth of housing prices.

On the one hand, the substantial growth of housing price does promote the growth of national economy, thus driving the growth of national economy and improving the living quality of residents. On the other hand, the growth of housing price in a region will drive the value of the region, and the improvement of regional value will promote the growth of housing price, which forms a vicious circle. As in today's «North, Shanghai, Guangzhou and Shenzhen», the more people value this area, the more they will promote the growth of housing prices in this area. According to the 2002 household property survey by the National Bureau of Statistics, the current property value of urban households (including decoration costs) is 109,400 yuan per household, among which the current value of private houses and private houses with partial property rights is 98,900 yuan, and the present value of public houses is 7,000 yuan. In the total assets of urban households, real estate accounted for nearly half, reaching 47.9 percent. The proportion of large, medium and small cities was 49,3 %, 45,1 % and 48,1 % respectively. According to the above survey results, now real estate has become the most valuable property of most ordinary Chinese residents. For those who have not bought a house, real estate is the most difficult problem of economic pressure.

Thus, housing price is the core issue in the market economy and plays a dominant role in the national economy, especially in the urban economy. The study of housing price and its fluctuation will promote the solution of economic problems and people's livelihood problems.

List of used literature

1 Jia, J.Y. Housing price forecast of Tangshan City / J.Y. Jia // Cooperative Economy and Technology. – 2020. – №10. – P. 25–38.

Д. В. ОЛЕШКЕВИЧ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Л. С. Тарасова,**

канд. экон. наук, доц.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Главной целью экономической политики Республики Беларусь является построение развитой социально ориентированной рыночной экономики. Для достижения данной цели необходимо наличие ряда факторов: стабильность экономики, высокий уровень жизни насе-

ления, развитый рынок. Важной составляющей перечисленных факторов является состояние системы налогообложения, действующей в стране, т.е. уровень налоговой нагрузки на экономику, наличие сформированной законодательной базы и т.п. Однако при построении рыночной экономики возникает конфликт интересов государства и частного сектора. В данной статье проблематика указанного конфликта интересов рассмотрена непосредственно со стороны рынка.

Главной проблемой, которая препятствует развитию рынка в Республике Беларусь, является высокий показатель налоговой нагрузки в стране. Стоит отметить, что методика измерения данного показателя в Министерстве по налогам и сборам (далее – МНС) Республики Беларусь отличается от методики, применяемой в Международном валютном фонде (далее – МВФ). Согласно методике МНС, показатель налоговой нагрузки в среднем колеблется в районе 20 % и в 2022 году составил 22,6 % [1], однако по методике МВФ данный показатель в Республике Беларусь в среднем близок или превышает 40 % [2]. Отличие заключается в том, что по методике МНС Республики Беларусь при расчете налоговой нагрузки не учитываются отчисления в Фонд социальной защиты населения (далее – ФСЗН), тогда как по международным стандартам расчета налоговой нагрузки отчисления в ФСЗН в показателе налоговой нагрузки учитываются.

Для анализа налоговой нагрузки в Республике Беларусь целесообразно изучить показатель налоговой нагрузки в других странах. Ценность опыта стран с развитой рыночной экономикой заключается в том, что данные страны имеют развитый рынок и их налоговая система построена с учетом данного фактора. Налоговая нагрузка в Соединенных Штатах Америки (далее – США) за 2019 г. составила 24,3 % [3]. В странах Европейского Союза (далее – ЕС) суммарная налоговая нагрузка за 2019 год составила 39 %, однако внутри союза значительно варьируется [4]. Так, в Румынии налоговая нагрузка составила 25 %, в Дании – 46 % [4]. Максимальная ставка налога на прибыль в странах ЕС в 2022 году составила около 20 %, тогда как в РБ – 30 % [5]. Опыт других стран с переходной экономикой представляет ценность в связи с тем, что условия развития экономики данных стран близки к опыту РБ, и, следовательно, методы в них проще перенести на реалии РБ. К таковым относятся, к примеру, страны Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС), данные о налоговой нагрузке которых представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Налоговая нагрузка в странах ЕАЭС по методике МВФ в 2019–2020 гг.

Показатель	В процентах	
	2019 г.	2020 г.
Россия	35,82	34,69
Средняя по ЕАЭС (кроме России)	28,99	27,63
Армения	23,83	24,20
Беларусь	38,42	35,15
Казахстан	19,68	18,18
Кыргызстан	34,05	33,01

По представленным в таблице данным можно заметить, что в Республике Беларусь наблюдается наиболее высокий показатель налоговой нагрузки, тогда как самый низкий – в Казахстане. Следовательно, на налоговой системе Казахстана целесообразно акцентировать наибольшее внимание. Важной особенностью налоговой системы Казахстана является тот факт, что ограничение по доходу для применения упрощенной системы налогообложения (далее – УСН) представляет собой не фиксированную сумму, как в Республике Беларусь, а определенное количество минимальных заработных плат и, таким образом, непосредственно зависит от размера минимальной заработной платы. Данная методика может оказаться полезной для РБ в силу того, что связывает социальное и экономическое развитие страны: рост минимальной заработной платы является важным аспектом для социальной поддержки

населения, а с данной методикой при росте минимальной заработной платы будет расти максимальный размер дохода, при котором предприниматели и организации все еще могут применять УСН, т.е. владельцы бизнеса заинтересованы в росте указанного максимума.

Помимо международного опыта, целесообразно проанализировать изменения в налоговом законодательстве РБ на 2023 год. В 2022 году Министерством финансов Республики Беларусь было объявлено о следующих изменениях: увеличение ставки налога на прибыль на 2 п.п. (с 18 % до 20 %) и рост ставки единого налога для индивидуальных предпринимателей (далее – ИП) в районе от полутора до трех раз в зависимости от региона и вида деятельности [6]. Решение о поднятии налога на прибыль было аргументировано Министерством финансов тем, что в результате, несмотря на рост процентной ставки, налоговая нагрузка на производителей уменьшится, т.к. производителям будет предоставлена возможность воспользоваться налоговыми вычетами в случае инвестирования средств в основной капитал [6]. Ситуация с ИП объясняется тем фактом, что ряду ИП планируется предоставить возможность перехода в категорию самозанятых. Однако стоит отметить, что не все ИП смогут осуществить переход в данную категорию, равно как и продолжать деятельность в условиях повышенной налоговой нагрузки. Следовательно, число ИП с высокой вероятностью сократится. Сокращение числа субъектов малого бизнеса неблагоприятно влияет на построение рыночной экономики в целом: данное явление приводит к тому, что сокращается разнообразие производителей на рынке и, следовательно, уменьшаются возможности к формированию условий для свободной конкуренции на рынке, которая является необходимым фактором для построения рыночной экономики. В долгосрочной перспективе сокращение числа производителей также может привести к созданию монополии на определенные виды продукции, однако в настоящий момент данная проблема не имеет высокий уровень значимости в Республике Беларусь.

На основании проведенного в статье анализа считаем должным отметить, что Республике Беларусь для построения развитой рыночной экономики следует двигаться в направлении постепенного снижения налоговой нагрузки. Также использование методики МВФ для расчета показателя налоговой нагрузки более продуктивно, чем методика МНС Республики Беларусь, т.к. отражает более полную информацию, которая необходима для определения направления, в котором следует двигаться налоговой политике государства. Кроме того, РБ имеет смысл рассмотреть целесообразность применения упрощенной системы налогообложения Казахстана, а также уделить внимание поддержке малого бизнеса, количество представителей которого может значительно сократиться в связи с отменой УСН для ИП.

Список использованной литературы

1 Официальный сайт Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/nalogi-i-bjudzhet/nalogovaja-sistema>. – Дата доступа: 23.01.2023.

2 Официальный сайт Международного валютного фонда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imf.org/ru/Home>. – Дата доступа: 25.01.2023.

3 Обзор налогов в США за 2022 год / IQ Decision [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iqdecision.com/nalogi-v-s-sh-a-obzor/>. – Дата доступа: 25.12.2023.

4 Официальный сайт налогового управления США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.irs.gov/ru>. – Дата доступа: 23.01.2023.

5 Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) [Электронный ресурс]: 29 декабря 2009 г., № 71-З: принят Палатой представителей 11 декабря 2009г.: одобр. Советом Республики 18 декабря 2009г.: изм. и доп. Закон Республики Беларусь от 31.12.2021г. №141-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2022.

6 Возможные изменения в Налоговом кодексе: чего ждать ИП и физлицам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/izmenenia-v-nalogovom-kodekse-sego-zdat-ip-i-fizlicam>. – Дата доступа: 29.01.2023.

А. В. ПРИЩЕП

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Дергун,**

канд. экон. наук, доц.

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ АУДИТА

Как и почти любая другая отрасль в мире, бухгалтерский учет и аудит переживают период быстрых изменений. Например, недавние поправки к экзамену сертифицированного бухгалтера, одному из самых сложных экзаменов для получения аттестата бухгалтерского учета, лучше всего отражают данные тенденции. Так, в 2021 году экзаменационная комиссия объявила, что уделяет больше внимания пониманию бизнес-процессов, автоматизации, анализу данных и необходимости «цифрового мышления, основанного на данных». Эта меняющаяся отрасль требует нового типа технически подкованных, дальновидных профессионалов, способных принять изменения. Вскоре как инвесторы, так и регулирующие органы будут ожидать, что аудиторы будут экспертами в области технологий и всех способов, которыми они могут улучшить процесс аудита [1]. Перспективными являются следующие направления развития аудита.

Аудит криптовалют. Глобализация мировой экономики и развитие IT-технологий в финансовой сфере сделали возможным возникновение нового вида денег – криптовалют – и их последующее стремительное распространение по всему миру. В результате стремительного развития рынка криптовалют наиболее перспективным направлением аудита видится аудит криптовалют. Так, по состоянию на 13.02.2023 г. капитализация глобального рынка криптовалют составила 1007,7 млрд. долл. США, 586 млрд. долл. США без учета биткойна [2]. Несмотря на кратное падение капитализации рынка криптовалют после пика в ноябре 2021 года – тогда капитализация достигла 2,9 трлн. долл. США, – биткойн и другие криптовалюты все еще остаются мейнстримом. Миллиардные компании, такие как Microstrategy и Tesla, теперь имеют на своих балансах огромное количество биткойнов. Точно так же авторитетные инвесторы и управляющие капиталом, такие как Пол Тюдор Джонс и Рэй Далио, поддерживают биткойн в качестве основного средства диверсификации инвестиционного портфеля и прогнозируют очередную волну роста. В октябре 2022 года автор бестселлера «Богатый папа, бедный папа» и предприниматель Роберт Кийосаки призвал покупать биткойн на фоне растущей ставки ФРС.

Криптовалюта – вид цифрового финансового актива, создаваемый и учитываемый в распределенном реестре цифровых транзакций участниками этого реестра в соответствии с правилами ведения реестра цифровых транзакций. IRS и Комиссия по ценным бумагам и биржам уже выпустили некоторые рекомендации по налогообложению и аудиту этих новых активов. Вместе с тем еще остается много неопределенности в отношении того, каким правилам следовать и даже какие криптовалюты можно считать активами, ценными бумагами или деньгами.

Криптовалюты – достаточно новый финансовый инструмент, использование которого связано с рядом рисков, таких как утрата цифрового кошелька, мошенничество, кибератаки. Аудит криптовалюты – это проверка того, насколько технические параметры криптовалюты соответствуют заявлениям компании, а также насколько монета защищена от хакерских атак. Цель аудита – убедиться в том, что криптовалюта не имеет ошибок и критических уязвимостей. Криптоаудит позволяет выявить проекты, нацеленные на получение денег обманным путем, а также идентифицировать просто слабые с технической точки зрения монеты, которые не соответствуют обещаниям или имеют слабую защиту. И в первом, и во втором случае аудиты снижают риски инвестиций в криптовалюты.

Стандарт аудита для менее сложных объектов. Менее сложные организации, или LCE (less complex entities), вносят решающий вклад в местную и глобальную экономику и представляют большинство организаций во всем мире. По оценкам, более 90 % предприятий во всем мире являются малыми и средними предприятиями (МСП), причем в некоторых регионах этот процент может быть выше, например, в Европейском Союзе, где, по оценкам, более 99 % предприятий явля-

ются МСП. LCE – это предприятия и организации с небольшой концентрацией менеджеров и владельцев, в рамках которых осуществляются несложные транзакции, простое ведение записей и реализуется мало внутренних средств контроля. В настоящее время ведется разработка и обсуждение отдельного стандарта для LCE, который упорядочит и упростит процессы бухгалтерского учета и аудита для LCE. В прошлом году Совет по международным стандартам аудита и подтверждения достоверности информации выпустил проект стандарта для нового аудита LCE [3]. Предлагаемый стандарт содержит требования к аудитору получить достаточные надлежащие аудиторские доказательства, которые могут помочь ему обеспечить выражение мнения с разумной уверенностью в обстоятельствах аудита финансовой отчетности МСП.

Новые тенденции во внутреннем аудите. Прогнозируется, что искусственный интеллект и инструменты расширенной аналитики станут неотъемлемой частью внутреннего аудита для крупных и небольших организаций во всех секторах. Все большее внимание будет уделяться аудиту корпоративной культуры, аудиту ценностей компании, ее целей и того, как они соответствуют этим целям. Целостный подход к управлению рисками третьих лиц – еще одна идея, к которой организации и аудиторы должны относиться более серьезно. В свете COVID-19 внутренний аудит уделил больше внимания оценке средств сторонних поставщиков для поддержки себя в случае сбоев в цепочках поставок в будущем. Помимо управления контрактами, внутренние аудиты также должны проверять качество реконструированных цепочек поставок и оценивать риски, которые они представляют сегодня и в будущем. Перспективным представляется аудит ESG (экологические, социальные и управленческие вопросы). Несмотря на то, что важность факторов E, S и G различна для каждого субъекта, внутренний аудит может проанализировать стратегию организации в отношении того, как эти факторы были интегрированы в повседневные бизнес-процессы. Неспособность должным образом учитывать и управлять рисками ESG представляет собой большой риск для репутации, аудиторы играют важную роль в поддержании доверия [4].

Рассмотренные тренды развития аудита являются отражением современных тенденций развития глобальной экономики.

Список использованной литературы

- 1 Будущее аудита в 5 прогнозах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bdo.com/insights/assurance/the-future-of-the-audit-in-5-predictions>. – Дата доступа: 13.02.2023.
- 2 Капитализация рынка криптовалют [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/crypto/charts>. – Дата доступа: 13.02.2023.
- 3 Предлагаемый международный стандарт аудита по аудиту финансовой отчетности менее сложных организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Exposure-Draft_ISA-for-Audits-of-Financial-Statements-of-Less-Complex-Entities_RU_Secure.pdf. – Дата доступа: 13.02.2023.
- 4 Горячие темы аудита на 2023 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://transcendentgroup.com/wp-content/uploads/2022/11/GRC-Insight-Hot-Audit-Topics_2023.pdf. – Дата доступа: 13.02.2023.

А. П. СЕРЕБРО, А. С. СУДНЕКА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. О. Порошина**

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В налоговой системе любого государства недвижимость выступает в качестве объекта налогообложения. Налог на недвижимость и налог на землю рассматриваются как ресурсные налоги, имущественные налоги, налоги на собственность.

В 2021 году в Республике Беларусь налоговая нагрузка на экономику составила 24 % в ВВП и по сравнению с 2020 годом увеличилась на 1,6 п.п. Рост доли в ВВП наблюдается по основным налоговым доходам, кроме налогов на собственность (таблица 1).

Таблица 1 – Налоговые доходы консолидированного бюджета Республики Беларусь в 2020–2021 гг.

Виды доходов	Удельный вес в налоговых доходах в 2021 г., %	Темп роста поступлений к 2020г., %	Удельный вес в ВВП, %		Отклонение (+/-), п.п.
			2020 г.	2021 г.	
Налоговые доходы, в том числе:	100,0	109,6	22,4	24,0	1,6
налоги на товары (работы, услуги)	50,7	105,6	11,8	12,2	0,4
налоги на доходы и прибыль	32,2	120,6	6,5	7,7	1,2
налоговые доходы от внешне-экономической деятельности	12,4	110,1	2,7	2,9	0,2
налоги на собственность	3,6	94,1	1,0	0,9	-0,1
другие налоги, сборы (пошлины) и иные обязательные платежи	1,1	77,4	0,4	0,3	-0,1

Примечание: источник [1].

Поступления по налогам на собственность в 2021 году сократились на 5,9 %. В структуре налоговых доходов консолидированного бюджета их доля составила 3,6 % против 4,2 % в 2020 году. Нагрузка, сформированная налогами на собственность, снизилась на 0,1 п.п. за счет снижения доли налога на недвижимость в ВВП (таблица 2).

Таблица 2 – Структура налогов на собственность и их удельный вес в ВВП в 2020-2021 годах

Наименование платежа	Поступления			Удельный вес в ВВП, %		
	2021 г., млн. рублей	удельный вес, %	темп роста к 2020 г., %	2020 г.	2021 г.	отклонение (+/-), п.п.
Всего налогов на собственность, в том числе:	1 485,5	100,0	94,1	1,0	0,9	-0,1
земельный налог	435,3	29,3	96,9	0,3	0,3	—
налог на недвижимость	1 050,2	70,7	93,0	0,7	0,6	-0,1

Примечание: источник [1].

Налоги на собственность, в полном объеме зачисляемые в местные бюджеты Республики Беларусь, вносят наименьший вклад в их формирование, что подтверждает их низкую фискальную значимость, слабое влияние на рациональное использование имущества организаций и физических лиц, на уровень развития территорий [2].

Между тем в развитых рыночных странах налог на недвижимость является главным источником доходов региональных бюджетов. В структуре налоговых доходов Великобритании имущественные налоги составляют 10,1 %, в США – 9,5 %, в Канаде – 8,2 %, в Японии – 5,9 % [3].

Система налогообложения недвижимости в Республике Беларусь не в полной мере отвечает фискальным и регулирующим целям, что во многом связано с недостатками механиз-

ма их реализации: несоответствие стоимости недвижимости в целях налогообложения его реальной величине; нерациональное и неэффективное использование земли и строений, находящихся на ней; неполный учет объектов недвижимости.

Применяемый механизм налогообложения недвижимости не в полной мере ориентирован на стимулирование местных органов власти эффективно перераспределять объекты недвижимости, что приводит к снижению инвестиционной активности. Остаточная стоимость строений, применяемая для расчета налога на недвижимость, не соответствует реальной (рыночной) стоимости, определяемой месторасположением объектов недвижимости и уровнем их доходности, позволяет занижать стоимость объектов недвижимости в меньшую сторону и, соответственно, налоговые поступления в бюджет.

Устранению указанных недостатков будет способствовать объединение земельного налога и налога на недвижимость, учитывающее единую налоговую привязку земельного участка и строения. Совместное налогообложение земли и расположенных на ней объектов закреплено в налоговых системах ряда наиболее развитых стран.

Налогообложение земли в Республике Беларусь в целом соответствует рыночным требованиям. С 2010 года для целей налогообложения земельных участков применяется кадастровая стоимость, отражающая ценность земельного участка при использовании его по существующему целевому назначению.

Для реализации предложенного подхода требуются данные и о рыночной стоимости расположенных на земельных участках строений, что требует проведения их кадастровой оценки. Следует отметить, что кадастровая оценка недвижимого имущества в общественном мнении воспринимается в целом положительно [4].

Таким образом, потребность в реформировании налогообложения недвижимости обусловлена необходимостью повышения самостоятельности местных бюджетов, рационализации использования земли и зданий, сооружений, находящихся на ней.

Объединение налога на недвижимость и земельного налога приведет к снижению расходов на налоговое администрирование. Использование рыночной оценки не только земли, но и расположенных на ней строений, будет стимулировать налогоплательщиков к эффективному использованию объектов недвижимости. Результаты кадастровой оценки недвижимого имущества могут использоваться не только в целях налогообложения, но и для управления и распоряжения имуществом, статистики, бухгалтерского учета и иных.

Список использованной литературы

- 1 Налоговая нагрузка на экономику [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь. – Режим доступа: www.nalog.gov.by. – Дата доступа: 10.02.2023.
- 2 Бюджет для граждан Республики Беларусь на 2021 год [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://minfin.gov.by/upload/bp/budget/budget2021.pdf>. – Дата доступа: 10.02.2023.
- 3 Бондарюк, Т.В. Реформирование имущественного налогообложения в Российской Федерации: актуальные проблемы / Т.В. Бондарюк, Т.А. Петечел // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 1 (43). – С. 18–20.
- 4 Перспективы развития кадастровой оценки в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nca.by/about/activity/kadastravaya-otsenka/perspektivy-razvitiya-kadaastrovoy-otsenki/>. – Дата доступа: 10.02.2023.

А. В. СУПРУНОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Конкурентоспособность банка в современных реалиях во многом определяется уровнем его технологичности. Внедрение инновационных банковских технологий позволяет повышать качество предоставления банковских услуг, расширять их перечень.

В зависимости от выполняемых функций банковские технологии могут подразделяться на:

- информационные банковские технологии (операционные, документарные);
- визуализационные и коммуникационные банковские технологии (связь с клиентом);
- электронные банковские технологии (интернет-банкинг и мобильный банкинг, системы приема платежей).

Из вышесказанного логично исходит то, что в коммерческих банках чаще всего применяется не одна, а множество различных технологий [1].

Инновационные банковские продукты и услуги должны обладать более высокими потребительскими качествами по сравнению с имеющимися аналогами, являться в большей степени привлекательными для клиентов банка и удовлетворять потенциальный спрос новых потребителей.

Исследование показало, что существует достаточно большое разнообразие инновационных продуктов и технологий и ограниченное количество инновационных банковских услуг. При этом банковская технология является связующим звеном между банковским продуктом и банковской услугой. Драйвером мировых продуктовых инноваций в банковской отрасли является: анализ больших массивов данных, машинное обучение, углубленная аналитика, искусственный интеллект, робоэдвайзинг, а также блокчейн, позволяющий совершать операции без посредников.

В таблице 1 представлены самые значимые инновационные технологии мирового уровня и используемые в России [2]. Индекс значимости технологии показывает её относительную встречаемость в массиве источников за определенный период, где 1,0 соответствует максимальному числу упоминаний. При расчёте учитываются частота встречаемости термина, его специфичность и векторная центральность.

Таблица 1 – Топ-10 цифровых технологий финансового сектора

Россия		Технологии	Мир	
Ранг	Индекс значимости		Индекс значимости	Ранг
1	1,00	Блокчейн	1,00	1
2	0,41	Электронная коммерция	0,55	2
3	0,39	Кибербезопасность	0,29	4
4	0,22	Краудфандинг	0,14	5
5	0,17	Цифровая валюта	0,04	6
6	0,14	Биометрия	0,52	3
7	0,03	Платформизация	0,007	Ниже топ-10
8	0,02	Цифровая валюта центральных банков	0,01	9
9	0,01	Банк как услуга (Baas)	0,02	7
10	0,01	Устойчивое финансирование	0,02	8
Ниже топ-10	0,004	Регуляторные технологии	0,01	10

Ниже представлены данные, характеризующие уровень развития цифровых технологий в банках Республики Беларусь, а также обозначено, в какой степени новые продукты и услуги осваиваются отечественными банками (рисунок 1).



Рисунок 1 – Уровень развития цифровых технологий в банках Республики Беларусь [3]

Как видим, существует достаточно большое количество новых продуктов для большинства белорусских банков: API-интерфейсы, смарт-карты, онлайн-страхование, онлайн-биржа, онлайн-инвестирование, POS-кредитование, мгновенные платежи, P2P-кредитование, онлайн-бухгалтерия, интернет-облигации, платёжный сервис IPAY. Последние из перечисленных использует примерно 4 % банков.

Исследование показало, что инновационными продуктами и услугами для белорусских банков являются:

- технология вычислений в архитектуре клиент-сервер;
- онлайн-сервис ипотечного брокера;
- идентификация пользователя по фотографии при совершении переводов;
- чат-бот с советами по digital-развитию компании;
- мультирасчеты для маркетплейсов и c2c-сервисов;
- цифровая валюта и многое другое.

Таким образом, белорусские банки должны активизировать свои усилия по внедрению инновационных технологий в свою деятельность и выработать систему управления рисками, базирующуюся на новейших достижениях менеджмента.

Список использованной литературы

- 1 Хоткин, А. В. Использование ИТ для оптимизации деятельности современных банков / А. В. Хоткин // Теория и практика общественного развития. – 2018. – № 6. – С. 59-62.
- 2 Топ-10 цифровых технологий в финансовом секторе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/536264629.html>. – Дата доступа: 04.02.2023.
- 3 Оценка влияния цифровизации банка на его эффективность и конкурентоспособность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/275667/1/323-327.pdf>. – Дата доступа: 05.02.2023.

А. В. ТЕСЛЮК

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. А. Кадовба,**

канд. экон. наук

ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ И ДОБРОВОЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РАЗВИТИЯ

В практике обязательного и добровольного страхования в Республике Беларусь все еще присутствуют некоторые проблемы, в связи с чем исследования в данной области остаются актуальными. Важнейшими задачами страховых компаний страны должны быть обеспечение защиты интересов потребителей и надлежащее исполнение принятых обязательств по договорам страхования. В свою очередь, и для обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности самих страховых компаний особое внимание должно быть уделено повышению качества предоставляемых страховых услуг в сфере добровольного и обязательного страхования, проведению регулярной оценки страховых рисков и уровня достаточности активов для исполнения принятых обязательств.

Анализ страхового рынка Республики Беларусь позволяет отметить, что сохраняется положительная динамика доли добровольного страхования в общем объеме страховых взносов (рисунок 1). По добровольному страхованию за 2020 год страховые взносы, полученные страховыми компаниями, составили 940,3 млн. руб. Удельный вес добровольного страхования в общей сумме страховых взносов увеличился по сравнению с 2019 годом на 1,0 п.п. и составил 62,3 % (в 2019 году – 61,3 %). В структуре страховых взносов по видам добровольного страхования на долю личного страхования приходится 42,1 %, имущественного страхования – 50,9 %, страхования ответственности – 4,9 %, комплексного страхования – 2,1 %. Страховые взносы по обязательному страхованию за 2020 год составили 569,9 млн. руб. Доля обязательного страхования в общей сумме взносов составила в 2020 году 37,7 % (в 2019 году – 38,7 %), в том числе, личное страхование – 44,7 % от общей суммы страховых взносов по видам обязательного страхования, имущественное страхование – 7,6 %, страхование ответственности – 47,7 %.

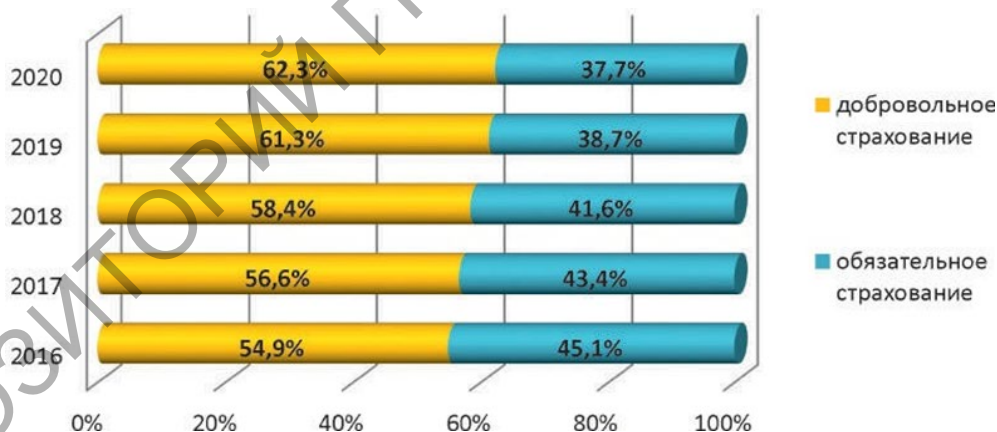


Рисунок 1 – Структура страховых взносов по обязательному и добровольному страхованию в Республике Беларусь

По итогам 2020 года самый высокий рост страховых взносов продемонстрировало имущественное страхование – в сегменте добровольного страхования он составил 109,3 %, в сегменте обязательного страхования – 110,3 %. Постепенно завоевывает свою нишу на страховом рынке страны добровольное комплексное страхование – темп роста взносов по нему в 2020 году по отношению к 2019 году составил 147,6 % (рисунок 2).

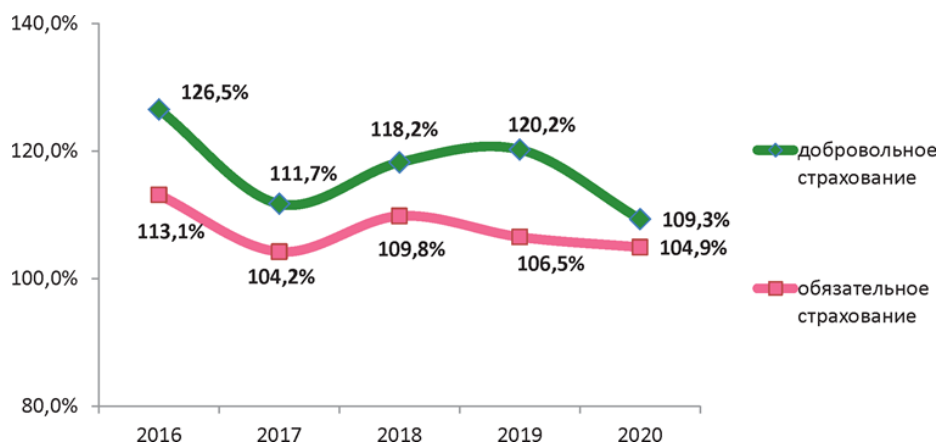


Рисунок 2 – Динамика темпов роста страховых взносов по обязательному и добровольному страхованию

На рисунке 3 представлены данные об уровне страховых выплат за ряд лет. Уровень страховых выплат в 2020 году вырос на 3,3 процентных пункта [1, с. 15].



Рисунок 3 – Уровень страховых выплат в страховых взносах в 2016-2020 гг.

Для страхового рынка страны актуально расширение перечня добровольных видов страхования, взносы по которым смогут включаться в себестоимость продукции; снижение степени изолированности белорусских страховых компаний от международного страхового рынка, поскольку отсутствие конкуренции с иностранными компаниями может снизить эффективность их работы и препятствует внедрению новых страховых продуктов и технологий; реализация активной маркетинговой политики с целью увеличения количества новых клиентов. Для развития обязательного и добровольного страхования в Беларуси необходимо создавать условия для роста доверия населения к страховым организациям и их деятельности, повысить доступность услуг страхования. Необходимо также совершенствование законодательной базы в области страхования, ее либерализация. Все это в совокупности будет способствовать развитию как уже существующих видов страхования, так и появлению новых страховых продуктов.

Список использованной литературы

1 Шанина, Е.М. Страховой рынок Республики Беларусь. 2020 год [Электронный ресурс] / Е.М. Шанина, Н.Г. Шавлюга. – Минск: «ИВЦ Минфина», 2021. – Режим доступа: http://www.belasin.by/userfiles_csr/files/Страховой%20рынок%202020-сжатый.pdf. – Дата доступа: 12.02.2023.

Е. В. ХУЗЕЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. А. Кадовба,**

канд. экон. наук

ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА ДОХОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА В КОНТЕКСТЕ ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Актуальной задачей как на уровне Республики Беларусь в целом, так и на уровне регионов остается стабильное наполнение соответственно республиканского и местных бюджетов. Поскольку основную часть доходов бюджетов формируют налоговые доходы (порядка 85 % в республиканском бюджете), изменения в налоговом законодательстве являются важным инструментом регулирования доходных поступлений. В связи с этим, практический интерес представляет анализ изменений в сфере налогообложения в контексте их возможного влияния на формирование доходной базы бюджетов.

Предпочтительными путями увеличения доходов бюджета страны являются:

- переход к снижению доли НДС и акцизов в доходной части бюджета;
- расширение налоговой базы на основе роста объемов производства и реализации продукции, повышения ее конкурентоспособности как по качеству, так и по цене, а также выведение проблемных предприятий на безубыточный уровень;
- использование многовариантного подхода к составлению проекта бюджета [1].

Это позволило бы достигнуть рациональной структуры доходов, решить задачу их максимизации в условиях действующего налогового законодательства и предполагаемых его изменений [2]. Исследование действующей налоговой системы Республики Беларусь дает основание сделать вывод о том, что для нее характерна проблема значительного удельного веса в доходах бюджета косвенных платежей, а именно НДС и акцизов.

По прогнозам доходы республиканского бюджета на 2023 год заявлены в объеме 33 362,4 млн. руб. и по сравнению с 2022 годом увеличатся на 19,1 % [3]. В основном этого планируется достичь за счет роста ставок налогов, отмены льгот. Проанализируем основные изменения в Налоговом кодексе в 2023 году. В целом, изменения связаны с:

- отменой ряда налоговых льгот;
- индексацией ставок земельного, экологического налога, подоходного налога с физических лиц в фиксированных суммах в целях адаптации их к уровню инфляции;
- увеличением ставки налога на прибыль для юридических лиц с 18 % до 20 % и подоходного налога с доходов индивидуальных предпринимателей с 16 % до 20 %;
- совершенствованием порядка проведения камеральных проверок соответствия расходов доходам физических лиц и увеличение ставки подоходного налога для ситуаций, когда расходы существенно превысили официальный доход с 20 % до 26 %.

Также продлевается действие на период с 1 января 2023 года до 1 января 2025 года ставки налога на прибыль в размере 30 % для операторов сотовой подвижной электросвязи, оператора по обязательному оказанию универсальных услуг электросвязи и коммерческих микрофинансовых организаций, по подоходному налогу для Парка высоких технологий. Помимо этого, сохранено право местных Советов депутатов вводить местный сбор за пересечение транспортными средствами границы. Произошли изменения в отношении подходов к налогообложению самозанятых граждан и ИП:

- исключены из сферы единого налога для ИП определенные виды деятельности;
- ИП утратили право уплачивать налог при упрощенной системе налогообложения;
- скорректированы ставки единого налога для ИП в 1,5–3 раза и для самозанятых граждан в 1,5–2,5 раза;
- установлена ставка сбора для агроэкоусадоб в размере 37 руб. в месяц за каждую усадьбу и ставка ремесленного сбора в размере 6 руб. в месяц;
- введен новый особый режим – налог на профессиональный доход.

С 2023 года в перечень подакцизной продукции введены новые ее виды, а также увеличены ставки акцизов с целью роста поступления сумм налогов в бюджет [4]. С 2023 г. перечень подакцизных товаров пополнился такими позициями как нефть, электронные системы курения и системы для потребления табака, табак нюхательный. Введение новых подакцизных товаров обусловлено необходимостью соблюдения положений Договора между Республикой Беларусь и Российской Федерацией об общих принципах налогообложения по косвенным налогам, заключенного в Москве 03.10.2022 г.

В рамках всех произошедших изменений налоговая нагрузка на экономику прогнозируется на уровне 19,36 % к ВВП [3]. Правительство закладывает почти 20%-ный рост поступлений в бюджет. Однако налоговые источники пополнения бюджета при этом остаются в пределах прошлого года. Так, ожидаемые налоговые доходы запланированы в объеме 22 369,9 млн. руб., в то время как в 2022 году они составляли 22 694,6 млн. руб. Как и в текущем году, более 70 % поступлений составят налоги на товары. Неналоговые доходы должны составить 3 735,3 млн руб. (в 2022 г. – 2991,0 млн. руб.), однако этого недостаточно чтобы нарастить доходы бюджета на требуемые 5 534,9 млн. руб. [5]. Предполагается, что основным источником дополнительного финансирования, который позволит увеличить доходы бюджета в 2023 году, станут выплаты из российского бюджета. Налоговые доходы планируются ниже уровня прошлого года, а по неналоговым заложен рост на 24,9 %.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. С 2023 года в Республике Беларусь увеличены ставки ряда налогов, и такое решение было принято с целью обеспечения пополнения государственного бюджета доходами. Вместе с тем, рост налоговой нагрузки на ряд субъектов хозяйствования, напротив, может привести к снижению поступлений налогов. Также с учетом экономической обстановки может произойти снижение объемов налогооблагаемых баз, поэтому несмотря на рост ставок налогов в государственном бюджете запланировано незначительное снижение суммы налоговых доходов. Актуальной задачей формирования и совершенствования налоговой политики страны является создание комфортных условий для субъектов хозяйствования, стимулирование и поддержка предпринимательской активности, снижение налоговой нагрузки на население, что будет способствовать экономическому росту, а это, в свою очередь, станет основой для роста доходов государственного бюджета в перспективе.

Список использованной литературы

1 Формирование и пути увеличения доходов республиканского и консолидированного бюджетов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/20491/1/Arutiunian_A.G_Formirovanie_i_puti_uvelicheniia_dokhodov%20respublikanskogo%20i%20konsolidirovannogo%20biudzheto%20Respubliki%20Belarus%27.pdf. – Дата доступа: 11.02.2023.

2 Формирование доходов республиканского бюджета и основные пути их увеличения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/214869654.pdf>. – Дата доступа: 11.02.2023.

3 6 законопроектов рассмотрено на заседании Палаты представителей 7 декабря [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://pravo.by>. – Дата доступа: 11.02.2023.

4 Комментарий к проекту НК-2023. Планируемые изменения с 01.01.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by>. – Дата доступа: 11.02.2023.

5 Бюджет на 2023 год: разбираем с калькулятором [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/byudzheta-na-2023-god-razbiraem-s-kalkulyatorom/>. – Дата доступа: 11.02.2023 г.

ОБ ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Оценка уровня кредитоспособности может быть потребностью как самой организации, которая нуждается в заемных ресурсах, так и ее потенциальных кредиторов, которые стремятся к снижению своих рисков и возможных финансовых потерь. В связи с этим, разработка эффективных, качественных и при этом простых методик оценки кредитоспособности является важной и актуальной задачей в современных условиях.

В целом кредитоспособность организации – это уровень ее способности эффективно использовать ресурсы, возможность и готовность вернуть заемные средства в соответствии с установленными кредитным договором условиями. Цель оценки кредитоспособности заемщика заключается в установлении степени его способности взять и своевременно вернуть долг. Оценкой кредитоспособности занимаются как коммерческие банки, так и другие финансовые институты. От уровня кредитоспособности зависит величина процентной ставки по кредиту и максимальная сумма, которую банк готов предоставить.

На кредитоспособность организации влияют различные факторы, как внутренние, так и внешние (рисунки 1 и 2). Следует отметить, что чаще всего учесть их все при оценке не удастся, в частности, в связи со сложностью формализации, представления в числовом виде и включения в дальнейшем в методику.

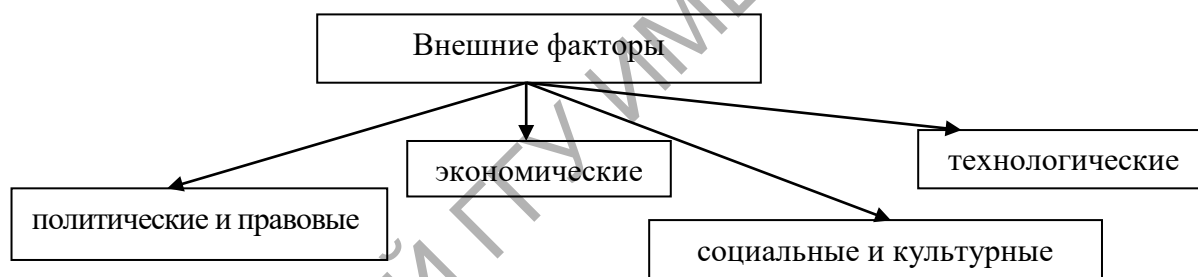


Рисунок 1 – Основные группы внешних факторов, влияющих на кредитоспособность

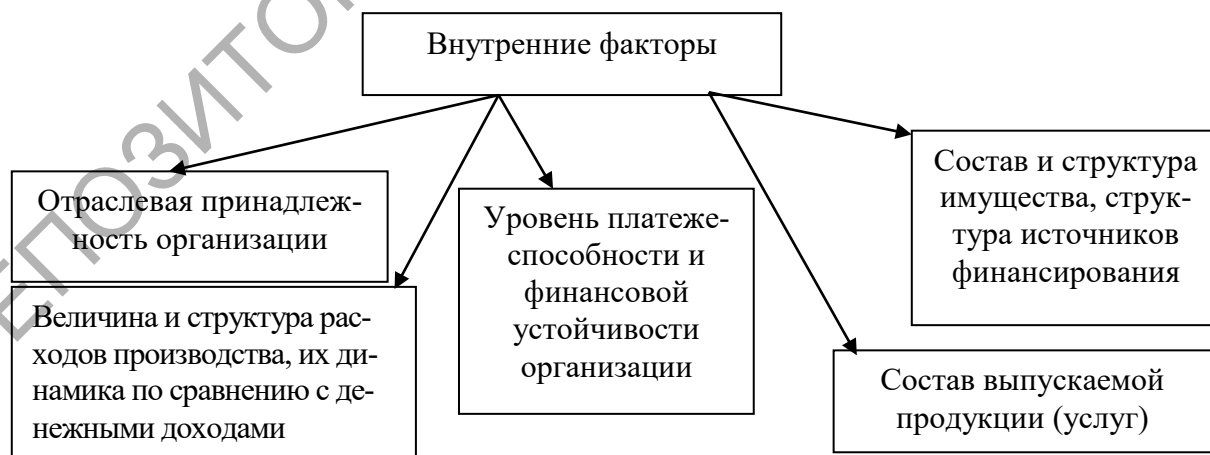


Рисунок 2 – Основные группы внутренних факторов, влияющих на кредитоспособность

Рассмотрим и проведем апробацию методики оценки кредитоспособности потенциальных заемщиков, используемую российскими банками [1]. Эта методика базируется на расчете пяти коэффициентов и является за счет этого достаточно простой в применении (таблица 1).

Таблица 1 – Перечень и интерпретация значений коэффициентов в методике

Название коэффициентов	Номер категории		
	первая	вторая	третья
K_1 – коэффициент абсолютной ликвидности	0,2 и выше	0,15-0,2	менее 0,15
K_2 – промежуточный коэффициент покрытия	0,8 и выше	0,5-0,8	менее 0,5
K_3 – коэффициент текущей ликвидности	2,0 и выше	1,0-2,0	менее 1,0
K_4 – соотношение собственных и заемных средств	1,0 и выше	0,7-1,0	менее 0,7
K_5 – рентабельность продукции (продаж)	0,15 и выше	менее 0,15	менее 0

Общий итоговый балл кредитоспособности заемщика определяется методом суммы мест в соответствии со следующей формулой (1):

$$\text{Балл} = (0,11 \times k_1) - (0,05 \times k_2) + (0,42 \times k_3) - (0,21 \times k_4) - (0,21 \times k_5), \quad (1)$$

где k_1, k_2, k_3, k_4, k_5 – номера категорий коэффициентов K_1, K_2, K_3, K_4, K_5 .

Класс кредитоспособности потенциального заемщика определяется в соответствии с итоговым баллом его кредитоспособности:

- заемщики первого класса кредитоспособности, кредитование которых не несет существенных рисков для банка (балл не превышает 1,05 пункта);
- заемщики второго класса кредитоспособности, кредитование которых находится под вопросом и требует внимания (балл находится в пределах от 1,05 до 2,42 пункта);
- заемщики третьего класса кредитоспособности, кредитование которых связано с самым высоким риском для кредитной организации (балл превышает 2,42 пункта) [1].

Представим результаты апробации данной методики на примере предприятия ОАО «Гомельский завод литья и нормалей».

Для ОАО «Гомельский завод литья и нормалей» расчет балла кредитоспособности имеет следующий вид:

$$\text{Балл} = (0,11 \times 3) + (0,05 \times 1) + (0,42 \times 1) + (0,21 \times 3) + (0,21 \times 1) = 0,33 + 0,05 + 0,42 + 0,63 + 0,21 = 1,64$$

Таким образом, следует сделать вывод, что ОАО «Гомельский завод литья и нормалей» относится ко второму классу кредитоспособности, так как рассчитанное для него значение находится в следующем диапазоне:

$$1,05 < 1,64 < 2,42$$

Следовательно, у данной организации средний риск невозврата кредита и процентов по нему, поэтому кредитование требует взвешенного подхода. Следует, однако, также учитывать, что у организации на данный момент уже сложился очень высокий уровень зависимости от заемных ресурсов. Это говорит о рискованном положении и самой организации, и банков в случае ее кредитования.

Список использованной литературы

1 Поляков, В. Е. Методические аспекты анализа кредитоспособности организаций / В. Е. Поляков, К. Г. Коровина // Азимут научных исследований. – 2018. – № 1(22). – Т. 7. – С. 142–146.

М. Е. ШИШКОВЕЦ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **З. В. Бонцевич,**

канд. экон. наук, доц.

ЭЛЕКТРОННЫЕ СЕРВИСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Налоги являются неотъемлемым инструментом осуществления социально-экономической политики государства. Однако реализация налогового потенциала возможна только при наличии эффективной системы налогообложения, понимания и принятия субъектами экономики необходимости существования и уплаты налогов.

История налоговой службы в Республике Беларусь начинается 02.04.1990 года, когда Постановлением Совета Министров БССР №78 была создана Государственная налоговая инспекция в системе Министерства финансов БССР [1]. С тех пор на протяжении нескольких десятилетий происходит непрерывное совершенствование структуры налоговых органов, укрепление налогового законодательства, развитие налоговой системы, оптимизация условий и механизмов взимания налогов, налоговых ставок, налоговых льгот, проводится работа по формированию налоговой культуры хозяйствующих субъектов и населения. При этом, несмотря на снижение налоговой нагрузки на экономику, имеет место задолженность в бюджет. Данный факт свидетельствует о необходимости повышения результативности и эффективности системы налогового администрирования с целью повышения уровня формирования и реализации налогового потенциала.

На 2021-2023 годы стратегия развития налоговых органов Республики Беларусь предусматривает формирование современной ИТ-инфраструктуры; эффективное налоговое администрирование и контроль на основе системы управления рисками; простые и удобные условия для добровольного исполнения плательщиками налоговых обязательств; эффективную систему корпоративного управления [2].

В связи с этим, на современном этапе одним из важнейших направлений деятельности налоговых органов является повышение качества обслуживания налогоплательщиков, формирование доступных, понятных и простых условий для уплаты налогов. В контексте развития цифровой экономики на начало февраля 2023 года налоговые органы предлагают клиентам двадцать электронных сервисов, позволяющих оперативно получить информацию о необходимых к уплате налогах и сборах, порядке и условиях их исчисления, сроках уплаты, сведениях о задолженности, реквизитах, порядке постановки на налоговый учет, правилах представления налоговой декларации и др. [3].

Для налогоплательщиков особый интерес имеет электронный сервис «Личный кабинет плательщика», разработанный для юридических лиц, физических лиц и индивидуальных предпринимателей с учетом их особенностей при уплате налогов (рисунок 1). Для физических лиц также доступно мобильное приложение «MNS Mobile» [3].

К основным преимуществам данного сервиса следует отнести внедрение современных технологий налогового администрирования, расширение действия принципа клиентоориентированности, повышение качества обслуживания налогоплательщиков, повышение оперативности и комфортности при взимании налогов, повышение доступности и открытости информации об уплаченных налогах и задолженности.

Важным нововведением для плательщиков является также налоговый калькулятор, позволяющий с учетом актуальных ставок и льгот рассчитать сумму налогов к уплате.

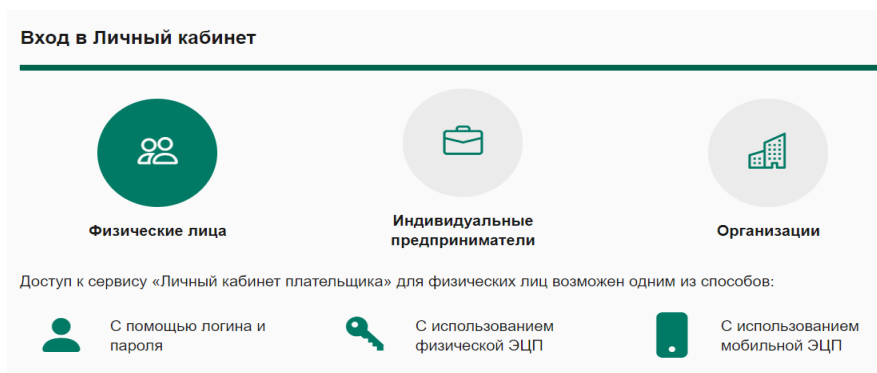


Рисунок 1 – Вход в личный кабинет плательщика [3]

Так, налоговый калькулятор дает возможность вычисления следующих налогов:

- налог при упрощенной системе налогообложения;
- единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции;
- единый налог по одному обслуживаемому объекту для ИП, выполняющих работы (оказывающих услуги);
- единый налог по одному торговому объекту (месту), объекту общественного питания для ИП, осуществляющих розничную торговлю и общественное питание;
- кадастровая стоимость земельного участка и сумма земельного налога;
- подоходный налог.

Таким образом, налоговые органы Республики Беларусь, внедряя инновационные технологии в коммуникационные процессы с налогоплательщиками, способствуют общему процессу цифровизации в стране, повышению эффективности контроля за уплатой налогов, снижению ошибок при расчете сумм налогов, повышению уровня реализации налогового потенциала, увеличению бюджетных налоговых доходов, сокращению издержек, связанных с выполнением налоговых обязательств, гармонизации финансовых интересов государства и налогоплательщиков.

Список использованной литературы

- 1 Налоговой службе Республики Беларусь 30 лет [Электронный ресурс] / Официальный сайт Администрации Новобелицкого района г. Гомеля. – Режим доступа: <http://novobel.gov.by/ru/novosti-imns-ru/view/nalogovoj-sluzhbe-respubliki-belarus-30-let-925/>. – Дата доступа: 08.02.2023.
- 2 Стратегия развития налоговых органов Республики Беларусь на 2021-2023 годы: Решение коллегии Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 27 ноября 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nalog.gov.by/about/#heading-development-strategy>. – Дата доступа: 08.02.2023.
- 3 Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nalog.gov.by/>. – Дата доступа: 08.02.2023.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

А. С. БРАЗОВСКИЙ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Н. В. Марковская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ ФУНКЦИЙ В РЕШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Финансовая функция – это совокупность действий, которые способствуют получению прибыли на всех стадиях производства с помощью соответствующего анализа, позволяют отслеживать все расходы (включая инвестиции) с учетом необходимости закупок, а также движение имеющихся денежных средств (включая оплату налогов) и соблюдение взятых обязательств, направлены на поиск оптимальных источников и условий, кратко- и долгосрочного финансирования предприятия.

Рассмотрим использование финансовых функций в решении экономических задач посредством программы Microsoft Office Excel. Программа Microsoft Office Excel представляет собой редактор таблиц, в котором удобно с ними работать. Она позволяет форматировать данные, задавать формулы для элементарных и сложных вычислений, форматировать диаграммы и даже программировать.

Пакет встроенных расчетных функций включает в себя десятки наименований, но самыми востребованными в работе экономистов являются следующие формулы: БС, СТАВКА, ПС, КПЕР, ПЛТ. Рассмотрим подробнее эти функции. БС – возвращает будущую стоимость инвестиции на основе постоянной процентной ставки. В функции БС можно использовать как периодические постоянные платежи, так и единый общий платеж. СТАВКА – возвращает процентную ставку за период аннуитета. СТАВКА вычисляется с помощью итерации и может иметь ноль или больше решений. ПС – вычисляет текущую стоимость инвестиции исходя из заданной процентной ставки и постоянной периодичности платежей. КПЕР – возвращает общее количество периодов выплаты для инвестиции на основе периодических постоянных выплат и постоянной процентной ставки. ПЛТ – возвращающая сумму периодического платежа для аннуитета на основе постоянства сумм платежей и постоянной процентной ставки.

Рассмотрим использование финансовой функции на примере следующей задачи.

Задача. Спустя три года после образования фонда в него начинают поступать средства в конце каждого квартала в течение 7 лет, на которые ежеквартально начисляются проценты по ставке 15 % годовых. Величина фонда в конце срока составляет 300 000 000 руб. Определить величину ежеквартальных поступлений на счет.

Решение. Для решения задачи нам потребуется воспользоваться финансовой функцией ПЛТ и в качестве ее параметров ввести имеющиеся данные. Затем количество периодов умножаем на четыре, а процентную ставку в свою очередь делим на четыре. Делаем это, так как проценты начисляются ежеквартально.

Шаг 1. Внесем исходные данные в ячейки на листе. Для этого в ячейки столбца А внесем названия исходных данных, а в ячейке столбца Б сами исходные данные (рисунок 1).

	А	В	С
1	БС	300 000 000	
2	ПС	0	
3	КПЕР	7	
4	СТАВКА	15%	
5	ПЛТ		
6			

Рисунок 1 – Пример ввода данных в ячейки таблицы MS Excel

Шаг 2. В ячейку B5 нам необходимо ввести формулу для расчета ежеквартальных платежей. Для этого воспользуемся функцией ПЛТ. Для заполнения ее параметров вызовем мастер функций. Вид окна приведен на рисунке 2.

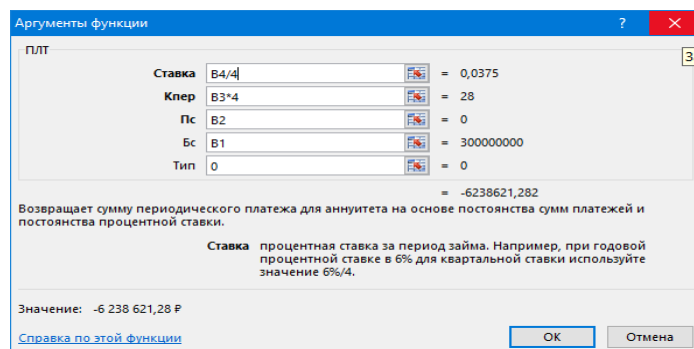


Рисунок 2 – Окно мастера функции для функций ПЛТ

Отметим следующее: по условию задачи платежи выполняются ежеквартально, поэтому нам необходимо перевести процентную ставку и количество периодов в квартальные. Для этого мы разделим и умножим соответственно их на четыре. В результате наша функция будет иметь следующий вид: ПЛТ(B4/4;B3*4;B2;B1;0).

Шаг 3. В итоге получим следующий результат (рисунок 3).

	A	B	C
1	БС	300 000 000,00 Р	
2	ПС	0	
3	КПЕР	7	
4	СТАВКА	15%	
5	ПЛТ	-6 238 621,28 Р	
6			

Рисунок 3 – Результат решения задачи

В результате решения задачи получен отрицательный ответ, который объясняется тем, что средства будут вноситься на счёт в банке.

Таким образом, в статье представлено использование финансовой функции ПЛТ для решения финансовых задач [1].

Список использованной литературы

1 Служба поддержки Microsoft. Финансовые функции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://support.microsoft.com/ru-ru/excel>. – Дата доступа: 14.02.2023.

А. В. БУЛХОВА

(г. Сочи, Сочинский государственный университет)

Науч. рук. **А. С. Копырин**,

канд. экон. наук, доц.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ИНФОРМАТИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ЭТАПАХ АДАПТАЦИИ И ВНЕДРЕНИЯ

Все организации образования, в том числе и муниципальные, для эффективной работы внедряют в свою работу информационные системы. Но в связи с информатизацией производства появляются ранее не возникающие риски информатизации, которые предполагают

убытки, связанные с информационными технологиями, в том числе на этапах внедрения и адаптации. Если учесть, что при информатизации предприятия выполняются все стадии жизненного цикла информационной системы, то можно утверждать, что каждый этап создает условия для формирования новых, не всегда предсказуемых рисков.

Поэтому при внедрении риск-менеджмента невозможно учесть все вредные проявления рисков, предугадать конечный исход и возможное негативное влияние [1]. В результате оптимальным подходом следует считать реализацию подсистемы управления рисками в работающую информационную систему на основе концепции сбалансированной системы показателей, которая в последнее время набирает популярность в связи со своей гибкостью и возможностью моментального реагирования на появляющиеся риски, четко отслеживать ущерб и оперативно применять соответствующие меры. Используется топ-менеджерами для поддержки принятия решений управленческого уровня в работе предприятия.

Система сбалансированных показателей позволяет минимизировать негативное влияние в проблемных участках работы существующей информационной системы за счет внедрения новых бизнес-процессов. В них используются количественные показатели, которые должны поддерживаться в пределах заданных границ. В случае недостижения значения будут применяться меры для устранения возможности негативного влияния.

Оценка показателей, своевременно применяемая мера к узким местам бизнес-процессов, которая перенаправляет ресурсы при устранении риска на другие, требующие внимания. На основе данного алгоритма формируется динамическая система контроля рисков, охватывающая все направления информатизации муниципального образования [2].

В качестве исходных данных для формирования подсистемы управления рисками, возникающими при информатизации, использованы результаты анализа существующих рисков международных компаний, выполненные аудиторско-консалтинговой группой ERNST&YOUNG [3]:

- отсутствие технической документации, разработанной по ГОСТ 34 [4];
- риски инвестиционных проектов;
- неблагоприятные изменения законодательства.

Данные пункты показывают узкие места в существующем алгоритме подписания контракта с подрядчиком (рисунок 1), для их устранения были разработаны новые бизнес-процессы со следующими показателями [5]:

- процент вовремя внедренных проектов в соотношении к количеству подписанных контрактов;
- количество продленных контрактов из-за изменения законодательства;
- количество оформленных технических заданий;
- количество оформленных технических проектов.

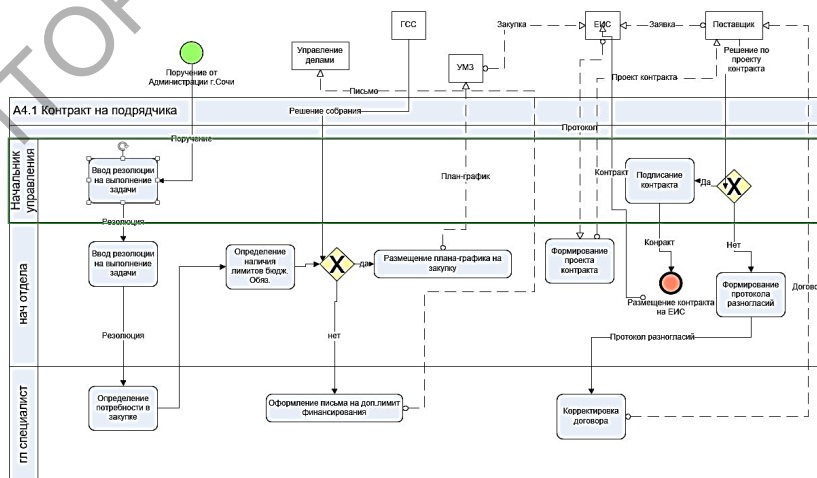


Рисунок 1 – Бизнес-процесс «Контракт на подрядчика»

Подход, рассмотренный в данной статье, делает возможным точно влиять на существующие в системе узкие места и мгновенно реагировать на возникающие риски, что способствует повышению стабильности работы организации в долгосрочной перспективе.

Список использованной литературы

- 1 Авдийский, В. И. Риск-менеджмент как составная часть корпоративной системы управления / В. И. Авдийский // Бухгалтерский учет. – 2012. – № 8. – С. 98-101.
- 2 Крылов, С. И. Сбалансированная система показателей в управлении рисками / С. И. Крылов // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 42 (336). – С. 13-22.
- 3 Агарков, Г. А. Особенности построения системы управления рисками в федеральных университетах Российской Федерации / Г. А. Агарков [и др.] // Университетское управление: практика и анализ. – 2015. – № 6 – С. 109-117.
- 4 ГОСТ 34.201-89 Виды, комплектность и обозначение документов при создании автоматизированных систем / Электронная библиотека стандартов оформления проектной документации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://it-gost.ru/content/view/55/40>. – Дата доступа: 17.02.2023.
- 5 Созаева, Д. А. Управление рисками: подходы, модели, методологии / Д. А. Созаева // Проблемы анализа риска. – 2016. – Т. 13. – № 4. – С. 6-20.

С. А. ВАСИЛЬЦОВ

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **Л. П. Авдашкова,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ УЧЁТА ВЫПУСКА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Перемещение готовой продукции на склад сельскохозяйственной организации предполагает сбор сырья бригадой и отправку сырья для изготовления готовой продукции, далее оформление дневника, отправку сырья по местам хранения с дальнейшим перемещением по цехам. По факту отправки продукции по местам хранения формируются отчеты о движении готовой продукции по местам хранения. Объектом автоматизации являются процессы по учету выпуска готовой продукции, а также перемещения готовой продукции по складам сельскохозяйственной организации, имеющие особенности учета.

Выпуск готовой продукции включает в себя следующие процессы:

- производство готовой продукции в цехах;
- упаковка готовой продукции;
- контроль выпускаемой продукции согласно СТБ 1212-2000;
- формирование отчетов о выпуске готовой продукции;
- оформление накладных на выпуск готовой продукции;
- учет выпуска готовой продукции.

Согласно функциональной модели выделены внешние сущности, хранилища данных, потоки данных (рисунок 1).

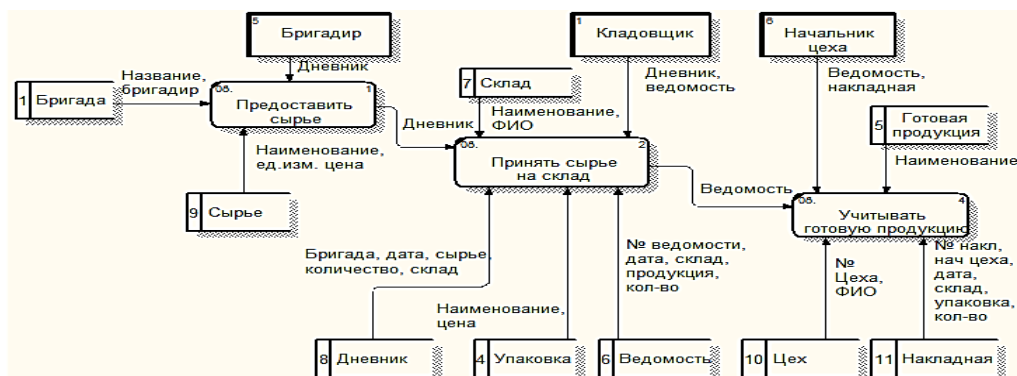


Рисунок 1 – Диаграмма потоков данных DFD

Спроектированная база данных состоит из 11 таблиц. Схема базы данных представлена на рисунке 2.

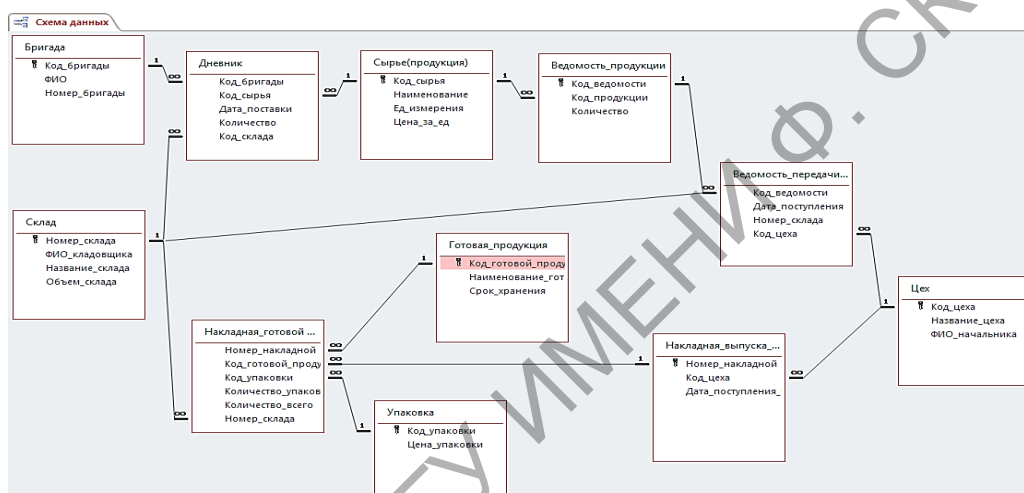


Рисунок 2 – Схема базы данных

База данных нормализована, приведена к третьей нормальной форме (3НФ). На основе созданной базы данных, спроектировано и создано приложение «Автоматизированная информационная система учёта выпуска готовой продукции» (рисунок 3).

ФайлПравкаСправка

1 для 8

Код	Готовая продукция	Срок хранения
1	Огурцы грунтовые	10 суток
2	Морковь столовая	3 месяца
3	Яблоки	30 дней
4	Помидоры тепличные	10 дней
5	Свекла столовая	3 месяца
6	Лук репчатый	3 месяца
7	Капуста ранняя	2 месяца
8	Перец сладкий	10 дней
*		

Добавить

Удалить

Сохранить

Редактировать

Код1

НаименованиеОгурцы грунтовые

Срок хранения10 суток

Поиск

Строка ввода

Поиск

Сброс

Сортировка

от А до ЯПо возрастанию

от Я до АПо убыванию

Печать

Главное меню

Выход

Рисунок 3 – Главное окно разработанного приложения

Созданное приложение «Автоматизированная информационная система учёта выпуска готовой продукции» должно хранить все данные, связанные с учетом готовой продукции в базе данных, что позволит сократить количество отчетов, выводимых на бумагу, уменьшить количество расходных материалов, необходимых для печати документов, перевести персонал с бумажных документов в электронные, либо полностью отказаться от хранения бумажной информации и перевести персонал на более простые и удобные способы ввода и хранения информации.

А. А. ВОЛЧЁК

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Н. В. Марковская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

УЧЁТ ЛИЧНЫХ ФИНАНСОВ С ПОМОЩЬЮ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

Учёт личных финансов доходов и расходов – это один из базовых принципов финансовой грамотности. Так как внимательное отслеживание всех трат – это самый надёжный способ сделать свой бюджет более оптимизированным. Так вот как же более удобно и практичнее вести этот учёт? Есть много разных способов это делать. Одни ведут учёт в бумажном блокноте или тетради, другие ведут таблицы в Google или Excel, но самым практичным и удобным способом это делать являются мобильные приложения, в которых можно наблюдать свои доходы и расходы прямо у себя в телефоне. Вот о таких приложениях эта статья.

Первым приложением, о котором хотелось бы рассказать, является «Дзен-мани» [1].

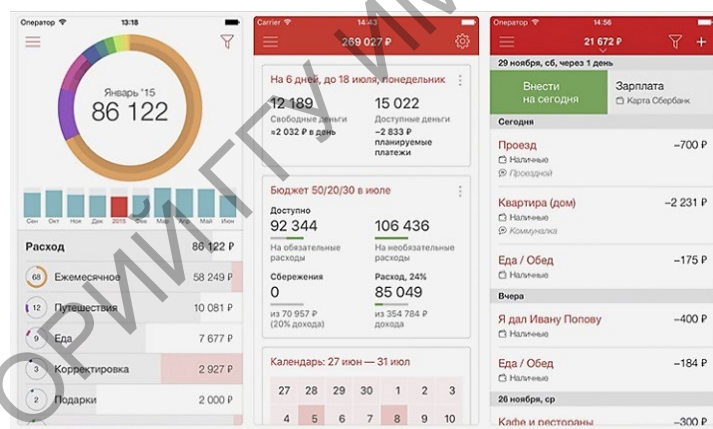


Рисунок 1 – Главная страница приложения «Дзен-мани»

Самым главным его преимуществом среди конкурентов является возможность синхронизации с вашим онлайн-банком (например, Беларусбанк, Приорбанк) и таким образом, можно вручную не добавлять все операции, которые вы проводили за день с использованием ваших счетов. Это приложение само рассортирует всё по категориям затрат. Например, если вы зашли в продуктовый магазин, то потраченные деньги будут отображаться в разделе еда, если вы сняли деньги, то это уже будет в разделе банковские операции и так далее. Также недавно появился раздел «Планы», где можно поставить цель в финансах и у вас всё время будет показан ваш план в расходах, от которого вы можете отталкиваться. Это приложение доступно на таких операционных системах как IOS и Android. Среди минусов можно выделить то, что некоторые функции являются платными.

Вторым приложением является «CoinKeeper» [2].

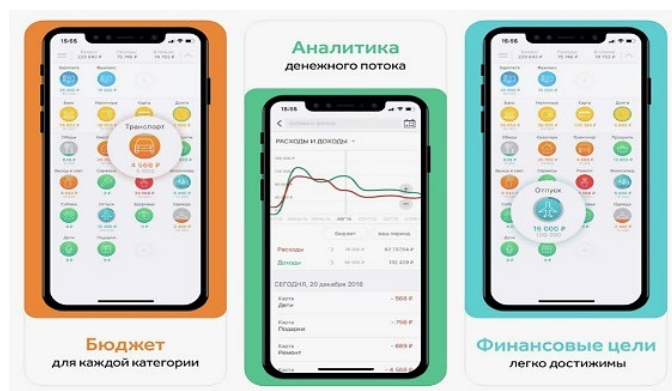


Рисунок 2 – Главные страницы приложения «CoinKeeper»

Хоть это приложение и не новое, но очень популярно в силу очень простого интерфейса.

Расходы там разбиты на категории – покупки для дома, продукты, оплата услуг и прочие. Можно пользоваться списком, предложенным приложением, а можно добавить свои категории расходов. Например, можно отдельно считать траты на вашего домашнего питомца, расходы на лечение болезней и так далее. И после совершения покупки нужно вручную «переместить» монетку в соответствующую категорию расходов и указать сумму. В таком случае трата будет учтена.

В приложении есть множество дополнительных опций: можно настроить учет не по месяцам, а по неделям, кварталам или как вам удобно; можно установить напоминание о регулярной оплате (например, по кредиту) и много других очень полезных функций, которые облегчат вам слежку за финансами. К минусам, как и в «Дзен-мани», относится наличие платных функций. «CoinKeeper» как и «Дзен-мани» доступно на таких операционных системах как IOS и Android.

Третьим приложением является «Monefy» [3].

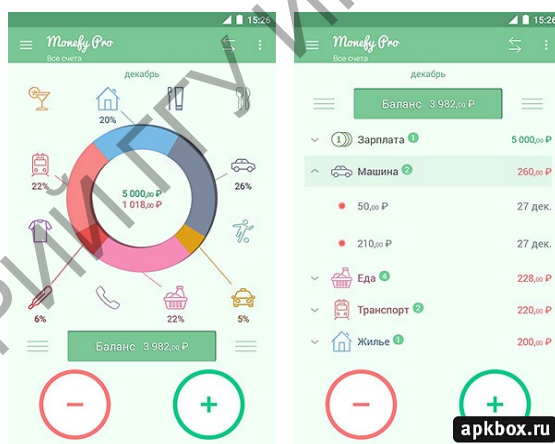


Рисунок 3 – Инновационное меню приложения «Monefy»

Работает по схожей схеме, как и остальные приложения. Пользователю предлагается вести учет трат по категориям – их можно менять под себя. Можно смотреть отчёты за любой период времени, а на главной странице виден детальный отчёт в виде диаграммы.

Отличительной чертой Monefy является возможность установить не только на смартфон, но и на компьютер. Также есть учёт доходов и расходов в разных валютах. Минусом также выступает наличие платных функций.

В заключении можно сказать, что под вкусы каждого найдётся мобильное финансовое приложение, которое будет значительно упрощать слежение за личными финансами. Такие приложения будут полезны и эффективны не только для домашних финансов, но и других задач, возникающих в экономической сфере.

Список использованной литературы

- 1 Официальный сайт мобильного приложения Дзен-мани [Электронный ресурс]. – Режим доступа: zenmoney.ru. – Дата доступа: 14.02.2023.
- 2 Официальный сайт мобильного приложения CoinKeeper [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://about.coinkeeper.me>. – Дата доступа: 14.02.2023.
- 3 Официальный сайт мобильного приложения Monefy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://monefy.me>. – Дата доступа: 14.02.2023.

Г. З. ГАВРИЛЕНКО

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)
Науч. рук. **М. А. Грибовская**,
канд. физ.-мат. наук, доц.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОГРАММНОГО МОДУЛЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ РАБОТЫ ХУДОЖНИКА-ДИЗАЙНЕРА

Организации, занимающиеся печатным производством, созданием или обработкой изображений, заинтересованы в улучшении и ускорении процесса обработки изображений и подготовки их к выводу на печать. В связи с этим была поставлена цель – разработать программный модуль к графическому редактору Adobe Photoshop для автоматизации работы художника-дизайнера ОДО «Бумпром». Основным видом деятельности организации является производство и реализация обоев. Собственная студия дизайна позволяет разрабатывать и запускать в производство не только эксклюзивные дизайны, но и выпускать индивидуальные коллекции.

Недостатки готовых решений на рынке информационных технологий: высокая стоимостью данных программных продуктов; отсутствие возможности подгонки данных программных продуктов под текущие задачи; отсутствие открытого исходного кода; избыточность возможностей, которые не будут использоваться в рамках данной организации, но за которые надо будет переплатить; для доработки программных продуктов необходимо иметь в штате разработчика или пользоваться услугами сторонних специалистов; необходимость покупки лицензий для каждого пользователя.

Требования, которым должен соответствовать разрабатываемый программный модуль: организация единого и понятного интерфейса программного модуля; исключение ошибок в работе модуля; редактирование и обработка изображений; перевод изображения в цветовую модель RGB или CMYK; создание выклейки изображения по определенным размерам; функция окрашивания изображения в различные цвета; умное размытие изображения (без стыков); создание повторов определенных размеров; предоставление выбора смещения рисунка. Услуги программного продукта будут доступны всем работникам подразделения дизайн-центра организации. В первую очередь этот набор будет включать услуги трех основных типов: выклейка изображения включает в себя выклейки изображения через слои проекта, либо через каналы; повторы и размытие; работа с цветом. Модуль предоставляет пользователю палитру из нескольких цветовых решений, а также возможность конвертации изображения в цветовую палитру RGB и CMYK.

Рассмотрим основные прецеденты программного модуля, для каждого из которых рассмотрим события, происходящие при их успешной реализации (главный поток событий), и события, происходящие при невыполнении функций прецедента (альтернативный поток событий):

1 Прецедент «Выклейка». *Главный поток событий.* Прецедент начинается, когда клиент успешно вошел в систему, выбрав нужный ему раздел, а именно «Выклейка слоев» или «Выклейка каналов», решив, какой тип смещения ему потребуется, и использует функцию выклейки (2x2, 3x3, 4x4). Система находит информацию для размера изображения и выделяет рабочую область для копирования области. Следующим шагом является увеличение размера изображения в зависимости от выбранной кнопки на панели, далее разметка рабочей области с помощью гайд-линий, вставка и перемещение скопированного ранее элемента изображения по необходи-

мым областям всего рабочего холста, после этого очистка холста от гайд-линий и снятие выделения. Прецедент заканчивается, когда все действия автоматизации были выполнены, или когда клиент выходит из системы. *Альтернативный поток событий.* Система не может получить информацию о размерах изображения либо выбраны неправильные группы файлов в программе. Отображается сообщение о невозможности дальнейшего выполнения команды.

2 Прецедент «Перевод RGB в CMYK и наоборот». *Главный поток событий.* Прецедент начинается, когда клиент успешно вошел в систему, открыв нужное ему изображение. Выбрав нужный ему раздел, а именно «Изображение», система выделяет рабочую область и с помощью функции «Convert to profile» конвертирует изображение под необходимую цветовую модель RGB или CMYK, выбранную пользователем. Прецедент заканчивается, когда действие выполнится, либо клиент выходит из системы. *Альтернативный поток событий.* Система не может получить информацию о цветовой модели изображения либо выбраны неправильные группы файлов в программе. Отображается сообщение о невозможности дальнейшего выполнения команды.

3 Прецедент «Изменение колористики изображения». *Главный поток событий.* Клиент входит в систему и открывает необходимое ему изображение. Выбрав нужный ему раздел, а именно «Изображение», система предлагает выбрать один из готовых вариантов цвета, после этого система сама в автоматическом режиме перекрашивает изображение в зависимости от выбранного цветового решения. Прецедент заканчивается, когда действие полностью выполнено, или клиент выходит из системы. *Альтернативный поток событий.* Система не может получить информацию о цветовой модели изображения либо выбраны неправильные группы файлов в программе. Отображается сообщение о невозможности дальнейшего выполнения команды.

4 Прецедент «Повторы». *Главный поток событий.* Прецедент начинается, когда клиент успешно вошел в систему, открыв нужное ему изображение. Выбрав нужный ему раздел, а именно «Повторы и размытие», выбрав определенное действие, система выделяет рабочую область и с помощью гайд-линий отмечается точная линиятура, в зависимости от выбранного размера рапорта. После этого выделяются рабочие области для копирования изображения, дальше изображение увеличивается на определенные значения, в которые вставляются ранее скопированные части изображения, в зависимости от смещения делается офсет, после рабочая область очищается от выделений и гайд-линий. Прецедент заканчивается, когда действие полностью выполнится, либо клиент выходит из системы. *Альтернативный поток событий.* Система не может получить информацию о размере изображения либо выбраны неправильные группы файлов в программе. Отображается сообщение о невозможности дальнейшего выполнения команды.

5 Прецедент «Размытие». *Главный поток событий.* Прецедент начинается, когда клиент успешно вошел в систему, открыв нужное ему изображение. Выбрав нужный ему раздел, а именно «Повторы и размытие», выбрав определенное действие, система выделяет рабочую область и увеличивает изображение со всех сторон, после выполняет функцию размытия всего изображения, после обрезает изображение на определенные размеры. Прецедент заканчивается, когда действие полностью выполнится, либо клиент выходит из системы. *Альтернативный поток событий.* Система не может получить информацию о размере изображения либо выбраны неправильные группы файлов в программе. Отображается сообщение о невозможности дальнейшего выполнения команды.

Программный модуль значительно упростит работу художника, занимающегося разработкой дизайна обоев.

О. И. ЗАКОМИРНЫЙ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. В. Шикальчик**

ОЗДОРОВЛЕНИЕ БИЗНЕСА ПУТЁМ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН

Блокчейн – это один из способов распределенного хранения данных. Основным отличием блокчейна от традиционных баз данных является децентрализация. То есть, ни один регулирующий орган не контролирует этот процесс, и информация не сосредоточена на серверах в одном месте.

Важность блокчейна для бизнеса: бизнес зависит от данных, скорости сбора и точности данных. «Блокчейн идеально подходит для предоставления такой информации, поскольку он предлагает авторизованным участникам сети общий и полностью прозрачный доступ к информации в неизменяемом реестре», – считают в IBM.

Блокчейн – это цепочка блоков информации. Любой пользователь может просмотреть эту информацию, но не может ее изменить. Каждая новая транзакция превращается в новый хешированный кластер. Он состоит из уникального блока данных, созданных по определенному алгоритму. Новый блок всегда ссылается на предыдущий, тем самым создавая строгую последовательность. Информация в блокчейне не может быть изменена или удалена.

Как отметил журналист The Washington Post, ключом к безопасности технологии является то, что все пользователи сети уведомляются о любых изменениях [1].

У блокчейна есть существенные преимущества: децентрализация и скорость обработки транзакций. При необходимости компании могут внедрить собственный блокчейн-альянс, в который могут входить деловые партнеры. Это значительно упрощает сотрудничество.

Блокчейн начал использоваться в банковских системах, потому что, благодаря своей прозрачности, он становится «устойчивым к коррупции». Помимо финансовых и банковских учреждений, блокчейн уже используется в логистике, здравоохранении, розничной торговле и нефтегазовой промышленности.

Хотя большинство согласны с тем, что блокчейн достаточно безопасен, у этой технологии есть и недостатки. Первая проблема – это масштабируемость. То есть с увеличением числа участников системе становится сложнее обрабатывать транзакции. Другой риск – это так называемая «51 %-ная атака». Это означает, что несколько пользователей сети с большими вычислительными мощностями договорились и могут изменять записи в определенном блоке [2].

Построение интеллектуального предприятия с использованием технологии блокчейн. Блокчейн можно использовать для улучшения других технологий, но он также применяется для автоматизации основных бизнес-процессов. Внедрение блокчейна может улучшить такие процессы, как составление и исполнение договоров, мониторинг цепочек поставок, управление запасами и контроль качества. Блокчейн оптимизирует множество бизнес-процессов. Благодаря приложениям с использованием блокчейна повышается точность заказов, улучшается качество продукции, что в конечном итоге приводит к повышению удовлетворенности клиентов.

Преимущества использования технологии блокчейн в производстве. Блокчейн является гибкой технологией. Вот некоторые из многих способов использования блокчейна в производственном секторе.

Мобильность как услуга (MaaS) – модель с поддержкой технологии блокчейн, которая снижает накладные расходы, позволяя производителям платить за продукцию используемого ими оборудования, а не покупать саму машину. С введением этой бизнес-модели начинающие производители смогут вывести свою продукцию на рынок, не беспокоясь о высоких начальных затратах.

Примеры использования блокчейна в обрабатывающей промышленности.

Управление цепочками поставок. Технология блокчейн применяется для решения одной из важнейших задач, стоящих перед производителями: управление цепочками поставок. Блокчейн улучшает функцию отслеживания, используемую многими производителями для определения прошлого и текущего местонахождения материалов и продуктов. Возможность отслеживания улучшается благодаря способности блокчейна обеспечивать окончательный сквозной путь для материалов и продуктов, обеспечивая точность и уменьшая количество ошибок в производственном процессе.

Смарт-контракты. Смарт-контракты, основанные на технологии блокчейн, меняют правила игры в производственном секторе. Вместо использования бумажных контрактов или электронных документов, смарт-контракты существуют как компьютерная программа на блокчейне. Все преимущества технологии блокчейн перенесены в смарт-контракт: контракт неизменяем, и все стороны имеют доступ к контракту в любое время. Преобразование процессов, которые выполнялись вручную, в автоматизированные задачи экономит время, усилия и средства.

Цеховые операции. Блокчейн используется для оптимизации операций в цехах. Например, программы на технологии блокчейн используются для мониторинга состояния отдельных машин, позволяя получать доступ к информации, которая может облегчить плановое обслуживание вместо аварийного обслуживания.

Контроль качества и соблюдение правил. Присущая технологии блокчейн безопасность и возможность отслеживать одну версию части информации делают ее полезной для контроля качества. Мониторинг на уровне оборудования и точное отслеживание материалов и компонентов оптимизируют процесс контроля качества, сводя к минимуму возможность возникновения ошибок и процент бракованных изделий.

Кроме того, реестр блокчейна генерирует неизменяемый журнал данных. Эти журналы могут использоваться внутренними инспекторами во время аудита.

Блокчейн решения – это привлекательный вариант решения общих производственных проблем, начиная от привлечения поставщиков и заканчивая доставкой готовой продукции. Однако применение блокчейна в производственном бизнесе – непростая задача: для этого требуются технические знания, которые в настоящее время пользуются большим спросом и, как следствие, могут оказаться дорогостоящими.

Из-за этого важно понимать, когда блокчейн не является лучшим решением для бизнеса. Например, в настоящее время блокчейну не хватает скорости, необходимой для выполнения задач, требующих данных в реальном времени. Кроме того, код, необходимый для структурирования функций безопасности блокчейна, сложен, что делает его непригодным для расширенной аналитики.

Имея все это в виду, если организация заинтересована в том, чтобы найти, где в её текущей деятельности могут применяться платформы блокчейна, необходимо провести тщательную оценку основных процессов. Найдя возможности для улучшения, необходимо оценить, как блокчейн поможет оздоровить бизнес.

Список использованной литературы

1 Bitcoin and blockchain [Electronic resource] // The Washington Times. – 2023. – Access mode: <https://www.washingtontimes.com/news/2017/aug/17/pentagon-eyes-bitcoin-lockchain-technology-as-cyb/>. – Access date: 07.02.2023.

2 Blockchain wallets 2011-2021 [Electronic resource] // Statista. – 2023. – Access mode: <https://www.statista.com/statistics/647374/worldwide-blockchain-wallet-users/>. – Access date: 07.02.2023.

К. А. КОТ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Н. В. Марковская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

АЛГОРИТМ FP GROWTH КАК МЕТОД ПОИСКА АССОЦИАТИВНЫХ ПРАВИЛ

FP Growth (Frequent Pattern Growth Algorithm) – это метод поиска частых паттернов без генерации кандидатов. Этот алгоритм является усовершенствованием Apriori [1]. В результате его работы база данных представляется в виде дерева, называемого деревом часто встречаемых паттернов или FP-деревом. Цель FP-дерева – выявить наиболее часто встречающийся паттерн. Каждый узел дерева представляет элемент набора.

Рассмотрим поэтапный принцип работы алгоритма.

Первый шаг – просканировать базу данных, чтобы найти количество вхождений наборов элементов. Этот шаг аналогичен первому шагу Apriori. Данный параметр называется поддержкой.

Второй шаг – начать строить FP-дерево [2]. Корень получает значение null. Третий шаг – сканирование базы данных и внесение наборов в дерево. Набор элементов с макси-

мальным количеством вхождений записывается первым, следующий набор элементов – с меньшим количеством и так далее.

Проверяется следующая транзакция в базе данных. Если какой-либо набор элементов этой транзакции уже присутствует в другой ветви, то они будут иметь общий префикс для корня. Кроме того, счетчик набора элементов увеличивается по мере того, как они повторяются в транзакциях.

Следующим шагом является анализ созданного FP-дерева. Для этого в первую очередь исследуется нижний узел. Отсюда проходим путь вверх по дереву. Этот путь или пути называются базой условных шаблонов. Далее выделяем часто встречающиеся шаблоны внутри базы и объединяем их с соответствующими элементами для получения итогов.

Рассмотрим работу алгоритма на примере. В качестве входных данных имеем 5 транзакций (таблица 1). Установим минимальный уровень поддержки на отметке 3.

Таблица 1 – Исходные данные

Номер транзакции	Набор элементов
1	E, K, M, N, O, Y
2	D, E, K, N, O, Y
3	A, E, K, M
4	C, K, M, U, Y
5	C, E, I, K, O, O

Часто встречающийся набор элементов, удовлетворяющий установленному уровню поддержки: $\{K:5, E:4, M:3, O:3, Y:3\}$, где число указывает количество вхождений в базу. Упорядочим элементы в транзакции по этому признаку и приступим к построению FP-дерева (таблица 2).

Таблица 2 – Упорядоченные данные

Номер транзакции	Набор элементов	Упорядоченный набор
1	E, K, M, N, O, Y	K, E, M, O, Y
2	D, E, K, N, O, Y	K, E, O, Y
3	A, E, K, M	K, E, M
4	C, K, M, U, Y	K, M, Y
5	C, E, I, K, O, O	K, E, O

Корневой узел полагаем равным null. Записываем элементы каждой транзакции как отдельные ветки. Поскольку все транзакции начинаются с одного элемента, то он будет их общим корнем. Результат представлен на рисунке 1.

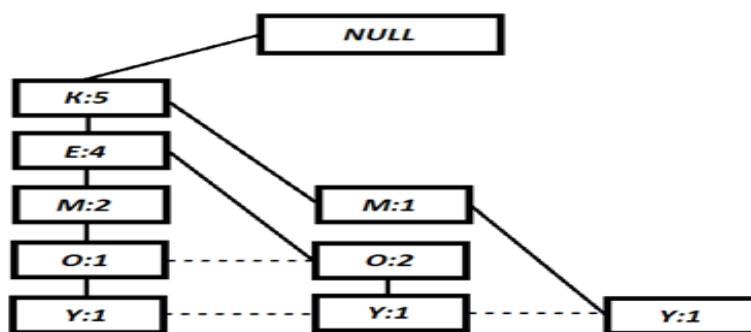


Рисунок 1 – Схема дерева

Сформируем базу условных шаблонов, которая является отражением пути, пройденного до каждого элемента по FP-дереву, после чего выделим повторяющийся шаблон. Итоговые часто встречающиеся наборы получаются путем комбинирования элемента и шаблона (таблица 3).

Таблица 3 – Результаты работы алгоритма

Номер транзакции	База условных шаблонов	Условный часто встречаемый шаблон	Итоговые часто встречаемые наборы
Y	{{K, E, M, O: 1}, (K, E, O: 1}, {K, M:1}}	{K: 3}	{<K, Y: 3>}
O	{{K, E, M: 1}, {K, E: 2}}	{K, E: 3}	{<K, O: 3>}, {<E, O: 3>}, {<E, K, O: 3>}
M	{{K, E: 2}, {K: 1}}	{K: 3}	{<K, M: 3>}
E	{K: 4}	{K: 4}	{<E, K: 3>}
K	—	—	—

Таким образом, алгоритм FP Growth является хорошей альтернативой Apriori благодаря скорости выполнения и меньшим затратам ресурсов памяти компьютера.

Список использованной литературы

- 1 Кот, К. А. Использование алгоритма Apriori для поиска ассоциативных правил в потребительской корзине / К. А. Кот // Студенческий вестник. – 2021. – № 47(192). – Ч. 7. – С. 15-17.
- 2 JavaTPoint [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.javatpoint.com/fp-growth-algorithm-in-data-mining>. – Access date: 12.02.2023.

LI JIALIN

(Grodno, Yanka Kupala State University of Grodno)

Scientific supervisor **N. V. Markovskaya**,

Associate professor, PhD

DEFINITION OF NETWORK MARKETING TOOLS

В материалах рассмотрены инструменты маркетинга в сети Интернет. Рассматриваются инструменты сетевого маркетинга, такие как: высокоскоростной поиск почтовых адресов; высокоскоростной массовый отправитель почты; система статистики посещаемости веб-сайтов и т.д. По сравнению с традиционными СМИ (телевидение, газета, радио и т.д.), Интернет может быть использован как новое средство массовой информации, новый маркетинговый инструмент, он обслуживает все бизнес-институты, государственные учреждения, социальные группы.

At present, the concept of network marketing tools is not clearly defined in theory. In practice, network marketing service providers and some software developers are promoting their network marketing tools, such as: high-speed mail address searcher, high-speed mail mass sender, website traffic statistics system, business express, marketing star, etc. The network marketing tools introduced by these software developers are purely from the technical point of view, one-sided, and it is easy to misunderstand the link and essence of network marketing. Some enterprises mistakenly believe that there are e-mail aggregators or search engine ranking tools to carry out network marketing. This leads to the current proliferation of spam, polluting the entire Internet. In order to make people better use of the Internet to engage in marketing, it is necessary to discuss the basic connotation of network marketing tools from a theoretical point of view, so that people can correctly understand network marketing and better use and manage network marketing tools.

Compared with traditional media (TV, newspaper, radio, etc.), the Internet can be used as a new media, a new marketing tool, it serves all business institutions, government agencies, social groups. Network marketing refers to the process of using network media to meet the needs of customers to the greatest extent in order to open up the market, increase profitability and achieve the market objectives of enterprises. It is the extension and development of traditional marketing in the network era. As an Internet-based marketing activity, the Internet provides a series of new methods and tools for network marketing, such as: network advertising, BBS search engine, email, network community and so on.

The word «tool» has different interpretations from different angles, such as «the instrument used to carry out or promote manual or mechanical work», «what is used to complete the operation», «what is necessary to complete a job or do something», «is a method and means», etc. With the development of society and the progress of science and technology, the word tool has given new connotations, such as the interpretation in the traditional American dictionary that «tools are applications in computer systems».

So, network marketing tools can be defined as: based on network technology, information technology, relying on the Internet, marketing methods and means. That is, under the platform of the Internet, the methods and means necessary to meet the needs of customers to the greatest extent, to open up markets, to increase profitability, and to achieve the market objectives of enterprises. This definition includes the following implications:

First, this method and means can be realized on the Internet, excluding the marketing methods and means that can be realized offline. For example, search engines, online advertising, online forms, e-mail, online communities and other online marketing tools cannot function or exist without the ocean of Internet information. It should be noted that the traditional database is a very important marketing tool, which is closely related to information technology, but it can run independently from the Internet, that is, it can run under the Internet. So it is a marketing tool but not a network marketing tool. However, online database is an important part of the Internet, relying on the Internet to play its role, is a network marketing tool, while the use of other network marketing tools to accelerate the use and development of online databases, Make online database marketing more effective, reliable and important than traditional database marketing.

Second, this method and means are the network tools directly used in marketing activities, not all network tools. For example, when enterprises conduct online market research, they need to directly use one or more of the tools such as email, online forms, newsgroups, search engines, online video conferencing, etc. When enterprises carry out after-sales service through the network, they can directly use one or more of the tools such as BBS, FAQ, email, network call center, etc., so these are all network marketing tools. However, there are many kinds of network tools, such as antivirus tools, browsing tools and so on. Although they are the carrier of network marketing, they have no direct connection with marketing activities, so they are not network marketing tools.

Third, the extension and connotation of network marketing tools are wider and richer than those promoted by some network marketing service providers and some software developers. For example, the use of high-speed mail address searcher and high-speed mail mass sender is only conducive to the development of e-mail marketing, is the accompanying tool of e-mail; for example, the use of search engine ranking is only conducive to improving the effect of search engine marketing, is the accompanying tool of search engine, they are auxiliary network marketing tools, not the main network marketing tools. In addition, the abuse of high-speed mail address searcher and high-speed mail mass sender will lead to a large number of spam, violate network etiquette, pollute the network environment, thus not conducive to the development of network marketing, affect the effect of network marketing, and even damage the image of enterprises.

Therefore, the correct understanding of the meaning of network marketing tools is helpful to aim at the practice of network marketing, to give full play to the role of network marketing tools, to improve the effect of network marketing and to improve the competitiveness of enterprises.

А. М. МАРКОВА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Е. А. Мартинович**

НЕЙРОННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ

Значительное влияние на жизни каждого из нас оказывают нейронные сети, применение которых уже давно вышло за пределы исключительно технологического сектора. Нейронные сети – это разновидность искусственного интеллекта (ИИ), который моделируется по структуре и функциям человеческого мозга. Они состоят из взаимосвязанных узлов, которые обрабатывают информацию и используют её для составления прогнозов или классификаций. Нейронные сети обладают преимуществами перед другими методами искусственного интеллекта, включая их способность обрабатывать сложные и нелинейные взаимосвязи, а также их способность обучаться и совершенствоваться с течением времени с помощью дополнительных данных.

В данной статье будет рассмотрено применение моделей искусственного интеллекта в экономике и приведены примеры, подтверждающие эффективность их внедрения в производственный процесс ряда организаций.

В области экономики и финансов нейронные сети могут применяться различными способами. Например, они могут быть задействованы для прогнозирования цен на акции, обменных курсов и других переменных финансового рынка. Данный процесс осуществляется путем изучения исторических рыночных данных и распознавания закономерностей, которые можно использовать для составления прогнозов.

Одним из примеров использования нейронных сетей для прогнозирования финансового рынка является обучение многослойной нейронной сети с прямой связью для прогнозирования цен на акции. Сеть может быть обучена с использованием исторических данных о цене открытия акции, цене закрытия, объеме торгов и других соответствующих факторах. Затем сеть может использовать эту информацию для прогнозирования будущих цен на акции.

Важно отметить, что нейронные сети также могут быть использованы для идентификации и классификации финансовых транзакций, таких как обнаружение мошенничества и борьба с отмыванием денег. Кроме того, нейронные сети можно использовать для анализа больших наборов данных и выявления закономерностей и взаимосвязей, которые не сразу бросаются в глаза, что может быть полезно для оптимизации портфеля и управления рисками.

Еще одна область, где нейронные сети используются в экономике и финансах, – это разработка финансовых и экономических моделей. Эти модели могут быть использованы для моделирования и анализа различных экономических процессов, таких как влияние изменений процентных ставок, инфляции или экономического роста. Нейронные сети также могут быть использованы для разработки более точных и надежных моделей, таких как те, которые используются для определения цен на производные финансовые инструменты или оценки кредитного риска заемщиков.

Для подтверждения эффективности применения вышеописанных программ хочется привести примеры компаний, хедж-фондов, инвестиционных банков, использующих нейронные сети для информирования о своих торговых решениях и прогнозирования рыночных тенденций:

1 JPMorgan Chase & Co – один из крупнейших инвестиционных банков в мире. JPMorgan использует нейронные сети в различных приложениях, включая оценку кредитоспособности, обнаружение мошенничества и алгоритмическую торговлю.

2 BlackRock – одна из крупнейших компаний по управлению активами в мире. BlackRock использует машинное обучение, включая нейронные сети, для улучшения процесса принятия инвестиционных решений и создания более эффективных инвестиционных стратегий.

3 Renaissance Technologies – хедж-фонд, который использует сочетание математики, информатики и машинного обучения, включая нейронные сети, для обоснования своих торговых решений и получения прибыли.

4 Chemical Bank, расположенный в США, осуществляет активные финансовые операции на валютных биржах более 23 стран. А для осуществления предварительной обработки информации и улучшения своих систем обнаружения мошенничества банк использует нейронные сети [1].

5 Goldman Sachs – крупнейший инвестиционный банк в мире. Goldman Sachs использует нейронные сети для улучшения своих алгоритмических торговых стратегий и более точных прогнозов рыночных тенденций.

Это всего лишь несколько примеров, но использование нейросетей в финансовой и экономической отраслях растет. Хочется отметить, что использование нейронных сетей в финансах и экономике все еще находится на ранних стадиях, и их эффективность и воздействие будут оцениваться с течением времени. Но уже сегодня, благодаря своей способности автоматизировать задачи, анализировать большие объемы данных и принимать более обоснованные решения, нейросети отражают тенденцию повышения эффективности и производительности, предоставления клиентам лучшего опыта.

В заключение следует подчеркнуть, что нейронные сети являются мощным инструментом для экономистов и финансистов, и их использование, вероятно, будет приобретать все более широкое распространение в будущем. Обладая способностью обрабатывать большие и сложные наборы данных, выявлять закономерности и взаимосвязи, а также делать прогнозы и классификации, нейронные сети предлагают новый и инновационный способ решения экономических и финансовых проблем. Поскольку область искусственного интеллекта продолжает развиваться, вполне вероятно, что мы увидим все больше и больше применений нейронных сетей в экономике и финансах и, что они будут играть все более важную роль в формировании нашего современного мира.

Список использованной литературы

1 Масалович, А. Нейронная сеть – оружие финансиста / А. Масалович // PC Week/RE. – 1995. – № 1. – С. 9.

А. В. МИХНО

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Н. В. Марковская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

СРАВНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГОВ БЕЛАРУСБАНКА И БАНКА БЕЛВЭБ

Интернет-банкинг – это одна из форм дистанционного банковского обслуживания, технология, которая позволяет клиенту получить доступ ко всем его банковским счетам и управлять ими самостоятельно с компьютера, имеющего доступ в интернет.

Преимущества интернет-банкинга: экономия времени, экономия денег, круглосуточный доступ.

Сегодня через интернет-банкинг можно с легкостью совершить большинство банковских операций:

- получение информации о ваших счетах, а также выписок по ним;
- совершение любых платежей – от коммунальных услуг до налогов и взносов;
- переводы между карточками, в том числе между карточками, выпущенными в разных банках, а иногда – и в разных странах;
- открытие и пополнение депозитов и электронных кошельков;
- погашение кредитов.

Также могут быть доступны и другие услуги. Кроме того, через интернет-банкинг всегда можно ознакомиться с актуальными курсами валют, последними новостями вашего банка и получить множество другой полезной информации.

Рассмотрим мобильные приложения двух белорусских банков: Беларусбанк и Банк БелВЭБ.



Иконка приложения Беларусбанка «M-Belarusbank» выглядит следующим образом. Приложение доступно для скачивания на IOS и Android.

На рисунке 1 приведены скриншоты наиболее важных вкладок приложения.

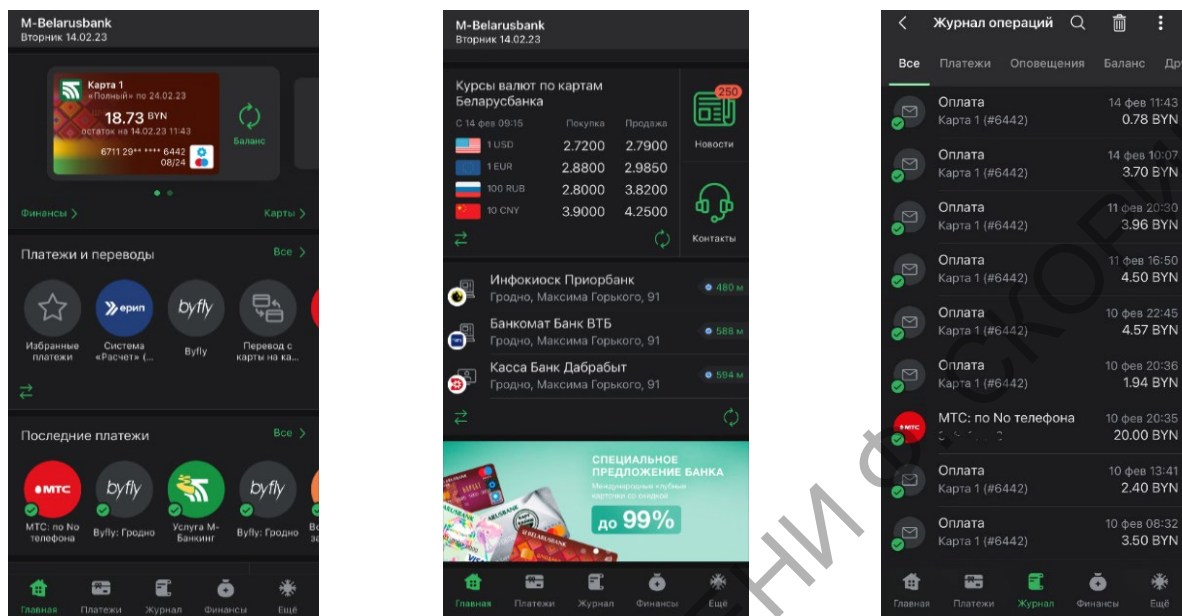


Рисунок 1 – Скриншоты функционала приложения «M-Belarusbank»
ОАО «АСБ Беларусбанк»



Иконка приложения Банка БелВЭБ «UPby» выглядит следующим образом. Приложение доступно для скачивания на IOS и Android.

На рисунке 2 приведены скриншоты наиболее важных вкладок приложения.

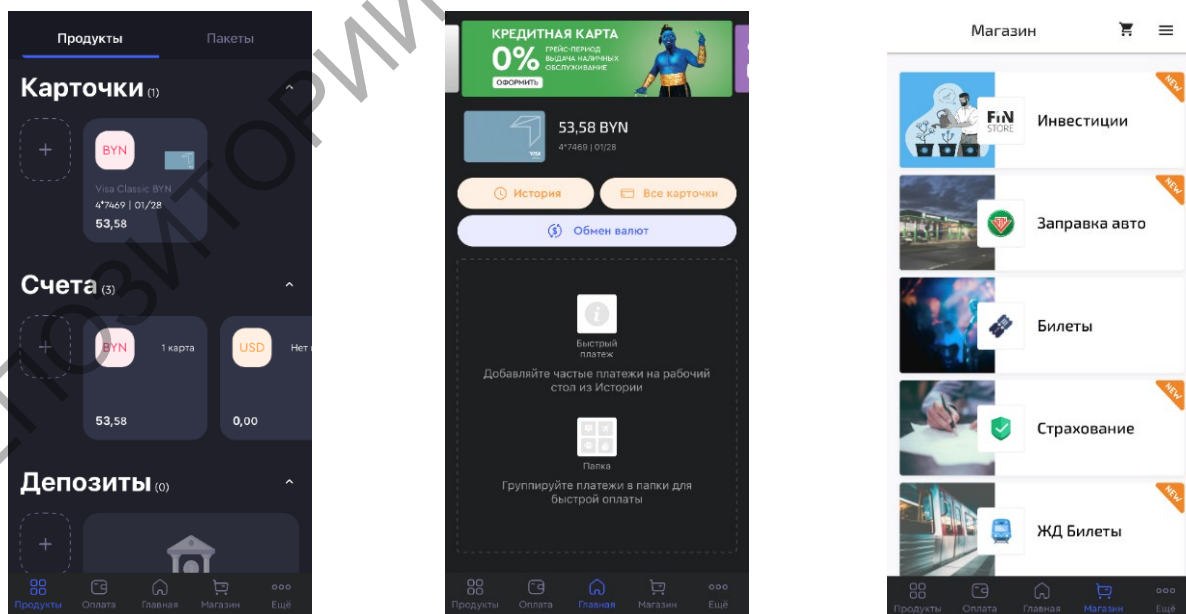


Рисунок 2 – Скриншоты функционала приложения «UPby» ОАО «Банк БелВЭБ»

В процессе сравнения двух приложений были выявлены сходства и различия.

Общие черты приложений «UPby» ОАО «Банк БелВЭБ» и «М-Belarusbank» ОАО «АСБ Беларусбанк»: вход в приложение через пароль или Face I, вкладка «Главная», где видны все ваши карты и их баланс, возможность перевода средств с карты на карту любого другого банка по номеру телефона, погашения кредитов, проведения платежей в системе ЕРИП и снятия наличных по коду.

Отличительные черты приложения «М-Belarusbank» ОАО «АСБ Беларусбанк» включают возможность обмена белорусского рубля по курсу к российскому рублю и китайскому Юаню, список адресов ближайших отделений банка и банкоматов, отдельная вкладка «Журнал операций».

Отличительные черты приложения «UPby» ОАО «Банк БелВЭБ» включают возможность перевода средств со счета в белорусских рублях на валютные счета, покупку билетов и заправка авто, инвестиции во вкладке «Магазин», возможность обмена валют по специальному курсу (суперкурсу).

Список использованной литературы

1 Официальный сайт банка ОАО «Банк БелВЭБ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belveb.by/online-services/up/>. – Дата доступа: 14.02.2023.

2 Официальный сайт банка ОАО «АСБ Беларусбанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://m-belarusbank.by/>. – Дата доступа: 14.02.2023.

А. В. РАЗУМОВА

(г. Сочи, Сочинский государственный университет)

Науч. рук. **В. В. Коваленко,**

канд. техн. наук, доц.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ BSC-СИСТЕМ

Для всех организаций, включая образовательные учреждения, существуют риски, угрожающие им ущербом. Вузы имеют свою организационную структуру, цели и активы. Отличие составляет лишь специфика, но их специфика предполагает наличие не финансовой или материальной выгоды как миссии организации, а выпуск высококвалифицированных специалистов или предоставление качественных образовательных услуг.

Наибольшего результата в противодействии рискам можно добиться только при глубокой интеграции системы управления рисками в деятельность организации, а именно в отдельные ключевые бизнес-процессы. Однако применение риск-менеджмента не всегда эффективно в его традиционных реализациях. Подсистема управления рисками разрабатывается одновременно с информационной системой и исключает возможность оперативного отслеживания вновь появляющихся рисков, рост количества которых наблюдается в связи с информатизацией процессов управления.

В последнее время все чаще для этих целей обращают внимание на методологию сбалансированной системы показателей (BSC), применение которой обеспечивает постоянное совершенствование компании в соответствии с главной целью. При этом BSC-система, обычно выполняющая функции поддержки принятия решений, предлагает инструменты для целенаправленного контроля и оценки деятельности отдельных процессов организации, которые можно успешно применить для предупреждения и отслеживания рисков, что позволяет точно (нацелено) бороться с существующими и вновь появляющимися рисками.

Эти два подхода в риск-менеджменте могут эффективно работать совместно, так как сочетают в себе схожие характеристики, а именно предполагают действия для уменьшения рисков и достижения целей организации. Но BSC-система позволяет для каждого идентифи-

цированного риска сформировать критические показатели как для целей в стандартном BSC подходе, что можно визуализировать с помощью стратегической карты. Современный взгляд BSC на процесс управления рисками, поддерживающий важность нефинансовых показателей, позволяет эффективно применить риск-менеджмент в образовательном учреждении с учетом не финансовой миссии организации [1].

Для решения задачи управления рисками на основе BSC-системы воспользуемся реестром рисков, разработанным в Санкт-Петербургском горном университете для управления системой качества [2]. Для нашего проекта были выбраны риски, которые являются критически важными с точки зрения влияния на миссию вуза:

- низкая посещаемость занятий;
- недопуск студентов к экзаменам;
- невыполнение сроков подготовки учебно-методического обеспечения;
- недостаточная мотивация преподавателей к качественному выполнению учебной работы, повышению своего педагогического мастерства.

На основе отобранных рисков сформирована стратегическая карта риск-менеджмента с подцелями, направленными на управление этими рисками (рисунок 1). Для каждой подцели определен показатель, по значению которого определяется мера успешности борьбы с проявлениями соответствующего риска. Риски так же, как и подцели распределяются по трем перспективам.

Соответственно были разработаны следующие количественные показатели:

- процент посещаемости занятий;
- процент студентов, допущенных к экзаменам;
- процент выполненного к сроку учебно-методического обеспечения;
- количество выпущенных статей;
- процент квалифицированных преподавателей.

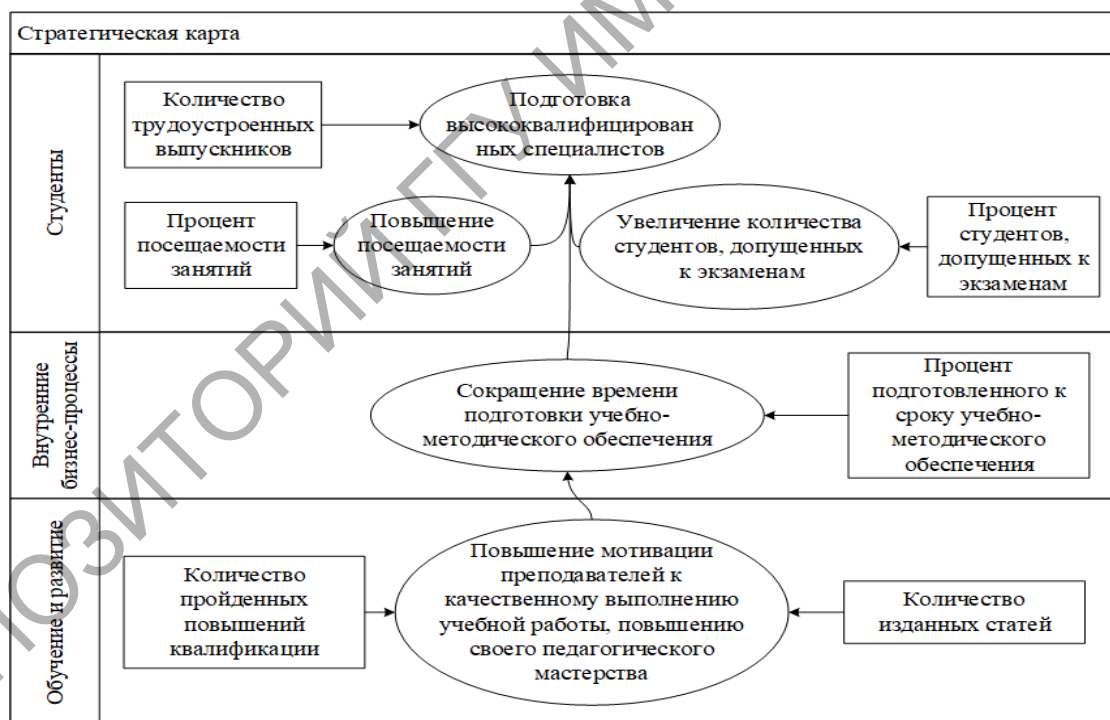


Рисунок 1 – Стратегическая карта риск-менеджмента

Для управления каждой заданной цели управления риском необходимо разработать бизнес-процесс, в рамках которого обеспечивается удержание значений показателей в пределах критических значений. Такой подход мотивирует исполнителей следить за необходимым уровнем значений показателей и позволяет автоматически контролировать риски, обеспечи-

вая реализацию главной миссии образовательного учреждения. Благодаря сформированным подцелям и показателям, BSC-система позволяет топ-менеджерам одновременно решать задачи управленческого уровня и риск-менеджмента.

Список использованной литературы

1 Созаева, Д. А. Управление рисками: подходы, модели, методологии / Д. А. Созаева // Проблемы анализа риска. – 2016. – Т. 13. – № 4. – С. 6-20.

2 Реестр рисков. Риски университета / Официальный сайт Санкт-Петербургского горного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spmi.ru/sites/default/files/imci_images/univer/document/2019/reestr-riskov.pdf. – Дата доступа: 10.02.2023.

Д. С. РОЖКО

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Н. В. Марковская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, ЕГО РАЗВИТИЕ, РОЛЬ И ПРИМЕНЕНИЕ В БУДУЩЕМ

Искусственный интеллект (ИИ) – это область компьютерных наук, занимающаяся разработкой алгоритмов и систем, способных выполнять задачи, требующие интеллектуальных умений человека, таких как понимание языка, распознавание образов, принятие решений и обучение [1].

За последние несколько десятилетий наблюдался стремительный рост в области обработки естественного языка (NLP). Разработка языковых моделей переосмыслила способы, как мы понимаем и взаимодействуем с виртуальными ассистентами. ИИ основывается на многих дисциплинах, таких как математика, лингвистика, психология и инженерия, и сочетает в себе несколько подходов, таких как машинное обучение, экспертные системы и искусственные нейронные сети. Искусственный интеллект и обработка естественного языка (NLP (от англ. Natural Language Processing)) произвели революцию в том, как мы создаем и анализируем информацию. Сейчас искусственный интеллект является одной из самых быстро развивающихся областей технологии, который имеет значительный вклад в различные области, включая науку, медицину, технологии и медиа.

Данные материалы в основном повествуют о нейросетях и их помощи в написании текстов, а также об обработке естественного языка и языковых моделях на примере ChatGPT, основанном на языковой модели ChatGPT 3.5 на данный момент. Однако нельзя не упомянуть иные популярные сейчас нейросетевые сервисы, например, такие как Midjourney, которая генерирует по текстовому описанию изображения, или MuseNet, которая помогает сочинять музыкальные композиции, ну или bigjpg, позволяющий увеличить качество изображений. В последнее время искусственный интеллект также начинает использоваться в области написания статей, открывая новые возможности для автоматизации и улучшения качества процесса. Автоматическая генерация текста при помощи ИИ является важным инструментом для быстрого создания контента в кратчайшие сроки. Например, новостные агентства могут использовать искусственный интеллект для генерации быстрых обновлений или кратких статей о последних событиях. Это позволяет им быстро публиковать информацию без необходимости тратить много времени на написание полноценной статьи. Это особенно очевидно в области научного письма, где ИИ все чаще используется для написания исследовательских статей.

Одним из наиболее значительных преимуществ использования ИИ для научного письма является повышение эффективности. Используя алгоритмы машинного обучения, ИИ может анализировать огромные объемы данных и генерировать письменные результаты

намного быстрее, чем человек. Это может сэкономить исследователям значительное количество времени и усилий и позволить им сосредоточиться на других аспектах своей работы. Другой важный аспект ИИ в научной литературе – это возможность создавать исследовательские статьи с учетом разных языковых вариантов и культурных особенностей. ИИ может анализировать тексты на различных языках и генерировать статьи, учитывающие языковые и культурные различия, что может пригодиться при работе с международными исследовательскими командами или при публикации в международных журналах. ИИ может анализировать большие наборы данных и представлять их в ясной, краткой и организованной форме. Это может помочь исследователям определить закономерности и тенденции в своих данных, что может привести к новым идеям и открытиям. Тем не менее, существуют также ограничения на использование ИИ в научной литературе. Искусственный интеллект может применяться как в автоматической генерации текста, так и в поддержке авторов в процессе написания статей.

Одной из самых инновационных на данный момент нейросетевых языковых моделей является ChatGPT. ChatGPT – это модель машинного обучения, разработанная OpenAI, которая специализируется на генерации текстов на основе предыдущих входных данных. Эта модель является одной из наиболее передовых в сфере нейронных сетей и искусственного интеллекта. Эта модель показала, что нейронные сети могут быть использованы для генерации текстов высокого качества, которые могут соответствовать натуральному языку человека. ChatGPT используется в различных областях, таких как генерация текста, диалоговые системы, переводы и анализ тональности.

Модель также может быть использована для автоматической генерации ответов на вопросы, что делает ее полезной для разработки виртуальных помощников или ботов. Также искусственный интеллект может помочь в проверке грамматики и орфографии, что может улучшить качество написанной статьи.

Одной из основных проблем является точность информации, представленной в статьях, генерируемых ИИ. Хотя ИИ может точно анализировать данные, он может не иметь такого же уровня понимания предмета, как эксперт-человек. Это может привести к неточностям или недоразумениям в письменном результате, что может повлиять на достоверность результатов исследования. Одно из основных ограничений состоит в том, что ИИ еще не может выражать творческую интуицию, эмоции или интеллектуальные предпочтения, которые так ценны для научного исследования. Он также не в состоянии учитывать контекст, влияющий на интерпретацию данных. Все еще существует ограниченное количество случаев, когда ИИ может создавать что-то новое или оригинальное без прямого указания человека. ИИ вызывает ряд этических и социальных вопросов, таких как вопросы о защите личных данных, ответственности за действия роботов и т. д. Такие вопросы требуют рассмотрения и обсуждения в научном сообществе и широкой общественности. Еще одним ограничением исследовательских статей, генерируемых ИИ, является их потенциал для предвзятости.

Алгоритмы ИИ обучаются на больших наборах данных, и, если эти данные предвзяты, система ИИ также будет отражать эту предвзятость в своих выводах. Это может привести к системной дискриминации или усилить существующее неравенство в научных исследованиях. Несмотря на эти ограничения, использование ИИ в научной литературе быстро растет. В будущем, искусственный интеллект может играть все более важную роль в написании статей, но человеческий элемент все же останется неотъемлемой частью процесса. Обеспечивая повышенную эффективность и способность обрабатывать сложные данные, ИИ может революционизировать область научного письма.

Список использованной литературы

1 Искусственный интеллект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/Искусственный_интеллект. – Дата доступа: 14.02.2023.

Д. К. САЯХОВА
(г. Уфа, Уфимский университет науки и технологий)
Науч. рук. **Н. С. Ишмухаметов**,
канд. экон. наук, доц.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ: ВЫГОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В последние несколько лет тема дистанционного обучения и онлайн-образования находится в перманентной и довольно широкой полемике. То, что изначально использовалось как инструмент для непрерывности образовательного и рабочего процесса в условиях форс-мажора (пандемия COVID-19), в последние годы выступает альтернативой для получения образования, в том числе и в корпоративной среде.

Согласно исследованию Research and markets [1], к 2027 году капитализация рынка Edtech вырастет на 46,09 %, с 269,87 до 585,48 млрд. долл. США. Хотя данный прогноз довольно оптимистичен, нельзя не учитывать факторы риска, такие как рост стоимости оборудования, ограничение доступа к технологиям (и, как следствие, потеря доли пользователей) и падение уровня доходов в связи с перспективой глобальной рецессии.

Корпоративное обучение, безусловно – важный процесс развития персонала и формирования мощного кадрового фундамента. В действительности эффективному «использованию человеческого капитала и достижению наилучших результатов компании способствует повышение осведомленности сотрудников о возможностях их дальнейшего обучения и развития. Все это при должном уровне организации способно значительно увеличить удовлетворенность, мотивацию, эффективность работы сотрудников, что в конечном итоге положительно скажется на конкурентоспособности самой компании» [2].

К положительным факторам цифровизации в сфере корпоративного образования можно отнести, во-первых, существенное сокращение затрат на непроизводственные расходы (командировки, суточные) и обеспечить непрерывность рабочих процессов во время обучения.

Допустим, бюджет компании N на обучение и развитие персонала составляет 1 млн. рублей в год, т. е. согласно данным, представленным в таблице 1, организация может отправить на обучение длительностью 5 дней 11 человек в год (из расчета общий бюджет / стоимость обучения 1 сотрудника). Обязательные расходы включают в себя проезд (авиа/жд-сообщение), проживание сотрудника, суточные расходы, расходы на питание.

Таблица 1 – Сравнение расходов компании при переходе на онлайн-обучение

В рублях		
Статья расходов	2022	2023
Обучение (5 суток)	50 000	50 000
Перелет, проживание	30 000	0
Суточные (300*сутки)	1 500	0
Питание (500*сутки)	2 500	0
Итого:	84 000	50 000

При условии сохранения цен и отсутствии эффекта инфляции, в 2023 году экономия целевых расходов на обучение составила 40,48 % или 34 000 руб. Таким образом, даже приблизительные расчеты показывают, что переход на онлайн-образование позволит либо сократить общие расходы на обучение, либо увеличить количество обучаемых до 20 человек в год (рисунок 1).

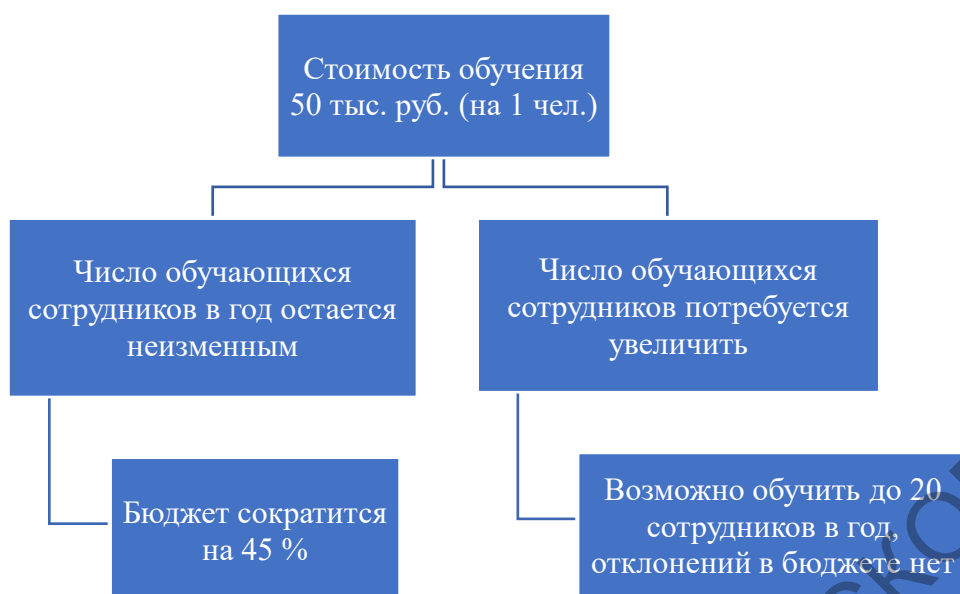


Рисунок 1 – Дерево принятия решений при планировании бюджета на обучение сотрудников в 2023 году

Также следует учесть улучшение системы доступа сотрудников к обучающим материалам (все ресурсы хранятся в цифровой среде, многие платформы предоставляют постоянный доступ к материалам для повторения и закрепления пройденного курса обучения).

И хотя выгода при сокращении затрат довольно существенна, как показала практика, именно отсутствие физического присутствия в процессе обучения зачастую приводит к потере качества и недостаточной вовлеченности обучаемого. Кроме того, можно отметить, что недостаток традиционных форм контроля со стороны преподавателя при дистанционном формате обучения также оказывает негативный эффект, поскольку обучаемый не проходит процедуру проверки знаний при живом контакте с преподавателем, при этом многие эксперты в качестве решения видят вариант сочетания дистанционной и очной форм итоговой аттестации. Отметим также, что не все преподаватели в настоящий момент квалифицированы предоставлять качественный материал на платформах онлайн-обучения, поскольку переход в сферу онлайн требует трансформации форм и методов подачи материала. Нередко может быть затруднен доступ к серверам платформ и службам поддержки.

Таким образом, корпоративное обучение, безусловно, подверглось значительной трансформации при цифровизации образовательной отрасли, что в положительном ключе сказалось на финансовом планировании, в том числе бюджета расходов на персонал. Вместе с тем данный тренд выявил ряд проблем, которые предстоит решить для эффективного использования преимуществ корпоративного обучения в цифровой среде.

Список использованной литературы

1 Global Online Education Market (2022 to 2027) – by User-type, Provider, Technology and Region / Globe Newswire [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/02/03/2378224/28124/en/Global-Online-Education-Market-2022-to-2027-by-User-type-Provider-Technology-and-Region.html>. – Access date: 11.02.2023.

2 Ишмухаметов, Н. С. Человеческий капитал компании: проблема определения наилучшего варианта инвестирования / Н. С. Ишмухаметов, А. А. Шарифуллин // Доклады Башкирского университета. – 2020. – Т. 5. – № 6. – С. 413.

Е. Д. ХОРОЛЬСКАЯ

(г. Минск, БИП – университет права и социально-информационных технологий)

Науч. рук. **В. А. Безуглая,**

канд. экон. наук, доц.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПЛАТЁЖНЫХ СЕРВИСОВ НА ОПТИМИЗАЦИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Цифровизация платёжных сервисов является неотъемлемым процессом, сопровождающим современный этап социально-экономического развития общества. В основе цифровизации платёжных сервисов лежит внедрение информационных технологий в различные сферы жизни нашего общества, перевод большинства сервисов в онлайн-формат, а также возможность работы по удалённому доступу и получения доступа к сервисам в любое удобное время. Такая тенденция наблюдается сейчас во всём мире, благодаря активному развитию онлайн-торговли и новых технологий, и позволяет минимизировать влияние фактора времени и расстояния на процесс потребления.

Например, для транзакций модели «бизнес-потребитель» (B2C) мобильные и онлайн-платежи без предъявления карты становятся всё более и более популярными. Большинство предприятий по-прежнему принимают наличные, и для многих потребителей наличные остаются предпочтительной формой оплаты при совершении небольших покупок. Всё более популярными становятся бесконтактные виды оплаты во всём мире. Исследование Visa 2021 года показало, что потребители используют бесконтактные формы расчётов в долгосрочной перспективе: 65 % опрошенных заявили, что предпочли бы использовать бесконтактные методы так же часто, если не больше, чем в настоящее время. Только 16 % заявили, что планируют вернуться к другим формам расчёта [1].

В Беларуси, по данным Нацбанка, доля безналичных платежей по итогам первого квартала 2021 года выросла до 64,4 % и составила 14,7 млрд. руб. Для сравнения, по итогам первого квартала 2020 года доля была 58,7 % и 12 млрд. руб. соответственно, на начало этого года – 60,2 %. А доля наличных операций сократилась с 41,3 % (в январе – марте 2020) до 35,6 % [2].

Таблица 1 – Объём финансовых операций в Республике Беларусь в период 2020 – 2021 гг.

Форма расчётов	В миллиардах рублей	
	1-й квартал 2020	1-й квартал 2021
Наличный расчёт	12,0	14,7
Безналичный расчёт	8,5	8,1

Примечание: 2020-2021 гг. – в млрд. руб. [2].

В таблице 1, приведённой выше, отчётливо видно, что идёт тенденция к повсеместному распространению безналичных форм расчёта. И это затрагивает все слои населения, независимо от социального статуса. По мере того, как потребители и предприятия всё активнее продолжают приспосабливаться к новым способам совершения покупок, использование цифровой коммерции становится конкурентным преимуществом, которое, несомненно, приведёт к увеличению продаж и повышению доверия потребителей.

Учитывая скорость, с которой происходят изменения, цифровизация платёжных сервисов вскоре станет новой нормой. При чём огромное влияние оказывает интернет, большое количество торговых интернет-площадок, активное их развитие. Так же всё больше и больше появляется сервисов, которые работают только с цифровыми переводами денежных средств, предоставляя возможность онлайн оплаты. Такое бурное развитие вызвано тем, что цифровизация платёжных сервисов ведёт к оптимизации потребительских возможностей. Онлайн-транзакции позволяют потребителям покупать всё, что они хотят, прямо на веб-сайте или в приложении – это экономит очень много времени, потому что не нужно добираться до ма-

газина и стоять в очередях. Территориальное расположение торговой точки тоже не играет особой роли, в настоящий момент все торговые интернет-площадки предусматривают доставку товаров за небольшую сумму, или в некоторых случаях бесплатно. При этом нет привязки к определённому времени суток, транзакции можно совершать в абсолютно любое время. Надёжная система онлайн-транзакций даёт потребителям чувство безопасности. Цифровизация выгодна и для бизнеса – не нужно печатать чеки, нанимать дополнительных кассиров и намного проще вести отчётность о проводимых денежных операциях.

На данный момент любой бизнес стремится к тому, чтобы развиваться в онлайн-среде. Для выживания в условиях жестокой конкуренции бизнес должен предоставлять преимущества и вводить всё большее количество инновационных услуг для своих потребителей. Для любой отрасли каждый потребитель важен и введение инноваций позволяет не только заинтересовать потенциальных покупателей, но и обеспечить для них максимально комфортные условия для совершения покупок. Вводя инновации, компания получает большое конкурентное преимущество и увеличивает своё влияние на рынке, что приносит ей прибыль, а потребителям – удобство и максимальное удовлетворение от пользования услугами компании. Поэтому именно инновации позволяют компании существовать и развиваться в современном обществе потребления. Цифровизация платёжных сервисов экономит время и ресурсы обеих сторон, бизнес активно вводит это в обиход, сокращая этим свои издержки, а потребители предпочитают такой формат за его удобство, поэтому на данный момент это одно из наиболее развивающихся направлений в бизнесе.

Список использованной литературы

- 1 Исследование Visa 2021 года, перспектива бесконтактного расчёта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/32Wyh9>. – Дата доступа: 09.02.2023.
- 2 Доля безналичных платежей в РБ за 2020 – 2021 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://devby.io/news/beznal-belarus-2021>. – Дата доступа: 09.02.2022.

XU XINCHENG

(Grodno, Yanka Kupala State University of Grodno)

Scientific supervisor **N. V. Markovskaya**,

Associate professor, PhD

CHARACTERISTICS OF INTERNET DATA ANALYSIS TOOLS

Рассмотрены некоторые характеристики инструментов анализа интернет-данных, такие как, виртуальность, проницаемость, персонализированность, часть глобализационного процесса, электронный компонент, внешнеэкономическая составляющая и скорость.

In this article we will discuss some characteristics of Internet data analysis tools.

1 Virtual. Internet economy is an economic activity based on the virtual space of the Internet. The virtual nature of the Internet economy is manifested in the virtual nature of the network, and the appearance of digital goods and other forms confirms its virtual characteristics. Because of its fictitious nature, the network management is much smaller than the entity management, which expands the business scope of the virtual enterprise and promotes the virtual enterprise to benefit from the Internet economy. The spread of the Internet has expanded the scope and depth of the virtual economy, to a certain extent, promoted the development of Internet finance, e-commerce and online games, and interdependent and mutually reinforcing with the real economy outside the Internet, and finally promoted the development of the whole national economy.

2 Permeability. Internet economy permeability is strong, Internet technology has rapidly penetrated into traditional industries, the integration of Internet and other industries has been

deepening, blurring the boundaries between H major industries, and the development of new industries has been greatly improved. All kinds of economic activities the Internet have formed resource sharing and mutual linkage, and the dependence of various economic fields has gradually increased. In the open and free Internet environment, the scarcity of resources is desalinated, and the Internet economy shapes the economical economic society. Information technology shortens the time lag between various economic activities, speeds up the reaction and feedback speed of economic activities, and realizes the rapid penetration of Internet economy. At the same time, the application of Internet technology makes information resources more convenient in the process of selection and transmission, promotes the flat development of economic organization structure, direct contact between producers and consumers, and saves intermediate links. On the one hand, the transaction cost is reduced.

3 Personalized. Internet economic knowledge and information are dominant, the cost of information transmission is greatly reduced, and people use information processing economic activities to become daily, which requires the availability of personalized services. Internet economy provides market conditions for the realization of individualized economy. Under the action of Internet information intermediary, consumers are faced with extracting information from big data. In order to make consumers get products and services that compound their own needs quickly, producers must provide personalized services. To meet the personalized and diverse needs of consumers. The intelligent type of the Internet provides the possibility for this demand. The convenient retrieval function and the rapid dissemination function of the Internet make full use of the factors of production, and when the consumer group reaches a certain number, the producer's production cost is spread equally. This will also promote personalized economies of scale.

4 Part of globalization. First of all, in the information resources, the Internet economy has broken through the concept of time and space, 24 hours uninterrupted operation, to achieve a powerful information transmission function, and unlimited information storage space has created the big data era, covering a variety of economic activities, Internet economy extended to the global economy, accelerated the process of global economic integration; Secondly, in terms of geographical location, all transactions in the Internet economy break through geographical location restrictions, the Internet connects various countries and regions, expands the scope of economic activities, and makes full use of the factors of production of various countries and regions. Factors of production in the global free flow, optimization of allocation, promote the development of economic globalization.

5 Digital. In the Internet economy, intelligent tools are constantly popularized, the content of knowledge and innovation in traditional factors of production is increasing, and economic activities are becoming increasingly intelligent. Competition among enterprises spans from «resources» to «knowledge and innovation» as a sustainable competitive advantage. The Internet connects all economic subjects directly, reduces the intermediate links between production and consumption, greatly improves the efficiency of production, exchange and distribution, reduces transaction costs, and then promotes the improvement of economic benefits. Different from the traditional economy, the Internet economy presents the law of increasing marginal utility and the law of inverse reduction of marginal cost. The expansion of the Internet economy is often low cost and high efficiency. The improvement of productivity level is the embodiment of the digitization of network economy. Digital application has improved people's way of life, promoted the economic benefit of enterprises, not become the source of national economic development, and promoted the growth of national economy.

6 External economic. With the extension of Internet economy, the regeneration and reuse of information resources optimize the process of information transmission, shorten the production cycle and promote the development of other industries. The positive feedback effect makes the strong stronger, the positive feedback effect of the Internet economy runs through the competition all the time. In the process of application, the number of users is increasing day by day, and the economic scale is expanding. For example, in the payment platform, Alipay and WeChat Pay dominate. When the number of users reaches a certain base, the user's re-expansion and the original user association is higher. That is to say, what others use before, new users will choose this way accordingly.

Then, once such a mechanism is formed, the dominance of Alipay and WeChat Pay is more consolidated. From the macroeconomic point of view, the Internet economy expands the possibility of the choice of economic subjects, expands the availability of information resources, improves people's way of life, improves people's quality of life, and improves the accumulation of human capital. It is helpful to the formation of new social and economic forms.

7 Fast. The Internet has broken through the space-time boundary of the traditional industrial model. Different countries and regions, different nationalities and occupations can enjoy the sharing of resources within the Internet 24 hours without interruption. Greatly reduces the communication information flow transmission time, through the network flat organization structure, directly conveys the information to the network terminal. According to Mr. Jiang Qiping's theory of "direct economy", direct economy is a return of economic form, agricultural economy (indirect economy), industrial economy (circuitous economy), Internet economy (direct economy). At the same time, the result of direct action and the breakthrough of time-space limit improve the efficiency of economic activity and promote the national economy into a fast-paced economic era.

И. Н. ШЕВЧЕНКО

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **П. Г. Пономаренко,**

канд. экон. наук, доц.

О ПЕРЕХОДЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРАНЫ НА ТЕХНОЛОГИЧЕСКУЮ ПЛАТФОРМУ «ИНДУСТРИЯ 4.0»

Человеческая мысль всегда была ориентирована на созидание новых продуктов или условий труда, которые будут полезны для общества. Промышленное производство является одним из основных факторов обеспечения жизни людей и объектом внедрения научных достижений. На каждом этапе исторического развития творческие люди разрабатывали и внедряли в промышленность кардинально новые технологии, которые существенным образом повышали эффективность труда, обеспечивали уменьшение издержек производства и получили название промышленной революции.

Первая промышленная революция привела к применению в производстве энергии пара. Она обусловила переход от ручного труда к машинному и появление первых механизированных фабрик (мануфактур). Вторая революция в промышленности ознаменовалась использованием электричества и внедрением конвейерного производства. Третья волна технологических преобразований в промышленности произошла в конце XX века и обеспечила внедрение компьютерных технологий в производство, т.е. его автоматизацию.

Термин «Индустрия 4.0», как фактор развития общества в новых условиях, впервые был сформулирован в 2011 году в кулуарах крупнейшей промышленной ярмарки в Ганновере. Отличительной чертой четвёртой промышленной революции является применение искусственного интеллекта, обеспечивающего минимальное участие человека в процессе производства. В основе «Индустрии 4.0» лежат киберфизические системы, контролирующие физические процессы и создающие виртуальную копию реального мира, на основе которой принимаются децентрализованные решения [1].

В киберфизической системе производства задаются и контролируются параметры функционирования оборудования и выполнения технологического процесса создания продукции, которые включены в единую информационную систему для всей цепочки создания новой стоимости. Работа киберфизических систем основывается на технологии облачных вычислений, больших данных и интернета. Также «Индустрия 4.0» подразумевает использование технологий виртуальной реальности (VR и AR), которые позволяют устранить разрыв между цифровым и физическим миром, путём наложения виртуального изображения или данных на физический объект. Поэтому специалистам, осуществляющим процесс производ-

ства, нет необходимости отвлекаться на получение данных из технической документации, так как искусственный интеллект позволяет держать в поле зрения необходимую информацию и контролировать ход технологического процесса.

Обладающие интеллектом сети машин и оборудования могут изменять производственные шаблоны в реальном времени исходя из сути выполняемого заказа. Потребитель сам выбирает и дополняет качественные характеристики продукции через онлайн-магазин, который является частью производственной платформы. Таким образом, действует принцип последовательности: сначала прием заказа, а потом его изготовление. При такой организации взаимосвязи производителя и клиента уменьшается количество готовой продукции на складах и снижается уровень брака в производстве.

Цифровое клонирование стало неотъемлемым атрибутом «Индустрии 4.0». Цифровой клон – это виртуальная модель реального продукта, которую можно наложить на продукцию прямо в процессе производства и оптимизировать её характеристики до начала массового изготовления [2]. В то же время использование цифровых технологий в производстве создает соответствующие риски, связанные с возможностью утечки новых технологий организации. Поэтому важной частью цифрового предприятия является кибербезопасность и privacy, позволяющие защитить информацию и технологии производства от кибератак и несанкционированных утечек.

Технологии четвёртой промышленной революции достигли такого уровня развития в некоторых областях, что стали доступными по цене и приносят реальную пользу производствам любого масштаба стран Европы. Цифровые трансформации несут серьёзные риски и вызывают сопротивление. Сосредоточившись на узкой области, например, применение умных печей, которые включают в себя практически все основные блоки и возможности Индустрии 4.0, производитель электроники может продвинуться в вопросе внедрения технологии без существенного риска и крупных инвестиций. Значительные преимущества, такие как быстрая окупаемость инвестиций, а также повышение уровня доверия клиентов, не заставят себя ждать. Однако самое важное преимущество исходит непосредственно от самого процесса внедрения. Каждое производство неизменно столкнется с трудностями и опытным путем узнает, что работает, а что нет. На это, в частности, влияет плотность взаимодействия технологического и информационного отделов предприятия. Уже после нескольких недель внедрения технологий умных печей компания продвинется далеко вперед в обучении и будет готова взять на себя гораздо более масштабные задачи Индустрии 4.0.

Необходимо понимать, что переход к «Индустрии 4.0» невозможен минуя «Индустрию 3.0», ярким примером неудачного перехода является российский завод двигателей «КАМАЗ» [3]. Предприятие приняло решение отдать половину завода под производство двигателей компании-партнера Daimler. Процесс производства двигателей этой компании полностью соответствует Индустрии 4.0: человек, сидя на своем рабочем месте, не отвлекается на поиск нужных деталей и прочего, а только курирует сам процесс, в отличие от организации производства двигателей для автомобиля КАМАЗ с использованием технологий «Индустрия 3.0», когда специалисты осуществляют ручную сборку на конвейере. При использовании технологий «Индустрия 4.0» к специалисту опускается коробочка с комплектующими деталями – kit (с англ. комплект), согласно компьютерной программе, с помощью производственных инструментов-роботов они устанавливаются в создаваемый продукт. Опыт изготовления двигателей для автомобилей КАМАЗ при частичной автоматизации сборочного процесса показал, что соединение двух уровней технологий сборки не привело к сокращению количества людей на производстве и не обеспечило нужного экономического эффекта.

В действующих геополитических и экономических реалиях Республика Беларусь преимущественно реализует технологические задачи «Индустрии 3.0», по мере внедрения компьютерных технологий в процесс производства и обучения персонала. Кадровый потенциал страны – является основой для роста экономики. Чтобы не отставать от нововведений «Индустрии 4.0» организациям необходимо регулярное повышение мастерства рабочих и специалистов. Однако автоматизация производственных процессов на отечественных предпри-

ях становится объективной необходимостью, так это одно из важнейших условий поддержания конкурентоспособности продукции отечественных производителей на зарубежных рынках. Для эффективного внедрения цифровых вычислений и технологий в производственный процесс предприятий-гигантов Республике Беларусь, помимо имеющихся средств, будет необходим дополнительный капитал. Для этого необходимо поддерживать стратегические отношения со странами-партнёрами как ближнего, так и дальнего зарубежья, для улучшения инвестиционного климата в стране и привлечения дополнительного капитала из-за рубежа.

Список использованной литературы

1 Четвёртая промышленная революция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Четвёртая_промышленная_революция. – Дата доступа: 09.01.2023.

2 Четвертая промышленная революция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Четвертая_промышленная_революция_\(Industry_Индустрия_4.0\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Четвертая_промышленная_революция_(Industry_Индустрия_4.0)). – Дата доступа: 09.01.2023.

3 Индустрия 4.0 в Беларуси: быть или не быть? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/industriya-40-v-belarusi-byt-ili-ne-byt/>. – Дата доступа: 09.01.2023.

Научное электронное издание

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*XI Международная научно-практическая конференция
студентов и магистрантов*

(Гомель, 22 марта 2023 года)

Сборник материалов

Подписано к использованию 20.04.2023.

Объем издания 2,65 МБ

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1452 от 17.04.2017.
Специальное разрешение (лицензия) № 02330 / 450 от 18.12.2013.
Ул. Советская, 104, 246028, Гомель.

<http://conference.gsu.by>