

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ФЕДЕРАЦИИ ПРОФСОЮЗОВ БЕЛАРУСИ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «МИТСО»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ НАУКИ

Материалы
1-й внутривузовской студенческой
научно-практической конференции,
г. Минск, 16 мая 2017 г.



УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ФЕДЕРАЦИИ ПРОФСОЮЗОВ БЕЛАРУСИ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «МИТСО»

Электронное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ НАУКИ

**Материалы
1-й внутривузовской студенческой
научно-практической конференции,
г. Минск, 16 мая 2017 г.**

Минск • МИТСО • 2017

УДК 001(476)
ББК 72(4 Бел)
П 26

Рекомендовано
к опубликованию научно-методическим советом
Международного университета «МИТСО»
(протокол от 27.06.2017 № 9)

Редакционная коллегия:

Данько И. В., кандидат юридических наук, доцент, профессор кафедры адвокатуры Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»;

Иванов Е. А., кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой логистики Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»;

Коган А. А., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»;

Мельник Н. Н., кандидат социологических наук, доцент кафедры профсоюзной работы и социально-гуманитарных дисциплин Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»;

Попок Е. М., преподаватель кафедры трудового и хозяйственного права Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»;

Чудаков М. Ф., доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры международного права Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»;

Шишинец В. А., кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой информационных технологий и высшей математики Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»;

Яроцкая Е. В., преподаватель кафедры инновационной экономики Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО».

П 26 **Актуальные** проблемы молодежной науки [Электронный ресурс] : материалы 1-й внутривуз. студенч. науч.-практ. конф., 16 мая 2016 г. / Междунар. ун-т «МИТСО» ; редкол.: И. В. Данько [и др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2017. – 15 электрон. опт. дисков (CD-ROM).

ISBN 978-985-6421-68-9.

В сборнике опубликованы материалы (тезисы докладов и научных выступлений) 1-й внутривузовской студенческой научно-практической конференции, проведенной на базе Учреждения образования Федерации профсоюзов Международного университета «МИТСО» 16 мая 2017 г. Авторами тезисов являются студенты данного университета.

В издание вошли тезисы докладов по наиболее актуальным вопросам международного публичного права, правового регулирования хозяйственной деятельности организации и трудовых отношений в Республике Беларусь и за рубежом, иным отраслям материального и процессуального права, а также различным аспектам экономической науки.

Адресуется студентам высших учебных заведений, а также всем, кто интересуется правом и экономикой.

Материалы публикуются в авторской редакции. Ответственность за достоверность информации, приведенных фактов и сведений несут авторы.

Тираж 15 экз.

Научное издание

1-я внутривузовская студенческая научно-практическая конференция «Актуальные проблемы молодежной науки»

Ответственный за выпуск М. Н. Довдиенко
Подготовка оригинал-макета Н. И. Рудович

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО».
Ул. Казинца, 21-3, 220099, Минск.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий от 02.09.2014 № 1/423.

УДК 001(476)
ББК 72(4 Бел)

© Международный университет «МИТСО», 2017

Содержание

СЕКЦИЯ 1

МЕЖДУНАРОДНОЕ ПУБЛИЧНОЕ ПРАВО

<i>Е. А. Боярко</i> Значение международного сотрудничества в сфере защиты прав человека	10
<i>И. В. Буйко</i> Институт индивидуальной уголовной ответственности в современном международном уголовном праве: значимость и перспективы развития	12
<i>Т. А. Гапанович</i> О соотношении понятий «беженец», «мигрант» и «иностранец»	15
<i>А. В. Демидович</i> К вопросу эффективности европейской системы защиты прав и свобод человека	17
<i>Д. Ю. Зельман</i> Международно-правовое регулирование запрета пыток	19
<i>Ю. Д. Кашкан</i> К вопросу о международно-правовом регулировании запрета пыток	21
<i>Ю. В. Лихотькина</i> Характеристика политических прав и обязанностей граждан по конституции Республики Беларусь	23
<i>В. О. Мелеховец</i> Концепция устойчивого развития и ее отражение в международном праве	26
<i>А. О. Михалёнок</i> Правовой режим и делимитация Арктики	28
<i>В. И. Назарчук</i> Проблемы правоприменения GMP в ЕАЭС	29
<i>А. О. Пасканная</i> Компетенция Европейского Суда по правам человека и ее эволюция	31
<i>А. А. Рипинская</i> Международный терроризм как международное преступление	32
<i>Т. Н. Рожаловская</i> К определению понятия акта международного терроризма	35
<i>О. А. Фефилова</i> Способы отражения в нормативных правовых актах Республики Беларусь норм морали ...	37
<i>А. D. Korenko</i> The right to equal opportunities in the European Union	39
<i>А. S. Maksimava</i> Grounds for excluding criminal responsibility of combatants	41

СЕКЦИЯ 2

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЗА РУБЕЖОМ

<i>В. Н. Акулицкая</i> Правовые аспекты исполнения обязанностей руководителя учредителем унитарного предприятия	44
<i>А. В. Данилькевич</i> Вопросы регистрации товарного знака по законодательству Республики Беларусь	47
<i>В. Г. Зеленкевич</i> Правовое регулирование института медиации в Республике Беларусь	49

<i>В. Г. Зеленкевич</i> Юридическая клиника как форма организации практикоориентированного обучения в университете	51
<i>А. С. Лашкевич</i> Самозащита прав потребителей	55
<i>А. В. Матусевич</i> Основные положения правового регулирования в сфере образования Республики Беларусь	57
<i>Т. Н. Морозова</i> Увольнение по пункту 1 ст. 47 Трудового кодекса Республики Беларусь	59
<i>Т. Н. Рожаловская</i> Брачный договор как один из способов разрешения споров, вытекающих из брачно-семейных отношений	62
<i>Т. Н. Рожаловская</i> Правовое регулирование банковского кредитования предпринимательской деятельности	67
<i>Т. А. Сонова</i> Результаты работы по противодействию коррупции в Беларуси (на примере Витебской области)	69

СЕКЦИЯ 3

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ПРАВОПОНИМАНИЯ И ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

<i>В. Н. Акулицкая</i> О роли и месте судебной практики в трудовом законодательстве Республики Беларусь	74
<i>Б. Я. Алиева</i> К вопросу об изучении мотивов преступления	76
<i>М. В. Андрукович</i> Аспекты устранения недостатков судебного решения вынесшим его судом	79
<i>М. Э. Варторьян</i> Объект торговли людьми по белорусскому и зарубежному законодательству	80
<i>Е. В. Данилюк</i> Исполнительная надпись нотариуса: преимущества и недостатки	82
<i>К. С. Евдокимова</i> Предмет доказывания на стадии возбуждения уголовного дела	85
<i>А. С. Кокор</i> Понятие изнасилования по законодательству Республики Беларусь и зарубежных стран	87
<i>М. А. Конанкова</i> Отдельные аспекты приказного производства	89
<i>М. А. Логинов</i> Отдельные аспекты проведения обыска и выемки в жилище и ином законном владении	91
<i>Д. А. Новиков</i> Законодательство о нормотворческой деятельности – важнейший институт конституционного законодательства Республики Беларусь	93
<i>Н. В. Новикова</i> Об исключении хранения с целью сбыта из числа альтернативных действий, влекущих ответственность за фальшивомонетничество	96
<i>А. А. Прудникова</i> К вопросу о нарушении тайны переписки, телефонных переговоров, телеграфных и иных сообщений	98

СЕКЦИЯ 4 ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ю. Д. Аманенко

Особенности логистического подхода к организации системы материально-технического снабжения предприятия 101

А. Э. Виноградова, А. В. Ётчик

Оптимизация транспортных издержек в логистических системах (системы управления транспортировкой) 102

В. А. Гриневич

Современная складская инфраструктура в Республике Беларусь на примере СООО «Белвест» 105

А. А. Довбыш

Распределительная логистика как часть общей логистической системы предприятия 107

С. Г. Кожяков

Совершенствование организации логистики на предприятии 109

Н. Н. Крапиневич

Совершенствование системы управления запасами предприятия 111

А. В. Кривашёнок

Совершенствование системы обработки заказов в организации сферы услуг на основе логистического подхода (на примере ООО «Фрахтбай») 113

А. С. Прастакова

Характеристика и перспективы развития Витебского филиала РУП «Белтаможсервис» 116

А. В. Пушко

Совершенствование отдельных элементов логистической системы предприятия 118

А. Л. Руденок

Перспективы развития логистики в Республике Беларусь 120

В. В. Святская

Совершенствование системы материального стимулирования сбалансированности материальных потоков с потребностями производства 123

В. Ю. Ткачёва

Логистический подход к совершенствованию товаропроводящей сети швейной продукции 124

СЕКЦИЯ 5 ЛИЧНОСТЬ. ПРОФСОЮЗЫ. ОБЩЕСТВО

СЕКЦИЯ 5.1. ПСИХОЛОГИЯ

А. М. Баксолова

Гибрис-синдром как патология проводимой политики 130

М. А. Бурая

Проблемы взаимоотношения поколений 133

М. Д. Городенская

Влияние этики на исследования в социальной психологии 135

А. В. Гутовский

Особенности опосредованного общения в сети Интернет 137

А. С. Дерябина

Компьютерная игра как виртуальная реальность и ее влияние на человека 139

А. А. Климович

Особенности общения в блогах	141
<i>Н. С. Лукьянчик</i>	
Фактор привлекательности во взаимоотношении полов	141
<i>П. А. Маслѐнкина</i>	
Влияние социальных факторов на формирование цели личности	146
<i>А. В. Осипчик</i>	
Управление эмоциями как основа межличностных отношений	147
<i>Д. Н. Тылецкая</i>	
Психологические факторы, влияющие на восприятие рекламы	149
<i>О. А. Фефилова</i>	
Преступниками рождаются или становятся?	151

СЕКЦИЯ 5.2. ФИЛОСОФИЯ

<i>М. Д. Городенская</i>	
Мировое гражданство как социальный феномен	154
<i>А. С. Дерябина</i>	
Серен Кьеркегор – «смысл жизни»	156
<i>Н. С. Лукьянчик</i>	
Справедливость как основополагающая ценность	158
<i>П. А. Маслѐнкина</i>	
Даосизм в культуре	159
<i>А. В. Осипчик</i>	
Категории любви («искусство любви») по Эрику Фромму	162
<i>О. А. Фефилова</i>	
Нравственные проблемы современного общества	163

СЕКЦИЯ 6

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Я. С. Верташонок</i>	
Мотивация персонала на предприятиях малого бизнеса	166
<i>А. В. Войтеховский</i>	
Услуги факторинга как способ повышения платежеспособности организации	168
<i>Н. А. Выбиранец</i>	
Зарубежный опыт инновационной политики	173
<i>Н. А. Выбиранец</i>	
Классификация рисков в финансовой деятельности предприятия	175
<i>В. В. Гайлевская</i>	
Организация эффективной деятельности команды проекта	178
<i>Я. И. Глушакова</i>	
Анализ прибыли организаций Республики Беларусь (на материалах СП ОАО «Спартак») ..	181
<i>А. С. Гомбалеvская</i>	
Инновационные методы управления персоналом	184
<i>Н. В. Ивашиvнко</i>	
Развитие концептуальных аспектов менеджмента современной организации	187
<i>А. Г. Ковалѐва</i>	
Нестандартные методы мотивации в управлении персоналом	189
<i>Я. М. Кравцова</i>	
Солнечная энергетика и ее развитие в Республике Беларусь	191
<i>И. А. Кузьменко</i>	
Современные подходы к формированию команды проекта	193

<i>Е. А. Липницкий</i> Перспективы использования метода проектного финансирования в Республике Беларусь	196
<i>Е. С. Литовчик</i> Матрица рисков	198
<i>Е. С. Литовчик</i> Состояние и перспективы сотрудничества Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в инновационной сфере	201
<i>В. В. Молчан</i> Процесс разработки стратегии развития предприятия	203
<i>Н. С. Рабцевич</i> Проектирование организации производства, его параметры и стадии	205
<i>О. И. Рылач</i> Задачи управления персоналом при разработке и реализации проектов	208
<i>О. И. Рылач</i> Инновационный подход к проведению комплексной оценки перспективных технологий ...	211
<i>А. М. Сороко</i> Мотивация труда персонала	213
<i>А. М. Соротник</i> Франчайзинг как стратегия и технология развития бизнеса	216
<i>Д. Ю. Статкевич</i> Инновации белорусского ретейла в 2017 году	219
<i>Д. И. Тарасевич</i> Инновации как важнейший фактор экономического развития	220
<i>Е. Н. Федорович</i> Государственно-частное партнерство в инновационной сфере: международный опыт и возможность использования в Республике Беларусь	223
<i>Е. Н. Федорович</i> Инновации: экономический эффект и влияние на рынок труда	228
<i>А. К. Федорович</i> Повышение эффективности использования персонала на предприятии	230
<i>К. А. Чирва</i> Зарубежный опыт мотивации персонала	232
<i>К. А. Чирва</i> Проекты – средства стратегического развития организации	234
<i>О. А. Юшкевич</i> Инновации в сфере управления персоналом	237

СЕКЦИЯ 7

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ

<i>Е. А. Варикаш</i> Роль ТНК в современной инновационной экономике	240
<i>Я. В. Жигальская</i> Классификация рисков инновационной деятельности	242
<i>Н. В. Ивашишко</i> Конкурентоспособность продукции и пути ее повышения в современных условиях	244
<i>Д. А. Канаиш</i> Венчурное финансирование инновационных проектов	246
<i>А. А. Коптелова</i> Мотивация молодежи на труд и экономическую самостоятельность	249
<i>А. Ю. Красницкий</i>	

Анализ рыночной корзины в сети розничной торговли	251
<i>И. А. Кузьменко</i>	
Основные характеристики инновационного развития в условиях глобализации	253
<i>Е. А. Липницкий</i>	
Эффективность реализации инновационных программ	256
<i>Д. И. Магер</i>	
Необходимость развития крупных инновационных предприятий	259
<i>Н. С. Рабцевич</i>	
Инновации как важнейший фактор обеспечения экономического роста	262
<i>Е. Р. Регуш</i>	
Стимулирование инновационной деятельности на макроуровне	264
<i>Е. Н. Федорович</i>	
Современные приемы инновационного менеджмента	267
<i>А. К. Федорович</i>	
Составляющие экономической глобализации	270

СЕКЦИЯ 8

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

<i>Е. М. Боженко</i>	
Маркетинговая деятельность предприятия в области товарной политики	273
<i>Д. А. Володько</i>	
Роль внутреннего маркетинга в повышении эффективности функционирования торгового предприятия	275
<i>А. А. Доливайло</i>	
Ассортиментная политика КПУП «Минскреклама»	277
<i>А. А. Иванов</i>	
Пути совершенствования сбытовой политики организации на целевом рынке	279
<i>М. И. Крепская</i>	
Сервисное обслуживание и его критерии оценки качества	282
<i>Е. А. Лысенко</i>	
Интернет-маркетинг в деятельности информационного агентства	284
<i>Д. А. Машкович</i>	
Партизанский маркетинг как метод продвижения товаров и услуг на современном этапе	286
<i>А. В. Милюкова</i>	
Направления повышения конкурентоспособности торгового предприятия	289
<i>О. Т. Мороз</i>	
Использование инновационных технологий дропшипинга для совершенствования сбытовой деятельности предприятий розничной торговли (на примере ЗАО «Патио»)	292
<i>К. И. Одарчук</i>	
Конкурентоспособность торгового предприятия и факторы, ее определяющие	295
<i>Е. В. Ревотько</i>	
Коммуникационная политика организации и этапы ее формирования	297
<i>С. Ю. Романчук</i>	
Применение маркетинговых технологий в сфере малого инновационного бизнеса	300
<i>В. В. Свирская</i>	
Практика применения и пути повышения эффективности использования организацией средств распространения рекламы на примере рекламного агентства «Белая корона»	302
<i>Е. А. Тогулев</i>	
Исследование рынка пива	305

<i>Я. Ю. Хотулева</i> Формирование покупательского поведения потребителей в современных условиях	308
<i>Д. С. Худенький</i> О конкурентоспособности продукции белорусских предприятий машиностроения на внешних рынках	311
<i>К. О. Шашкова</i> Концепция маркетинга как основа успеха организации на современном этапе	314
<i>М. А. Шелестова</i> Рекламная деятельность в розничной торговле и пути ее совершенствования	316

СЕКЦИЯ 9

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

<i>И. В. Бенкевич, У. С. Двилевич</i> Математика финансов для школьников	319
<i>А. А. Бужинская, И. В. Шарапов</i> Микроэкономические модели и теории и их реализация в экономике XXI в.	323
<i>А. Н. Воронин</i> Основные направления развития технологий дистанционного банковского обслуживания (ДБО)	325
<i>А. Н. Воронин</i> Приложение определенного интеграла в решении экономических задач	328
<i>И. Г. Жаркевич</i> Определенный интеграл в моделировании экономических процессов	331
<i>А. Д. Лисицкая, К. Р. Скрипко</i> Об экономическом образовании школьников	234
<i>И. В. Маленко</i> Электронная торговля	335
<i>А. В. Милюкова</i> Функциональная модель уровня запаса на складе	338

Секция 1

Международное публичное право

Е. А. Боярко,
студент 1-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ЗНАЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА

Совокупность идей, получивших название «права человека», связана с представлением о равенстве и равноправии, с индивидуальным и коллективным началами в жизни людей. Права человека стоит рассматривать и как неотъемлемые свойства личности, и как феномен мировой культуры и цивилизации. Они не приобретаются и не зависят от национальности, пола, этнической принадлежности, цвета кожи, религии или языка. Они являются тем базисом, тем необходимым минимумом, который позволит благополучно существовать человеку.

С развитием современного общества, как ни странно, все больше и больше возникает необходимость защитить человека и его права от преступных посягательств, от произвола властей и, конечно же, от других людей. Наше общество считается развитым, но даже в нем, где на первый взгляд присутствует гармония и благополучие, на человека негативно влияет огромное количество факторов. Один из таких факторов – это нарушение прав и свобод личности. Изначально эта проблема являлась частью внутренней политики страны.

Однако после Второй мировой войны началось формирование международного механизма защиты прав человека, хотя еще в европейских странах в XVI – XIX вв. были известны отдельные положения, касающиеся защиты национальных и религиозных меньшинств и борьбы с работорговлей, получивших более детальную регламентацию в системе договоров, заключенных под эгидой Лиги Наций (1919 – 1946 гг.).

Под понятием «международная защита прав человека» понимается в первую очередь международное сотрудничество стран и стремление Организации Объединенных Наций (далее – ООН) к поддержанию и соблюдению прав гражданина и основных свобод для всех без различия по признаку национальности, пола, религии и языка. В настоящее время решение проблемы нарушения прав и свобод человека является приоритетным направлением в политике и отношениях на глобальном уровне.

Международное сотрудничество с целью защиты прав и свобод граждан может осуществляться на двух уровнях: региональном (для государств одного региона) и универсальном (для всех государств).

Региональный уровень включает в себя такие организации, как Совет Европы, Организация американских государств, Африканский союз, Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе.

К универсальному уровню защиты прав и свобод человека относят Организацию Объединенных Наций. Данная международная организация, созданная 24 октября 1945 г., сегодня объединяет 193 государства. На данный момент защита прав человека является главным направлением деятельности ООН. Данный уровень сотрудничества намного выше и эффективнее регионального по отдельным аспектам в области правозащитной сферы. Это объясняется тем, что вопросы универсального уровня всегда считались более «чувствительными», более сложными в решении для государств [1, с. 40]. Так, ООН занимается повышением уровня жизни, улучшением условий экономического и социального прогресса и развития, разрешением международных проблем во всех сферах современного общества, способствует повышению эффективности международного сотрудничества

в области культуры и образования. Кроме того, эта организация отстаивает неукоснительное соблюдение прав человека и основных свобод для всех.

Согласно политике ООН, защита прав и свобод личности заключается в разработке защитных механизмов, которые создаются для человека и должны уважаться каждым, а также включает в себя создание соглашений между странами о правах и свободах человека, которые закреплены в соглашениях на международном уровне, и разработку механизма по контролю соблюдения обязательств по защите прав и свобод человека.

Устав Организации Объединенных Наций, подписанный 26 июня 1945 г., стал первым договором между странами на новом – международном – уровне. Он определил основные принципы и границы сотрудничества в сфере защиты прав и свобод человека. Однако первоначально в Уставе ООН не использовался термин «защита человека», а лишь «поощрение и развитие уважения к ним» [2].

В 1966 году Генеральной Ассамблеей ООН были приняты Международный пакт о гражданских и политических правах и Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах. Эти документы получили универсальное признание как международно-правовые акты, которые впервые закрепили права и свободы в полном объеме. В последующие годы дорабатывались, конкретизировались положения указанных международных документов, и сегодня международно-правовая основа межгосударственного сотрудничества по большей степени сформировалась.

Однако не всегда эти нормы соблюдаются. Так, Б. А. Аннаев приводит пример, указывая, что в 2015 году в 81 государстве были зафиксированы случаи нарушений прав человека в виде жестокого обращения или пыток, хотя все эти страны ратифицировали Всеобщую декларацию прав человека, принятую Генеральной Ассамблеей ООН в 1948 году, согласно которой нарушение прав и свобод является недопустимым [3, с. 39]. Кроме пыток и жестокого обращения, этот документ запрещает рабство, ограничение свободы мысли, а также гарантирует право на справедливое судебное разбирательство [4, с. 40]. Этот пример показывает, что даже подписание какого-либо договора не гарантирует соблюдение правил, прописанных в нем, и не сможет полностью защитить человека от посягательств на его права.

Эта проблема будет оставаться нерешенной до тех пор, пока странами не будет соблюдаться механизм выполнения положений международного договора. Также общечеловеческие стандарты прав и свобод личности могут быть реализованы и гарантированы только при условии международного характера правового регулирования и плодотворного сотрудничества всех стран.

Следует также отметить политику невмешательства во внутреннюю политику любой страны, т. е. не только члена ООН. Это значит, что запрещено принимать любые меры, которые будут препятствовать государству свободно и беспрепятственно решать дела, связанные с политическим положением внутри страны.

Э. И. Иустин говорил, что «ни одна из форм сотрудничества, составляющих международный аспект проблемы защиты прав основных свобод и прав человека, в свете требований ст. 2 (7) Устава не должна приобретать характера вмешательства во внутренние дела государств и затрагивать их суверенные прерогативы» [5, с. 12 – 18]. В связи с этим никакая деятельность в рамках ООН не может подменять или дополнять юрисдикцию государств, она может лишь способствовать осуществлению юрисдикции должным образом в соответствии с международными документами.

Права человека защищают его от произвола и несправедливости. Смысл прав человека заключается в том, что они поддерживают в личности его достоинство, обеспечивают признание в качестве высшей ценности, уважение, однако до сих пор они, хоть и признаны большинством цивилизованного мира, нередко нарушаются, а значит, требуют защиты.

Успешная деятельность в сфере защиты прав человека является одним из основополагающих компонентов поддержания равноправия и равновесия по всему миру. В связи с этим возникла необходимость в объединении государств, создания международного

сотрудничества для решения одной проблемы, присущей каждой нации, – проблемы защиты прав человека.

Данный вопрос – это уже не компетенция одного государства, это то, что затронуло так или иначе весь мир и стало вопросом международного характера. Поощрение прав человека, содействие развитию демократии, защита прав женщин, борьба с насилием, поощрение прав инвалидов, улучшение положения коренных народов и многое другое – это все можно достигнуть или же уже достигнуто общими усилиями.

Таким образом, к компетенции так называемого классического международного права не относилась регламентация вопросов, связанных с защитой прав, свобод личности. На первом этапе, до середины XX в., защита прав человека относилась к реализации внутренних функций государства. Переломным моментом становится Вторая мировая война, поскольку именно многочисленные и бесчеловечные нарушения прав личности в этот период стали причиной создания механизма международной защиты прав человека.

Международное сотрудничество нужно для того, чтобы решать проблему защиты прав человека совместными усилиями на глобальном уровне, привлекая к ответственности каждого, однако при этом не должен нарушаться суверенитет каждого государства – члена ООН. На практике оказывается крайне сложно найти золотую середину и обеспечить достойную международную защиту прав человека. Однако к этому нужно стремиться, поскольку иначе права человека станут декларативными, а не исполняемыми. Полагаем, в таком случае мы станем свидетелями процесса регресса всего человечества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аннаев, Б. А. Международное сотрудничество в области защиты прав человека / Б. А. Аннаев. // Вестник Марийского государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 38–41.
2. Устав ООН [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/sections/un-charter/introductory-note/index.html>. – Дата доступа: 02.05.2017.
3. Статистические данные ООН [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: <http://russiancouncil.ru/spec/stat.html>. – Дата доступа: 01.05.2017.
4. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml. – Дата доступа: 02.05.2017.
5. Иустин, Э. И. Международная защита прав человека и принцип невмешательства во внутренние дела государства / Э. И. Иустин. // Сфера. – 2008. – № 8. – С. 12–18.

И. В. Буйко,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИНСТИТУТ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕЖДУНАРОДНОМ УГОЛОВНОМ ПРАВЕ: ЗНАЧИМОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Институт индивидуальной уголовной ответственности физических лиц является одним из основных в международном уголовном праве. Международное уголовное право создает юридическое основание для сотрудничества государств по всему спектру противодействия преступным деяниям. В идее создания данной отрасли права и вместе с ней Международного уголовного суда (далее – МУС) воплощены стремления человечества к справедливому

миропорядку, невозможному без наказуемости тяжких преступлений, посягающих на основы человеческой цивилизации.

Изначально данные стремления нашли отражение в создании специальных международных судебных органов, таких как специальные трибуналы *ad hoc*. Своей практикой они способствовали введению новых норм в международное уголовное право и принятию практических мер по предотвращению и устранению угрозы миру и прекращению совершения серьезных международных преступлений.

Практика трибуналов *ad hoc* во многом повлияла на разработку центрального документа в сфере международного уголовного права – Римского статута (далее – Статута). В данном документе сформулированы правовые основы деятельности первого постоянного Международного уголовного суда, закреплены основные процессуальные правила. Одновременно Статут МУС способствовал прогрессу и в материальном международном уголовном праве. В отношении обычных норм международного права Статут, ратифицированный большинством государств мира, выполняет роль *opinio juris* [1, с. 671]. Кодификация международного уголовного права имеет большое значение, учитывая императивный характер его норм.

На сегодняшний день Статут МУС подписан 139 государствами, но ратифицирован только 124. С одной стороны, количество присоединившихся к МУС государств выглядит вполне солидно, так как участниками Статута является большинство государств мира. Однако, проанализировав географию ратификаций, можно сделать вывод о том, что на ней имеются так называемые «белые пятна». Эти пробелы – большинство стран Азии, Россия, многие страны Африки и США. Сегодня в составе МУС нет трех из пяти постоянных членов Совета Безопасности ООН – США, России и Китая, а также второй по численности страны мира – Индии [2, с. 405]. Следует отметить, что Республика Беларусь также не является участницей данного международного договора. Таким образом, значительная часть территории нашей планеты и ее населения находится вне юрисдикции МУС.

Многие государства, включая США, Китай, Индию, Пакистан, Индонезию, Турцию и ряд других, отказались подписывать данный документ. Это связано с тем, что государства видят в Статуте угрозу национальным интересам и государственному суверенитету, а также противоречия с международным правом и национальным законодательством.

Присоединение государств к МУС – сложнейшая комплексная правовая проблема. Сложность ратификации Статута заключается в том, что он является жестким международным договором, который не предусматривает оговорок. В первую очередь имеющиеся трудности касаются некоторых противоречий между нормами Статута и нормами конституционного права государств, его подписавших.

В доказательство этому следует упомянуть, что Статут допускает исключение из принципа «*ne bis in idem*» – «нельзя судить дважды за одно и то же», что противоречит конституционным нормам значительного числа государств. Еще одним противоречием является то, что, тогда как конституциями большинства стран мира закрепляется иммунитет от уголовного преследования глав государств, Статут применяется в равной мере ко всем лицам без какого бы то ни было различия на основе должностного положения [3, с. 23].

Кроме того, большинство государств на конституционном уровне закрепили недопустимость выдачи собственных граждан для осуществления уголовного преследования, в то время как Статут налагает на государства обязанность передавать МУС граждан своей страны. Вдобавок к этому, во многих странах на конституционном уровне закреплено право подсудимого на рассмотрение его дела судом присяжных, что не предусмотрено Статутом [4, с. 95].

Тем не менее, вышеперечисленные коллизии не должны препятствовать государствам рассматривать возможность ратификации данного международного договора. Для этого следует использовать опыт государств, которые успешно разрешили такие коллизии. Можно предложить два основных способа решения данной проблемы. Первый способ заключается во внесении соответствующих поправок в Конституцию государства. По такому пути пошли,

например, Франция, Бразилия, Бельгия, Германия. Другой способ решения проблемы состоит в толковании, интерпретации действующей Конституции в соответствии с положениями Статута. Данный вариант был выбран большинством государств, ратифицировавших Статут МУС (страны Восточной Европы, Латинской Америки) [5, с. 36].

Еще одним основанием отказа государств от ратификации Статута МУС является соотношение международного права и государственного суверенитета [6, с. 979]. Государства не желают, чтобы МУС вмешивался в их суверенные дела. По мнению М. Ш. Бассиоуни, «Международный уголовный суд не является наднациональным органом, он международный орган, идентичный иным существующим» [7, с. 181].

Вышеизложенное свидетельствует о том, что своим возникновением МУС не только не противоречит принципу суверенитета, но и служит его важной гарантией. Во-первых, создание МУС на основе международного договора является реализацией государствами своих суверенных прав. Во-вторых, МУС защищает государства от наиболее грубых нарушений их суверенитета. В-третьих, МУС, выступающий в качестве дополнительного звена правосудия, гарантирует государствам возможность осуществлять свое суверенное право преследовать физических лиц за совершение международных преступлений при невозможности осуществления национальной юрисдикции.

Таким образом, значимость МУС, а также института индивидуальной уголовной ответственности физических лиц очень велика. МУС является серьезным инструментом для привлечения к ответственности лиц, виновных в совершении международных преступлений. Сегодня МУС находится на пути своего развития. Достижения первых лет его работы носят определенно позитивный характер. В настоящее время требуется дальнейшее обеспечение независимости и беспристрастности МУС, а также признания института международной уголовной ответственности физических лиц в качестве отдельного института международного уголовного права [8, с. 229].

Следует отметить, что будущее международного уголовного права и его составляющих в долгосрочной перспективе зависит от нескольких главных факторов.

Во-первых, необходима всеобщая ратификация Римского статута, что значительно повысит возможности Суда и расширит его юрисдикцию.

Во-вторых, расширение сотрудничества Международного уголовного суда с государствами, международными организациями и институтами гражданского общества обеспечит поддержку Суда в осуществлении его миссии.

В-третьих, жизненно необходимы поддержка и уважение к Суду со стороны государств, международных организаций и гражданских институтов, что обеспечит его независимость и эффективное функционирование.

Вопросы поддержания мира и безопасности, должного международного правопорядка тесным образом связаны с вопросами о необходимости дальнейшего прогрессивного развития института индивидуальной уголовной ответственности, кодификация которого усовершенствует международное уголовное право в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Roberge, M. C. The new International Criminal Court: A preliminary assessment / M. C. Roberge // *International Review of the Red Cross*. – 1998. – Vol. 38, No 325. – P. 671–683.
2. Popovski, V. The International Criminal Court: A Necessary Step towards Global Justice / V. Popovski // *Security Dialogue*. – 2000. – Vol. 31, No 4. – P. 405–419.
3. Римский статут Международного уголовного суда [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: [http://www.un.org/ru/law/icc/rome_statute\(r\).pdf](http://www.un.org/ru/law/icc/rome_statute(r).pdf). – Дата доступа: 10.05.2017.
4. Мазов, В. А. Ответственность в международном праве: проблемы кодификации и прогрессивного развития норм и принципов международно-правовой ответственности / В. А. Мазов. – М. : Юридическая литература, 1979. – 151 с.

5. Duffy, H. National Constitutional Compability and the International Criminal Court / H. Duffy // Duke Journal of Comparative and International Law. – 2001. – Vol. 11. – P. 6–14.
6. Cryer, R. International Criminal Law v. State Sovereignty: Another Round / R. Cryer // The European Journal of International Law. – 2006. – Vol. 16, No 5. – P. 979–988.
7. Justice for Crimes Against Humanity / Lattimer, Mark and Philippe Sands (eds.). – Oxford : Hart, 2003. – 546 p.
8. Костенко, Н. И. Международное уголовное право на современном этапе: тенденции и проблемы развития / Н. И. Костенко. – М. : Юрлитинформ, 2014. – 424 с.

Т. А. Гапанович,

студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

О СООТНОШЕНИИ ПОНЯТИЙ «БЕЖЕНЕЦ», «МИГРАНТ» И «ИНОСТРАНЕЦ»

Сущность понятия «беженец» раскрывается в международных договорах, заключенных на универсальном уровне, – Конвенции «О статусе беженцев» 1951 г. [1] и Протоколе 1967 г. [2].

Понятие «беженец» отличалось в разное время и при разных обстоятельствах, но международная обеспокоенность неблагоприятным положением беженцев привела к выработке общего понятия. Согласно Конвенции ООН «О статусе беженцев» 1951 г., беженец – это «лицо, которое в силу вполне обоснованных опасений стать жертвой преследований по признаку расы, вероисповедания, гражданства, принадлежности к определенной социальной группе или политических убеждений находится вне страны своей гражданской принадлежности и не может пользоваться защитой данной страны или не желает пользоваться такой защитой вследствие таких опасений; или, не имея определенного гражданства и находясь вне страны своего прежнего обычного местожительства, не может или не желает вернуться в нее вследствие таких опасений» [3, ст. 1].

Лицо становится беженцем при условии соответствия критериям, которые содержатся в определении:

- лицо должно находиться за пределами страны своего гражданства или постоянного места жительства в случае, если является лицом без гражданства;
- в отношении лица отсутствует защита со стороны государства;
- имеются вполне обоснованные опасения преследования;
- лицо преследуется по признаку расы, вероисповедания, гражданства, принадлежности к определенной социальной группе.

Такие причины являются основополагающими для признания лица беженцем. Они носят универсальный характер [4, с. 26].

Следует отметить, что для международного права государства ограничили содержание понятия «беженец» – в него не включаются «экономические беженцы», или «мигранты», решение проблем которых не связано с институтом убежища, под которым понимается защита в течение неограниченного времени на территории другого государства.

В современном использовании термин «беженец» часто трактуется более широко, чем это указано в упомянутых выше международных договорах, чтобы включать в себя всех лиц, которые покидают свои дома в поисках убежища. Существует ряд причин, которые могли бы заставить кого-то бежать в более безопасное место, например вооруженные конфликты или гражданские беспорядки, насилие в семье, бедность и природные катастрофы.

Таким образом, термин «беженец», установленный Конвенцией 1951 г., продолжает использоваться в неправильном смысле в повседневном разговоре. Например, в средствах

массовой информации термин «беженец» часто используется для определения человека, который переселился вследствие экономических причин (экономический мигрант), и преследуемых групп лиц, которые перемещаются в своей собственной стране, не пересекая внешней границы (внутренне перемещенные лица) [5]. Беженцы не находятся в той же ситуации, как мигранты, хотя эти две группы часто путают. Мигранты имеют возможность выбора, когда покинуть свою страну, куда они переедут и когда они вернуться. Беженцы же вынуждены бежать из своей страны для их собственной безопасности. Они не могут вернуться, если ситуация, которая заставляет их оставить страну, не улучшится.

Мигрантом является лицо, которое меняет место жительства внутри государства или переезжает на постоянное место жительства в другое государство по причине экономической, политической и национально-правовой нестабильности. При более широком объяснении мигрантом также можно назвать человека, который совершает регулярные передвижения из одного населенного пункта в другой для получения образования или работы.

Мигрант, как правило, оставляет свою страну добровольно, в поисках лучшей жизни. Для беженца экономические условия в стране, предоставившей ему убежище, менее важны в сравнении с его собственной безопасностью.

На «экономических» и «экологических» переселенцев, жертв природных катастроф положения Конвенции 1951 г. и Протокола 1967 г. не распространяются. Они также не распространяются на лиц, относительно которых есть весомые подозрения, что они осуществили преступления против мира и человечества, тяжкие преступления неполитического характера или иные действия, несовместимые с целями и принципами ООН.

Мигранты и беженцы по своей сути являются иностранцами в стране пребывания. Понятие «иностранец» в юридической литературе используется в широком и узком смысле. В широком смысле термин «иностранец» используется для обозначения круга лиц, не являющихся гражданами государства пребывания, и охватывает иностранных граждан и лиц без гражданства (апатридов). В узком смысле он соответствует понятию «иностранец-гражданин» и охватывает только эту категорию лиц.

Правовое положение иностранцев в Республике Беларусь регулируется Конституцией Республики Беларусь, рядом законодательных актов, включая Закон Республики Беларусь от 4 января 2010 г. № 105-З «О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь», а также иными нормативными правовыми актами [6, ст. 1], [7, ст. 11]. В нашей стране, как и в других странах мира, основным правовым режимом иностранцев является национальный режим.

Рассмотрев понятия «беженец», «мигрант» и «иностранец», можно сделать вывод, что данные термины различаются по ряду признаков, но также они дополняют друг друга. Мигрантом является лицо, постоянно меняющее свое место жительства, т. е. это лицо, которое покидает свою страну или перемещается внутри своей страны по собственному желанию в целях изменения своего места жительства. Причины переселения могут быть разными, например экономические, политические, экологические. В общем следует отметить, что «мигрант» – понятие широкое, оно охватывает лиц, которые меняют свое место жительства по различным причинам. В то время как беженец вынужден искать безопасное место проживания из-за определенных обстоятельств, таких как дискриминация по признаку расы, вероисповедания, гражданства, или же по причине вооруженных конфликтов. Беженцы имеют право на защиту в соответствии с Конвенцией 1951 г. и другими международными соглашениями. По закону беженцы не могут быть отправлены обратно в страны, где их жизнь будет находиться в опасности. Иностранец – понятие более широкое, оно включает в себя и мигрантов, и беженцев, так как понятие «иностранцы-граждане» состоит из лиц, не являющихся гражданами страны пребывания и имеющих доказательства своей принадлежности к гражданству другого государства, а также лиц без гражданства. Под правом убежища понимается суверенное право любого государства предоставить возможность въезда и безопасного проживания на своей территории по просьбе иностранного гражданина либо

лица без гражданства, преследуемого в родном государстве по политическим, религиозным, научным и иным подобным мотивам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конвенция о статусе беженцев // Права человека : сб. междунар. договоров. – Т. I, ч. 2 : Универсальные договоры. – Нью-Йорк, Женева : ООН, 1994. – С. 739–760.
2. Протокол, касающийся статуса беженцев // Права человека : сб. междунар. договоров. – Т. I, ч. 2 : Универсальные договоры. – Нью-Йорк, Женева : ООН, 1994. – С. 760–765.
3. Конвенция «О статусе беженцев» [Электронный ресурс] : [заключена в г. Женеве 28.07.1951 г.] // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
4. Официальный сайт ун-та Миннесоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://twin-cities.umn.edu>. – Дата доступа: 01.05.2017.
5. Шахотько, Л. П. Миграционные процессы в Республике Беларусь // Бел. журн. междунар. права и междунар. отношений. – 2000. – № 5. – С. 28.
6. О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 4 янв. 2010 г. № 105-З : в ред. от 24.10.2016 № 439-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
7. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь, 2014. – 62 с.

А. В. Демидович,
студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕВРОПЕЙСКОЙ СИСТЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ И СВОБОД ЧЕЛОВЕКА

Говоря о защите прав человека в Совете Европы и ее эффективности, стоит обратить внимание на Европейский суд по правам человека (далее – ЕСПЧ) как на гарант исполнения обязательств, принятых на себя государствами – участниками Европейской конвенции по защите прав человека и основных свобод (далее –ЕКПЧ).

Правосудие, осуществляемое Европейским судом по правам человека, объективно затруднено долгими сроками рассмотрения жалоб. Рассмотрим, что было сделано за последние пять лет по совершенствованию работы ЕСПЧ, какие задачи выполнены и насколько.

ЕСПЧ, имея в своей компетенции достаточно узкий круг полномочий, все-таки по праву считается высшей судебной инстанцией для всех судебных систем европейских стран, включая Турцию и Россию (кроме Республики Беларусь; всего 47 государств). Правосудие, осуществляемое ЕСПЧ (с точки зрения недостатков), объективно затруднено только двумя тесно связанными между собой факторами: долгими сроками рассмотрения жалоб и неэффективностью действий государств-ответчиков по реализации мер, направленных на предотвращение повторяющихся нарушений прав человека.

Говоря об очереди необоснованных жалоб, стоит отметить, что в этом сегменте процесса в ЕСПЧ улучшение видно, оно составляет почти 100 процентов. К концу 2015 года в ЕСПЧ очередь явно необоснованных жалоб фактически ликвидирована: сократилась

с 92 тыс. в 2011 году до 3 тыс. в конце 2015 года. Мы сначала уделим внимание разнице и изменениям с 2010 по 2015 годы, а позже уделим внимание 2016 году и отчету именно за последний год.

Из 20 подаваемых в ЕСПЧ жалоб 19 являются необоснованными (неприемлемые по сроку, по другим условиям подачи или явно необоснованные по существу). В результате 99 % обращающихся в ЕСПЧ получают отрицательное решение в течение года после подачи жалобы [1].

Опасение того, что столь быстрое рассмотрение, при котором фактически жалоба рассматривается сотрудником Секретариата ЕСПЧ, а затем подписывается Судьей ЕСПЧ, приведет к несправедливым решениям, не оправдалось.

Важной задачей для ЕСПЧ также является сокращение срока простоя потенциально обоснованных жалоб. Заключается она в том, что если жалоба не является неприемлемой, то простой должен быть минимальным (жалоба либо должна быть признана неприемлемой, либо должна быть коммуницирована, и по ней должна идти работа). Это те жалобы, которые прошли предварительную оценку на предмет приемлемости, и по ним составлен Секретариатом ЕСПЧ отчет о фактах, и об этих жалобах уведомлено государство-ответчик (стадия подготовки дела к вынесению решения, коммуникация).

Главным фактором, определяющим качество и скорость рассмотрения дел в ЕСПЧ, является Секретариат. Проблема нехватки кадров в ЕСПЧ связана именно с отсутствием в достаточном количестве квалифицированных юристов в Секретариате, а не судей. Поэтому необходимо принять меры в первую очередь по совершенствованию работы Секретариата (разделить функции юристов, секретарей и переводчиков, обеспечить прозрачную и конкурентную процедуру подбора кандидатов).

Общий вывод в том, что с точки зрения проблемы долгих сроков рассмотрения жалоб ЕСПЧ работает намного лучше, но все же у деятельности данного органа есть пространство для будущего развития.

Общее количество обращений в Страсбургский суд от граждан всех стран Совета Европы в 2016 году достигло 79 750 (на 23 % больше, чем годом ранее). По числу таких обращений лидерами оказались Украина (18 171), Турция (12 600) и Венгрия (8950) [2].

Подводя итоги 2016 года, суд отметил, что среди статей Европейской конвенции о правах человека, на нарушение которых жаловались заявители, преобладали право на справедливое судебное разбирательство (22,9 %), право на свободу и личную неприкосновенность (20,4 %) и запрещение пыток (19,7 %), реже всего нарушалось право на жизнь (5,63 %).

Статистика распределения ожидающих рассмотрения судом заявлений по странам показывает, что лидируют Украина (18 171 жалоба, что составляет 22,8 % от их общего количества за год), Турция (12 575 жалоб, 15,8 %) и Венгрия (8962 жалобы, 11,2 %) [2]. Итак, на взгляд автора, проанализировав статистику Европейского суда по правам человека, можно утверждать, что этот орган рассматривает невероятно большое количество жалоб, улучшает свою работоспособность и с годами становится все более и более эффективным.

В сравнение с Европейским судом по правам человека часто ставится Суд ЕС. Это логично, ведь юрисдикция этих двух органов разных международных организаций часто пересекается. Как уже было написано выше, Суд ЕС также ссылается на ЕСПЧ, но пути толкования норм, содержащихся в ней, часто разнятся между ЕСПЧ и Судом Европейского Союза. Это вызывает некоторые сложности и, конечно, создает двойные стандарты использования этого документа. Но все же стоит отметить, что тенденции к созданию единого пути толкования норм конвенции имеются.

Говоря о правовой базе источников, которыми пользуются данные органы, стоит отметить, что Европейский суд по правам человека основывается только на ЕКПЧ 1950 г. [3], в то время как Суд ЕС имеет более широкую базу, на которую имеет право делать ссылки, будь то акты европейского права или международного.

Говоря об ОБСЕ, стоит отметить, что в данной организации отсутствует судебный орган, который мог бы защищать права человека, так как эта организация является больше политической, чем какой-либо другой. Но несмотря на это, в ОБСЕ существует институт, который вносит большой вклад в защиту прав человека в европейском регионе, как отмечалось во второй главе. Этот институт – Бюро по демократическим институтам и правам человека (далее – БДИПЧ).

Деятельность БДИПЧ охватывает весь регион ОБСЕ. Наиболее известное направление деятельности БДИПЧ – наблюдение за выборами в государствах – участниках ОБСЕ. Более того, у Бюро существует большое количество направлений работы, таких как верховенство права, вопросы миграции и свободы передвижения, гендерное равенство, права женщин и т. д. [4].

Главным минусом эффективности данного органа является то, что все постановления, оценки и призывы не являются обязательными, следовательно, государства редко выполняют все то, о чем говорит БДИПЧ. Конечно, данная проблема вытекает именно из того, что ОБСЕ – политическая организация и у Бюро нет никаких принудительных механизмов, которые есть у судебных органов СЕ и ЕС.

Подводя итог данному исследованию, стоит отметить, что, несмотря на свою правовую природу, источники, организационную структуру, все три региональные европейские организации вносят свой незаменимый вклад в защиту прав человека в Европе. Несомненно, их деятельность имеет разную эффективность, и все же ЕСПЧ в данном контексте превосходит остальные судебные и политические органы организаций. Но нельзя занижать значимость любого из них. Ведь права человека – тема, которую стоит поднимать, поощрять и защищать любыми возможными способами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Overview 1959 – 2016 [Electronic resource] : European court of human rights. – Mode of access: http://www.echr.coe.int/Documents/Overview_19592016_ENG.pdf. – Date of access: 14.05.2017.
2. Analysis of statistics 2016 [Electronic resource] : European court of human rights. – Mode of access: http://www.echr.coe.int/Documents/Stats_analysis_2016_ENG.pdf. – Date of access: 14.05.2017.
3. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод 1950 г. [Электронный ресурс] // [заключена в г. Риме, 04.11.1950] // Европейская Конвенция о защите прав человека: право и практика. – Режим доступа: <http://www.echr.ru/documents/doc/2440800/2440800-001.htm>. – Дата доступа: 14.05.2017.
4. Annual report 2016 OSCE Office for democratic institutions and human rights [Electronic resource] : OSCE. – Mode of access: <http://www.osce.org/odihr/annual-report/2016?download=true>. – Date of access: 14.05.2017.

Д. Ю. Зельман,

студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАПРЕТА ПЫТОК

Проблема пыток всегда имела особое место в истории человечества. Ст. 5 Всеобщей декларации «Прав человека» закрепила положение: «Никто не должен подвергаться пыткам или жестоким, бесчеловечным или унижающим его достоинство обращению и наказанию» [1].

Также пытки запрещены Международным пактом о гражданских и политических правах 1966 г., Женевскими конвенциями 1949 г. о защите жертв войны.

В дополнение к основным положениям, закрепленным в основополагающих документах по правам человека, было принято несколько договоров, направленных исключительно на запрещение пыток. В 1984 году в рамках ООН была заключена Конвенция против пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания. Если рассмотреть положения Статута Международного уголовного суда 1998 г., преступления пыток входят в категорию «Преступления против человечности».

На региональном уровне как в Европе, так и в Америке заключены отдельные договоры, направленные на предупреждение пыток: Европейская конвенция по предупреждению пыток и бесчеловечного или унижающего достоинство обращения или наказания 1987 г. и Межамериканская конвенция о предупреждении пыток и наказании за их применение 1985 г.

С учетом серьезности проблемы разработан контрольный механизм за соблюдением норм международного права о запрете применения пыток (посещения, проводимые универсальными и региональными органами, осуществляющими мониторинг ситуации, например, в местах временного задержания).

Совет Европы сделал значительные успехи в деле создания действенного и эффективного механизма защиты прав человека. Сегодня решения Европейского суда по правам человека являются весьма авторитетными. Суд не просто применяет Конвенцию о правах человека и основных свобод 1950 г. при рассмотрении того или иного дела, а осуществляет ее толкование, развивает содержащиеся в ней положения.

Запрет пыток в международном праве имеет статус *jus cogens*, т. е. статус императивной нормы международного права. Сфера действия положений о запрете пыток и жестокого, бесчеловечного и унижающего достоинство обращения или наказания является достаточно широкой и охватывает причинение психических и физических страданий. Из вышеизложенного следует отметить, что обращение, не приведшее к телесным повреждениям, может нарушать запрет жестокого обращения и положения об уважении человеческого достоинства. Такая квалификация стала логическим развитием запрета на угрозу применения «недолжного» обращения в практике судебных органов. Законы поэтому должны быть дополнены эффективными механизмами профилактики, которые защищали бы более уязвимые слои населения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] // Организация Объединенных наций. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/universal-declaration-human-rights/index.html>. – Дата доступа: 04.03.2017.
2. Лукашук, И. И. Международное право: особенная часть : учебник / И. И. Лукашук. – Минск : Волтерс Клувер, 2011. – 544 с.
3. Рона К. М. Смит. Международная защита прав человека / Рона К. М. Смит. – Минск : Юнипак, 2013. – 423 с.

Ю. Д. Кашкан,
студент 3-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

К ВОПРОСУ О МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЗАПРЕТА ПЫТОК

Пытки являются грубым нарушением прав человека и вызывают тревогу мирового сообщества. С точки зрения международного права, запрет пыток является абсолютным, а свобода от пыток и жестокого, унижающего достоинство обращения или наказания не может быть ограничена ни при каких обстоятельствах. Также принцип полного запрета пыток и жестокого, унижающего достоинство обращения четко сформулирован в конституциях и законодательстве многих государств.

Следует отметить, что следование международно-правовым и конституционным требованиям о запрете жестокого обращения и наказания нашло непосредственное отражение и в действующем законодательстве Республики Беларусь.

Однако, несмотря на существование как международных, так и внутренних гарантий свободы от пыток и уголовного преследования за их применение, запрет пыток и жестокого, унижающего достоинство обращения или наказания нередко остается декларативным, а масштаб их применения – довольно внушительным.

Наряду с физическими и психологическими пытками существует бесчеловечное обращение с лицами, лишенными свободы, связанное с тяжелыми условиями их содержания под стражей. Следовательно, даже в современном мире проблема предотвращения и пресечения подобного рода преступлений все еще остается актуальной и требует объединить усилия государств для ее разрешения.

Целью исследования является комплексное изучение международно-правового регулирования запрета пыток, а также необходимость приведения действующего законодательства Республики Беларусь в соответствие с международными стандартами в области свободы от пыток.

Пытки, как и другие жестокие, бесчеловечные и унижающие достоинство виды обращения, всегда считались непозволительными. Этот принцип достаточно давно закрепился на международном уровне. Так, первым документом, положения которого были направлены на защиту личности от рассматриваемых правонарушений, стала Всеобщая декларация прав человека 1948 г. (далее – ВДПЧ). Запрещение пыток в практически идентичной ст. 5 ВДПЧ формулировке содержится в ст. 7 Международного пакта о гражданских и политических правах (далее – МПГПП).

Впервые дефиниция пытки была закреплена в Декларации о защите всех лиц от пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания 1975 г.

Более развернутое определение пытки содержится в Конвенции против пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания 1984 г. (далее – Конвенция 1984 г.). Согласно ст. 1 данной Конвенции, пытки определяются тремя основными элементами: 1) причинением сильной боли или физического или нравственного страдания; 2) причинением боли и страдания с определенной целью; и 3) причинением боли и страдания государственным должностным лицом или иным лицом, выступающим в официальном качестве, или по их подстрекательству, или с их ведома или молчаливого согласия [1].

Также нельзя не отметить, что ст. 17 Конвенции 1984 г. был учрежден контрольный механизм по реализации норм Конвенции государствами-участниками – Комитет против пыток.

Существенный вклад в борьбу с пытками внес Факультативный протокол к Конвенции 1984 г., принятый в 2002 году, новизна которого заключалась в предупредительном подходе, основанном на регулярном и периодическом мониторинге мест содержания под стражей посредством посещений этих заведений экспертными органами с целью предотвращения нарушений. Таким образом, на основании Факультативного протокола к Конвенции 1984 г. был учрежден Подкомитет по предупреждению пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания Комитета против пыток.

Право на защиту от пыток и жестокого, бесчеловечного или унижающего достоинство обращения и наказания получило закрепление не только на универсальном, но и на региональном уровне.

Запрет пыток предусматривают такие важнейшие документы, как Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод 1950 г. и Европейская конвенция по предупреждению пыток и бесчеловечного или унижающего достоинство обращения или наказания 1987 г., которая исходит из превентивного подхода и представляет собой всеобъемлющий инструмент. Европейской конвенцией 1987 г. был учрежден Европейский комитет по предупреждению пыток и бесчеловечного или унижающего достоинство обращения или наказания, который можно назвать одним из наиболее эффективных механизмов контроля за исполнением уголовных наказаний. Стандарты Европейских пенитенциарных правил 2006 г. значительно выше Минимальных стандартных правил обращения с заключенными ООН, что позволяет говорить о том, что в целом требования к тюремным системам в Европе выше, чем во всем мире [2].

Определения правового запрета пыток и жестокого, бесчеловечного или унижающего достоинство обращения или наказания содержатся в таких региональных документах, как Африканская хартия прав человека и народов 1981 г. и Американская конвенция о правах человека 1969 г., Конвенция СНГ о правах и основных свободах человека 1995 г.

Вопросы, связанные с предупреждением и пресечением пыток, регулируются не только нормами, имеющими обязательную юридическую силу. Значение в этой сфере также имеют международно-правовые нормы *soft law*, или «мягкого права», которые носят рекомендательный характер. Таковыми, например, являются Минимальные стандартные правила Организации Объединенных Наций в отношении обращения с заключенными; Кодекс поведения лиц по поддержанию правопорядка; Свод принципов защиты всех лиц, подвергаемых задержанию или заключению в какой бы то ни было форме; Принципы медицинской этики.

Необходимо отметить, что во всех международных договорах в области защиты прав человека, устанавливающих запрет пыток и жестокого, бесчеловечного или унижающего достоинство обращения или наказания, как универсальных, так и региональных, не допускается никаких отступлений государств от обязательства соблюдать соответствующие статьи договора ни при каких ситуациях.

Республика Беларусь, как и большинство государств – членов ООН, подписала и ратифицировала такие важнейшие документы, как МППП 1966 г. и Конвенцию 1984 г., которые, во-первых, содержат определение понятия «пытка», во-вторых, закрепляют механизм противодействия как пыткам, так и иным бесчеловечным или унижающим достоинство видам обращения и наказания.

До сравнительно недавнего времени законодательство Республики Беларусь не давало определение понятию «пытка». На необходимость внесения в национальное законодательство такого определения Беларуси неоднократно указывалось как со стороны правозащитных организаций, так и в рекомендациях, принятых по итогам универсального периодического обзора в 2010 году и в заключительных замечаниях Комитета против пыток ООН в 2011 году [3].

Как результат, 28 января 2015 г. вступил в силу Закон Республики Беларусь от 5 января 2015 г. № 241-З «О внесении дополнений и изменений в Уголовный, Уголовно-процессуальный, Уголовно-исполнительный кодексы Республики Беларусь, Кодекс

Республики Беларусь об административных правонарушениях и Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях». Упомянутый закон дополнил ст. 128 Уголовного кодекса Республики Беларусь примечанием, в котором содержится определение пытки. Однако на сегодняшний день отсутствует должная криминализации пыток и жестокого, бесчеловечного, унижающего человеческое достоинство обращения как должностного преступления. Нет национального механизма противодействия пыткам, который, будучи независимым органом, смог бы пресечь любые факты запрещенного обращения. Также с учетом того, что Республика Беларусь не признала компетенцию Комитета против пыток, индивидуальные жалобы граждане могут направлять только в Комитет по правам человека в связи с нарушением ст. 7 МПГПП.

В соответствии с вышеизложенной информацией мы считаем, что существует острая необходимость в признании Республикой Беларусь компетенции Комитета против пыток и ратификации Факультативного протокола к Конвенции против пыток, который предусматривает создание системы регулярных посещений мест лишения свободы независимыми международными и национальными органами.

Наиболее общие факторы, препятствующие искоренению практики, несовместимой с понятием «человеческого отношения» к лицам, находящимся в местах лишения свободы, диктуют необходимость принятия эффективных мер для решения триединой задачи: криминализации, предупреждения и пресечения пыток и других жестоких форм обращения и наказания.

В силу того, что институт пытки не удалось искоренить, крайне необходимо изучать международно-правовое регулирование запрета пыток, применять соответствующее правовое регулирование в ситуациях, связанных с жестоким, бесчеловечным и унижающим достоинство обращением, а также совершенствовать указанное правовое регулирование.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конвенция ООН против пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания [Электронный ресурс] : [заключена в г. Нью-Йорке 10.12.1984 г.] // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

2. Перрон, Ю. В. Деятельность Европейского комитета по предупреждению пыток по контролю исполнения уголовных наказаний в Российской Федерации / Ю. В. Перрон // Вестн. института : преступление, наказание, исправление. – 2015. – № 3. – С. 20–24.

3. Concluding observations of the Committee against Torture : Belarus [Electronic resource] // UN Committee Against. – Mode of access: <http://www.refworld.org/docid/4f1d51c82.html>. – Date of access: 02.05.2017.

Ю. В. Лихотькина,
студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРАВ И ОБЯЗАННОСТЕЙ ГРАЖДАН ПО КОНСТИТУЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Одной из целей белорусского государства является обеспечение гармонии интересов личности и государства. В настоящее время все более актуальным является не только создание необходимых законов, но и надлежащее исполнение законодательства. В этом направлении и должно формироваться социальное правовое государство. Этот ориентир подразумевает

систему действий, которые нацелены на то, чтобы члены общества своими действиями утверждали правовой порядок.

Так, государство регулирует внутренние правовые отношения, в особенности права и свободы человека и гражданина, которые и являются центральным элементом основ правового статуса граждан Республики Беларусь. Конечно, наличие у гражданина исключительно конституционных прав и свобод не дает характеристику всему правовому статусу личности, однако не вызывает сомнения, что одним из важнейших критериев для оптимального взаимодействия государства и личности выступают конституционные обязанности граждан. Осуществление прав предполагает исполнение обязанностей гражданином, которые возникают в результате предоставления прав государству, организациям, предприятиям.

Политические права и свободы – совокупность основных прав и свобод граждан, которая осуществляется в политической жизни. Именно они реализуют возможность индивида не только участвовать в политической жизни, но и способность осуществлять государственную власть. Политические права выражают возможности индивида на участие в политической жизни и осуществление государственной власти. Политические права и обязанности являются основой для взаимодействия общества и государства, гражданина и государства.

Рассмотрим подробно основные политические права и обязанности граждан Республики Беларусь в соответствии с Конституцией Республики Беларусь.

Граждане Республики Беларусь имеют право участвовать в решении государственных дел как непосредственно, так и через свободно избранных представителей [2, ст. 37]. Участие граждан в управлении делами общества и государства возможно благодаря проведению референдумов, а участие в обсуждении государственных вопросов и общественной жизни – местным и республиканским собраниям.

Граждане Республики Беларусь имеют право свободно избирать и быть избранными в государственные органы на основе всеобщего, равного, прямого или косвенного избирательного права при тайном голосовании [2, ст. 38]. Избирательное право может быть активным – право избирать, когда гражданин достиг совершеннолетнего возраста – 18 лет, и пассивным – право быть избранным. Большая часть населения использует именно это право. Пассивное право реализуется в разных возрастах, так, например, чтобы быть избранным на пост Президента Республики Беларусь, необходимо достичь 35 лет.

Граждане Республики Беларусь в соответствии со своими способностями, профессиональной подготовкой имеют право равного доступа к любым должностям в государственных органах [2, ст. 39]. Для поступления на государственную службу граждане должны достичь 18 лет и быть не старше 60 лет. Запрещается установление каких-либо ограничений в зависимости от пола, национальности, расы или языка при приеме на государственную службу. Каждый имеет право направлять личные или коллективные обращения в государственные органы [2, ст. 40].

Граждане Республики Беларусь обладают свободой печати и информации [2, ст. 41]. Конституцией гарантируется гражданам Республики Беларусь право на получение, хранение и распространение полной, достоверной и своевременной информации о деятельности государственных органов, общественных объединений, о политической, экономической, культурной и международной жизни, состоянии окружающей среды. Государственные органы, общественные объединения, должностные лица обязаны предоставить гражданину Республики Беларусь возможность ознакомиться с материалами, затрагивающими его права и законные интересы. Пользование информацией может быть ограничено законодательством в целях защиты чести, достоинства, личной и семейной жизни граждан и полного осуществления ими своих прав.

К элементам правового статуса относятся не только политические права граждан Республики Беларусь, но и их обязанности. Возникновение политических прав и свободы в социуме неизбежно. Конечно, государство не может даром раздавать гражданам все

необходимые блага, однако оно обязано предоставить им возможность защиты своего права на достойную жизнь. Осуществление политических прав и свобод помогают человеку стать активным участником всевозможных событий, которые происходят в мире, а не просто безынициативным наблюдателем. Именно политические обязанности личности являются одним из условий для нормального функционирования государства, а также его институтов, поддержания устойчивости и стабильности в обществе.

Граждане Республики Беларусь по ее Конституции обязаны:

- соблюдать Конституцию Республики Беларусь, законы и уважать национальные традиции [2, ст. 52];
- принимать участие в финансировании государственных расходов путем уплаты государственных налогов, пошлин и иных платежей [2, ст. 56];
- защищать Республику Беларусь [2, ст. 57];
- беречь историко-культурное, духовное наследие и другие национальные ценности [2, ст. 54];
- охранять природную среду [2, ст. 55] и др.

Нарушение этих обязанностей влечет за собой наказание, впрочем, как и нарушение любых юридических обязанностей [1]. Система обязанностей граждан представляет собой один из важнейших элементов правового статуса гражданина и человека. Бывают случаи, когда обязанности не закрепляются в Конституции, но, тем не менее, они закреплены в нормах отраслевого права.

Стоит отметить, что при возникновении общих проблем для общества и государства больший упор делается на обязанности. Так, например, Декрет Президента Республики Беларусь от 2 апреля 2015 г. № 3 «О предупреждении социального иждивенчества» направлен на решение экономических проблем, охвативших весь мир после мирового финансового кризиса. Тем самым Белорусское государство стремится предупредить социальное иждивенчество, стимулировать трудоспособных граждан к трудовой деятельности и к обеспечению исполнения конституционной обязанности граждан по участию в финансировании государственных расходов путем уплаты налогов, пошлин и иных платежей и в соответствии с ч. 3 ст. 101 Конституции Республики Беларусь [3].

Однако стоит напомнить, что обязанностями в политической сфере также обладает и государство. Так, например, для реализации избирательного права личности государство должно предоставлять соответствующие возможности, чтобы граждане могли реализовывать данное право.

Таким образом, в концепции прав человека взаимосвязь прав и обязанностей очень важна, так как они дополняют друг друга и поддерживают стабильность в обществе. Выполняя их, мы сможем обеспечить мирную обстановку в социуме и сохранить хорошие взаимоотношения в обществе и государстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Родько, Т. Н. Политические права и свободы граждан Республики Беларусь: автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Т. Н. Родько. – М., 2016. – 29 л.
2. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.
3. О предупреждении социального иждивенчества [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 2 апр. 2015 г., № 3 : в ред. Декрета Президента Респ. Беларусь от 12.01.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

В. О. Мелеховец,
студент 2-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В МЕЖДУНАРОДНОМ ПРАВЕ

На протяжении последнего столетия модели развития стран и народов сильно видоизменились. Международные отношения осложнились, что привело к обострению конфликтов и кризисных явлений. Объемы производства и потребления стали экспоненциально расти, нанося ущерб экологии. В этой связи на международном уровне все чаще стали звучать призывы к устойчивому развитию как единственному варианту выхода из сложившейся ситуации [5, с. 75].

Исследователи рассматривают концепцию устойчивого развития как программу, содержащую перечень необходимых действий в различных направлениях для стабилизации развития человечества [2]. Можно утверждать, что концепция начала свое формирование как программа по защите природы после принятия Декларации Стокгольмской конференции 1972 г. [4]. Впоследствии было принято большое количество документов, направленных на стабилизацию развития, однако общим для всех них будет отсутствие закрепления и разъяснения термина «устойчивое развитие».

Концепцию устойчивого развития можно определить как многовекторную модель развития цивилизации, применение которой призвано разрешить кризисные явления, возникшие в каждой из сфер человеческой жизни, и создать необходимые условия для благополучного существования грядущих поколений.

Отражение положений концепции устойчивого развития в международном праве мы рассмотрим на примерах экологического права, права прав человека и социально-экономического сотрудничества.

Важное место в переходе к устойчивому развитию и защите окружающей среды играют резолюции Генеральной Ассамблеи, несмотря на их статус *soft law*. Так, резолюция 17-й сессии рекомендует принять меры по сохранению, восстановлению и обогащению природных ресурсов, а в резолюции 23-й сессии отражается решение о созыве Конференции ООН по проблеме окружающей среды. Ряд документов содержит в себе принципы устойчивого развития в экологической сфере. Например, Декларация Конференции ООН по проблемам окружающей человека среды 1972 г. и Всемирная хартия природы. В этих документах подчеркивается важность сохранения и улучшения качества окружающей среды, тесная связь человека с природой и т. п. [1, с. 123–125]. Активно способствуют охране окружающей среды и международные организации, в частности такие, как ЮНЕП.

В Декларации тысячелетия главы государств подтвердили, что признают, помимо индивидуальной, еще и коллективную ответственность за будущее. Это положение говорит о важности сотрудничества государств, в том числе и в экономической сфере [8, с. 15]. На данный момент существуют различные международные программы помощи, например «Помощь в торговле», в интересах развивающихся стран, принятая рабочей группой Генеральной Ассамблеи. Социально-экономическое сотрудничество развивается и на региональном уровне. В Стратегии экономического развития СНГ отражены положения, направленные на углубление экономических отношений между странами-участницами для обеспечения устойчивого развития региона [7].

Переход к устойчивому развитию невозможен без обеспечения благополучия человека, и приоритет защиты прав человека является признанным на международном уровне [2]. Так, в Уставе ООН в качестве цели организации провозглашается утверждение веры в основные права человека, в достоинство и ценность человеческой личности [9]. Всеобщая декларация прав человека подтверждает, что именно безответственное отношение к правам человека

приводит к жестоким действиям [3]. В Международном пакте о гражданских и политических правах подчеркивается, что достоинство человека является «основой свободы, справедливости и всеобщего мира» [6]. Современное международное право, таким образом, способствует защите прав человека через призму устойчивого развития, что подтверждается международными и региональными договорами, а также положениями национального законодательства государств [1, с. 130].

Таким образом, мы определили, что представляет собой концепция устойчивого развития, рассмотрели ее отражение в международном экологическом праве, праве прав человека и ее влияние на социально-экономическое партнерство государств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Барлыбаев, Х. А. Человек. Глобализация. Устойчивое развитие : монография / Х. А. Барлыбаев. – М. : Изд-во РАГС, 2007. – 320 с.
2. Бринчук, М. М. Концепция устойчивого развития: потребности в совершенствовании [Электронный ресурс] / М. М. Бринчук // Астраханский вестник экол. образ. – 2015. – № 1 (31) // КиберЛенинка – научная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-ustoychivogo-razvitiya-potrebnosti-v-sovershenstvovanii>. – Дата доступа: 18.04.2017.
3. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] : [принята резолюцией 217 Генеральной Ассамблеи ООН 10.12.1948 г.] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml. – Дата доступа: 17.04.2017.
4. Декларация Конференции Организации Объединенных Наций по проблемам окружающей человека среды [Электронный ресурс] : [заключена в г. Рио-де-Жанейро 3–14.06.1992 г.] // Организация объединенных наций. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declarathenv.shtml. – Дата доступа: 18.04.2017.
5. Медоуз, Д. Х., Медоуз, Д. Л., Рандерс, Й. За пределами роста / Д. Х. Медоуз, Д. Х. Медоуз, Й. Рандерс. : пер. с англ. – М. : Прогресс-Пангея, 1994. – 248 с.
6. Международный пакт о гражданских и политических правах [Электронный ресурс] : [принят резолюцией 2200 А (XXI) Генеральной Ассамблеи от 16 декабря 1966 г.] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol.shtml. – Дата доступа: 18.04.2017.
7. Стратегия экономического развития Содружества Независимых Государств на период до 2020 года [Электронный ресурс] // Исполнительный комитет СНГ. Официальный сайт. – Режим доступа: <http://cis.minsk.by/page.php?id=18764>. – Дата доступа: 15.04.2017.
8. Урсул, А. Д. Государство в стратегии устойчивого развития / А. Д. Урсул. – Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – М. : Изд-во РАГС, 2000. – 269 с.
9. Устав Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс] : [принят в г. Сан-Франциско 26.06.1945 г.] // Организация объединенных наций. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/charter-united-nations/index.html>. – Дата доступа: 20.04.2017.

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ И ДЕЛИМИТАЦИЯ АРКТИКИ

Арктика – одна из наименее населенных территорий, представляющая исключительную ценность в рамках исследований в сфере экологии, поиска полезных ископаемых, антропологии и многих других сферах, изучаемых человечеством.

На данный момент Арктика «поделена» между Норвегией, Россией, США, Канадой и Данией (из-за обладания Гренландией) по так называемому «секторальному принципу». Принцип был сформирован в конце XIX – начале XX в. и указывал, что государствам, находящимся в Арктике, предоставлена территория, которая продвигается вплоть до Северного полюса, границы которой начинаются от самой восточной и самой западной точки границ государства, постепенно сужаясь.

Изначально данный подход регулировал только земную часть территорий, однако много позже государства начали уделять ему все больше внимания. Дискуссии относительно правового статуса данных территорий до сих пор не утихают: так, например, Дания и Канада, которые спорят между собой за о. Ганса с 1924 года, в 2015 году договорились о временном приостановлении споров и объявили остров кондоминиумом. Российская Федерация претендует на другой объект споров – Хребет Ломоносова.

Иной подход к разделению морских пространств Арктики был закреплен в Конвенции о морском праве 1982 г., которая определила величину континентального шельфа, который простирается на 200 морских миль и включает в себя морское дно и недра подводных районов, простирающихся за пределы его территориального моря на всем протяжении естественного продолжения его сухопутной территории до внешней границы подводной окраины материка, или на расстояние 200 морских миль от исходных линий, от которых отмеряется ширина территориального моря, когда внешняя граница подводной окраины материка не простирается на такое расстояние, а также акваторий, которая и послужила изменениям в делимитации Арктики.

Отдельные вопросы, связанные с обеспечением экологической безопасности на территории Арктики, разрешаются на Арктическом совете, международном форуме, основанном в 1996 году и состоящем из 8 государств: 5 вышеупомянутых выше, а также Исландии, Финляндии и Швеции. Основная задача деятельности форума – поддержка мира в арктическом пространстве. Помимо этого, форум занимается поддержкой экологических и антропологических экспедиций, вопросами обеспечения прав человека среди малочисленных наций, проживающих на территории Арктики вместе с соответствующими организациями, такими как Международная ассоциация алеутов (AIA), Арктический совет атабасков (AAC), Международный совет гвичинов (GCI), Циркумполярный совет инуитов (ICC), Ассоциация коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации (RAIPON), Совет саамов (SC).

Несмотря на позитивные итоги деятельности Арктического совета, в настоящее время по-прежнему остаются проблемы, требующие решения. К ним относятся интернационализация региона, демилитаризация арктического пространства.

Таким образом, для решения проблем делимитации и демаркации континентального шельфа, а также вопросов демилитаризации Арктики требуется разработка соответствующих норм международного права, которые будут регулировать данные отношения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. The Norse History of Greenland 982-1500/ A short history [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.greenland-guide.gl/leif2000/history.htm>. – Date of access: 28.03.2017.
2. McKitterick, T. E. M. The Validity of Territorial and Other Claims in Polar Regions / T. E. M. McKitterick // Journal of Comparative Legislation and International Law, Cambridge. – 1939 – Vol. 21, No 1. – P. 89–97.
3. Конвенция Организации Объединенных Наций по морскому праву (UNCLOS) [Электронный ресурс] : [заключена в г. Монтего-Бее 10.12.1982 г.] (с изм. от 23.07.1994 г.) // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: http://www.un.org/depts/los/convention_agreements/texts/unclos/unclos_r.pdf. – Дата доступа: 02.04.2017.

В. И. Назарчук,

магистрант 1-го года обучения
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ GMP В ЕАЭС

В настоящее время контроль производства, качества, эффективности, безопасности лекарственных средств (далее – ЛС) является приоритетным направлением в ЕАЭС и ЕС. Правовая регламентация производства ЛС на региональном уровне осуществляется посредством ряда документов, разработанных в рамках ЕАЭС Евразийской экономической комиссией (далее – ЕЭК). Основным нормативно-правовым актом в системе этих документов является Договор о Евразийском экономическом союзе (в ред. от 08.05.2015). Согласно ст. 30 Договора о ЕАЭС, государства-члены в рамках ЕАЭС создают общий рынок ЛС, соответствующих стандартам надлежащих фармацевтических практик [1]. Анализ действующих источников и проектов новых актов позволяет сделать вывод о том, что важные моменты в области производства ЛС остаются неурегулированными.

GMP – правила управления качеством, которые гарантируют, что ЛС производятся и контролируются по стандартам качества. В рамках ЕАЭС был разработан проект Правил надлежащей производственной практики (GMP) ЕАЭС (в ред. от 20.02.2016), включающий требования к производству ЛС на территории государств – членов ЕАЭС [2]. Однако в настоящее время регламентация производства лекарственных средств осуществляется в соответствии с национальным правом каждого из государств – членов ЕАЭС. Требования и принципы к производству лекарственных средств разнятся в каждом из государств – членов ЕАЭС, поэтому на сегодняшний день признание национальных сертификатов (заключений) о соответствии производства требованиям Правил надлежащей производственной практики в государствах – членах ЕАЭС представляется невозможным.

К примеру, на территории Республики Беларусь уже есть предприятия, прошедшие аттестацию на основе ТКП 030-2013 (02040) «Надлежащая производственная практика» и получившие сертификаты соответствия. Однако в проекте Правил надлежащей производственной практики (GMP) ЕАЭС (в ред. от 20.02.2016) нет закрепленного порядка проведения повторной аттестации производителей ЛС или же получения аналогичных сертификатов ЕАЭС. Кроме того, в рамках ЕАЭС на сегодняшний день нет утвержденного образца сертификата соответствия. Более целесообразным представляется проведение новой аттестации предприятий – производителей лекарственных средств по разработанному Проекту Правил надлежащей производственной практики (GMP) ЕАЭС, так как в национальных технических нормативных правовых актах закреплены разные требования к производству лекарственных средств.

Полагаем, принятие единых обязательных правил для каждого государства – члена ЕАЭС приведет к унификации требований и правил производства лекарственных средств.

В последующем данные действия позволят ввести институт взаимного признания сертификатов (заключений) о соответствии производства требованиям Правил надлежащей производственной практики.

Также представляется необходимым ввести на наднациональном уровне ответственность производителей ЛС за несоблюдение Правил надлежащей производственной практики. В настоящее время ответственность наступает по национальному законодательству государств – членов ЕАЭС, однако момент наступления и размер ответственности разнятся. К примеру, в Республике Беларусь налагается штраф (ст. 23.12 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях от 21 апреля 2003 г. № 194-3) только при реализации (не выпуске и производстве) некачественной продукции [3]. В то же время на территории Кыргызской Республики ответственность дифференцирована и наступает уже за производство, закупки и реализацию некачественных ЛС, не соответствующих Правилам надлежащей производственной практики (ст. 93 Кодекса Кыргызской Республики об административной ответственности от 4 августа 1998 г. № 114 (в ред. от 30.03.2016) [4]. Представляется, что более разумно будет считать момент наступления ответственности с производства некачественных ЛС, так как реализация некачественных ЛС и наступление ответственности с этого момента в Республике Беларусь, по нашему мнению, затрагивает ст. 45 Конституции Республики Беларусь, которая гарантирует право на охрану здоровья, что подразумевает возможность пользоваться качественными ЛС [5]. Полагаем, что со временем необходимо проведение гармонизации ответственности, в том числе и размера ответственности за вышеуказанное правонарушение в государствах – членах ЕАЭС.

В настоящее время производители ЛС в рамках ЕАЭС для возможности реализации ЛС на территории ЕС, а также выпуска ЛС на территории ЕС обязаны получить сертификат GMP ЕС. Это связано с тем, что требования к производству ЛС в рамках ЕАЭС и ЕС разнятся. К примеру, в рамках GMP существует институт уполномоченного лица, которому в рамках GMP ЕС уделено большое внимание. Квалификационные и иные требования к данному лицу, закрепленные в Правилах GMP ЕС, достаточно высокие. В рамках ЕАЭС институт уполномоченного лица регулируется национальным правом. У государств – членов ЕАЭС отсутствует практический опыт либо он накоплен в минимальном объеме, поэтому в некоторых государствах – членах ЕАЭС нет нормативно закрепленных квалификационных требований к данному лицу и порядка его аттестации (переаттестации). В случае получения сертификата GMP ЕС к производителю предъявляются требования по пользованию услугами по крайней мере одного уполномоченного лица. Несоблюдение требованиям, предъявляемым к самому уполномоченному лицу, влечет получение отчета о несоблюдении установленного порядка.

Полагаем, что повышение уровня требований к уполномоченному лицу нецелесообразно, однако нормативное закрепление квалификационных требований к данному лицу и порядка его аттестации (переаттестации) в рамках ЕАЭС будет способствовать обеспечению качества производимой продукции. Полагаем, что в настоящее время оснований для функционирования института признания сертификатов (заключений) о соответствии производства требованиям Правил надлежащей производственной практики между ЕС и ЕАЭС в правовой сфере нет.

Тем не менее, положительные тенденции в развитии в рамках ЕАЭС существуют. В целях обеспечения условий для обращения на территориях государств – членов ЕАЭС безопасных, эффективных и качественных лекарственных средств следует перенять практику Российской Федерации, а именно ввести реестр заключений о соответствии производителя лекарственных средств для медицинского применения требованиям Правил надлежащей производственной практики в рамках ЕАЭС.

Введение данного реестра поможет производителям лекарственных средств на территории ЕАЭС в выборе исполнителя в случае передачи каких-либо частей производства на аутсорсинг. На сегодняшний день производитель должен сам запрашивать у исполнителя лицензию на производство лекарственных средств, а также проследить за тем, чтобы

требования Правил надлежащей производственной практики были соблюдены. В случае введения реестра заключений производитель сможет в свободном доступе убедиться в том, что исполнитель соответствует требованиям Правил надлежащей производственной практики, т. е. имеет необходимое заключение. Кроме того, законодательная база, реестры заключений о соответствии должны содержаться в общественном доступе. Соответственно, предоставление права любому желающему ознакомиться со сведениями, содержащимися в реестрах, преследует цель охраны и благополучия населения ЕС. Положительные тенденции в информационном содействии между государствами – членами ЕАЭС должны отражаться на развитии фармацевтического сектора и создании платформы для эффективно работающего законодательства ЕАЭС.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс] : [заключено в г. Астане 29.05.2014 г.] // Евразийский экономический союз. – Режим доступа: https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/0003610/itia_05062014. – Дата доступа: 26.04.2017.

2. Правила надлежащей производственной практики (GMP) Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] // Евразийский экономический союз. – Режим доступа:

<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/tehnreg/deptehreg/oo/Documents/GMP82.pdf>. – Дата доступа: 29.04.2017.

3. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях : 21 апр. 2003 г. № 194-З : принят Палатой представителей 17 дек. 2002 г. : одобр. Советом Респ. 2 апр. 2003 г. : с изм. и доп. от 20 апреля 2016 г. № 358-З. – Минск : Амалфея, 2016. – 398 с.

4. Кодекс Кыргызской Республики об административной ответственности [Электронный ресурс] : 30 марта 2016 г. : принят и одобр. 4 авг. 1998 г. : с изм. и доп. от 8 апр. 2016 г. № 39 // Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики. – Режим доступа: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/6%25b8>. – Дата доступа: 18.04.2017.

5. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. – 62 с.

А. О. Пасканная,
студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

КОМПЕТЕНЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО СУДА ПО ПРАВАМ ЧЕЛОВЕКА И ЕЕ ЭВОЛЮЦИЯ

Европейская Конвенция о защите прав и основных свобод человека – основополагающий международный договор, заключенный в рамках Совета Европы в области прав человека, «инструмент европейского общественного порядка», который ратифицирован всеми государствами – членами Совета Европы.

В соответствии с Конвенцией был создан специальный судебный орган – Европейский суд (далее – Суд) по правам человека, в компетенцию которого входит принятие жалоб от физических лиц, неправительственных организаций и групп частных лиц [1, с. 10].

Значение Европейской Конвенции совместно с практикой Суда заключается в том, что они устанавливают нормативный минимум, на который обязаны равняться государства при признании и обеспечении провозглашаемых прав.

С 1998 года после принятия нового Протокола № 11 к Конвенции началась эволюция Европейского суда. Это произошло из-за интенсивного роста числа жалоб, поступивших в Комиссию, и, как следствие, увеличения количества дел, передаваемых в Суд.

Протокол № 11 к Конвенции представлял собой чрезвычайно важный шаг вперед в реорганизации контрольного механизма Конвенции. Однако данная реформа привела лишь к кратковременным успехам в деятельности Суда.

Уже в 2000 году был поставлен вопрос об увеличении результативности работы Суда. В связи с этим было принято решение о принятии нового Протокола, которым и стал Протокол № 14. Целью данного Протокола является обеспечение долгосрочной эффективной работы Суда на основе оптимальной сортировки и рассмотрения жалоб.

Как показала многолетняя практика, Суд использовал инструментарий Протокола № 14 к Конвенции в такой мере, что необходимость в будущем изменении текста Конвенции отсутствует [2, с. 95–111].

Однако появилась необходимость в сотрудничестве Суда с высшими национальными судами. Ведь будущее ЕСПЧ напрямую зависит от того, как такое сотрудничество будет развиваться.

Несоблюдение национальными судами международных договоров, обычаев и конвенций, должно быть, приведет к еще большему количеству обращений, поступающих в ЕСПЧ. Следовательно, это может стать реальной угрозой для Суда в принятии низкого качества судебных актов.

Такими образом, несмотря на возникшие политико-юридические сложности, Суд ни в коей мере не утратил своей актуальности, а, наоборот, был и остается наиболее эффективным механизмом защиты прав человека в современном обществе и международном праве [3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Энтин, Л. М. Европейское право. Право Европейского Союза и правовое обеспечение защиты прав человека : учеб. для вузов / Л. М. Энтин. – 2-е изд., пересмотр. и доп. – М. : Норма, 2007. – 960 с.
2. Биштыга, А. Европейский суд по правам человека / А. Биштыга ; под науч. ред. А. Е. Вашкевич : пер с пол. / Е. Г. Гендель. – Минск : Тесей, 2000. – 239 с.
3. Аллевельдт, Р., Гарарина, И. Г. Реформа Европейского суда по правам человека как фактор повышения эффективности судебной защиты [Электронный ресурс] / Р. Аллевельдт, И. Г. Гарарина // Марийский юридический вестник. – 2014. – № 11. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/v-nastoyashee-vremya-slozhilis-i-funktsioniruyut-mnogie-mezhdunarodnye-i-regionalnye-pravozaschitnye-uchrezhdeniya-v-tom-chisle-i>. – Дата доступа: 02.04.2017.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕРРОРИЗМ КАК МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРЕСТУПЛЕНИЕ

А. А. Рипинская,
студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

На сегодняшний день вопросы квалификации террористических актов в качестве международных преступлений не раскрыты в полной мере. В правовой доктрине отсутствует

закрепление актов международного терроризма в качестве международных преступлений. Вместе с тем террористические преступления по своему характеру и способам совершения соответствуют элементам, которые определяют международное преступление в качестве такового, что говорит о необходимости и актуальности проведения исследования по данной теме.

Преступления международного терроризма вызывают озабоченность не только у отдельных государств, на территории которых акты терроризма совершаются, но также и в рамках всего международного сообщества. Совет Безопасности ООН в своих резолюциях неоднократно заявлял, что акты международного терроризма представляют собой одну из «самых серьезных угроз для международного мира и безопасности» [1; 2; 3].

Международное преступление представляет собой деяние, ответственность за которое наступает в соответствии с международным уголовным правом. В науке международного права выделяются следующие признаки международных преступлений:

1. Объектом посягательства является международный правопорядок, международный мир и безопасность человечества, все мировое сообщество, тяжесть нарушения, права человека.

2. Международная опасность таких преступлений признается международным сообществом.

3. Связь с государством, а именно нежелание государства или отсутствие реальной возможности уголовно преследовать лиц, совершивших преступления против мира и безопасности человечества, финансирование или иное оказание содействия в совершении таких преступлений, совершение таких преступлений должностными лицами государства.

4. Подсудность международным уголовным органам [4, с. 19].

Вопрос о включении терроризма в список международных преступлений, на которые распространяется юрисдикция Международного уголовного суда (далее – МУС), рассматривался на Римской конференции в 1998 году. Преступления терроризма были включены в резолюцию, которая рекомендовала принять их во внимание для достижения приемлемого определения и включения их в перечень преступлений, относящихся к юрисдикции МУС [5].

Несмотря на то, что Римский статут (далее – Статут) до сих пор не предусматривает возможности привлечения к международной ответственности за акты терроризма на основании отдельной нормы, МУС *de facto* обладает правовыми механизмами для расследования и осуждения некоторых видов террористических преступлений. Так, например, умышленное убийство или умышленное причинение сильных страданий и серьезных телесных повреждений как военное преступление содержит в себе следующие элементы: причинение смерти или телесных повреждений одному или нескольким лицам, находящимся под защитой Женевских конвенций 1949 г., которое происходит в рамках международного или немеждународного вооруженных конфликтов [6]. Также акты международного терроризма можно соотнести с такими военными преступлениями, как взятие заложников [7, ст. 8(2)(a)(viii)], бесчеловечное обращение [7, ст. 8(2)(a)(ii)], незаконное лишение свободы [7, ст. 8(2)(a)(vii)], нападение на гражданское население [7, ст. 8(2)(b)(i)], нападение на гражданские объекты [7, ст. 8(2)(b)(ii)].

Говоря о терроризме вне военного времени, следует отметить, что акты терроризма могут рассматриваться в качестве преступлений против человечности. Международный трибунал по бывшей Югославии в деле *The Prosecutor v. Dragoljub Kunarac* определил преступление против человечности как широкомасштабное или систематическое нападение на гражданское население [8, п. 410]. Международный трибунал по Руанде в деле *The Prosecutor v. Jean-Paul Akayesu* расширил критерии, добавив, что преступлением против человечности также может считаться нападение на гражданское население, которое совершается по политическим мотивам или на каком-либо дискриминационном основании [9, п. 578].

Таким образом, несмотря на то, что терроризм исключен из ст. 7 Статута МУС, существует два способа, посредством которых отдельный акт международного терроризма может рассматриваться как международное преступление: как один из видов преступлений против человечности, закрепленных в Статуте МУС, либо как иной «бесчеловечный акт» в соответствии со статьей 7(1)(k) Статута МУС [10]. В качестве разновидности преступлений против человечности по статьям 7(1)(a) – 7(1)(j) Статута акт международного терроризма должен соответствовать определенному критерию, а именно представлять собой широкомасштабное или систематическое нападение на гражданское население [7, ст. 7]. Статья 7(1)(k) Статута рассматривает иные «бесчеловечные акты» как причинение сильных страданий или серьезных телесных повреждений, или ущерба психическому или физическому здоровью, которые по своему характеру должны быть сходны с любыми другими актами, попадающими под преступления против человечности [7, ст. 7(1)(k)]. Таким образом, данное положение может быть использовано в качестве нормы, которая будет распространяться на акты терроризма как на преступления против человечности, если они направлены на нанесение ущерба, предусмотренного такого вида международным преступлением.

Акты, которые рассматриваются как преступления против человечности, или военные преступления по своей природе и характеру совершения соответствуют актам международного терроризма для признания последних в качестве международных преступлений. Соответственно, внесение международного терроризма в список международных преступлений как отдельного преступления либо приравнивание актов международного терроризма к одному из общепризнанных на сегодняшний день международных преступлений усилит всеобщее осуждение террористов и создаст более подходящие условия для осуществления преследования лиц, виновных в совершении актов международного терроризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. United Nations Security Council Resolution 1377 (2001) Threats to international peace and security caused by terrorist acts [Electronic resource] // United Nations Organization. – Mode of access: [http://www.un.org/Docs/journal/asp/ws.asp?m=S/RES/1377\(2001\)](http://www.un.org/Docs/journal/asp/ws.asp?m=S/RES/1377(2001)). – Date of access: 15.04.2017.

2. United Nations Security Council Resolution 1566 (2004) concerning threats to international peace and security caused by terrorism [Electronic resource] // United Nations. – Mode of access: [http://undocs.org/S/RES/1566\(2004\)](http://undocs.org/S/RES/1566(2004)). – Date of access: 16.04.2017.

3. United Nations Security Council Resolution 1373 (2001) Threats to international peace and security caused by terrorist acts [Electronic resource] // United Nations. – Mode of access: [https://www.un.org/en/sc/ctc/specialmeetings/2012/docs/United %20Nations %20Security %20Council %20Resolution %201373 %20\(2001\).pdf](https://www.un.org/en/sc/ctc/specialmeetings/2012/docs/United%20Nations%20Security%20Council%20Resolution%201373%20(2001).pdf). – Date of access: 16.04.2017.

4. Cassese`s International Criminal Law / rev. by A. Cassese [et al.]. – 3d ed. – New York : Oxford Univ. Press, 2011. – 592 p.

5. Заключительный акт Дипломатической Конференции полномочных представителей под эгидой ООН по учреждению Международного уголовного суда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://repository.un.org/bitstream/handle/11176/152873/A_55_612-RU.pdf?sequence=5&isAllowed=y. – Дата доступа: 16.04.2017.

6. Элементы преступлений Римского статута Международного уголовного суда [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/rules/icc_elements.pdf. – Дата доступа: 16.04.2017.

7. Римский статут Международного уголовного суда [Электронный ресурс] : [принят на дипломатической конференции в Риме 17 июля 1998 года] // Организация

Объединенных Наций. – Режим доступа: [http://www.un.org/ru/law/icc/rome_statute\(r\).pdf](http://www.un.org/ru/law/icc/rome_statute(r).pdf). – Дата доступа: 16.04.2017.

8. Prosecutor V. Dragoljub Kunarac [Electronic resource] : Case №. IT-96-23 & 23/1. Judgement, 22 February 2001 // International Criminal Tribunal for the former Yugoslavia. – Mode of access: <http://www.icty.org/x/cases/kunarac/tjug/en/kun-tj010222e.pdf>. – Date of access: 17.04.2017.

9. The Prosecutor v. Jean-Paul Akayesu [Electronic resource] : Case №. ICTR-96-4-T. Judgement, 2 September 1998 // International Criminal Tribunal for Rwanda. – Mode of access: [http://www.un.org/en/preventgenocide/rwanda/pdf/AKAYESU %20- %20JUDGEMENT.pdf](http://www.un.org/en/preventgenocide/rwanda/pdf/AKAYESU%20-%20JUDGEMENT.pdf). – Date of access: 17.04.2017.

10. Antonio Cassese, Terrorism is also Disrupting Some Crucial Legal Categories of International Law (2001) [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ejil.org/pdfs/12/5/1558.pdf>. – Date of access: 17.04.2017.

Т. Н. Рожаловская,
студент 2-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ АКТА МЕЖДУНАРОДНОГО ТЕРРОРИЗМА

В настоящее время общепринятого понятия акта международного терроризма не существует, хотя учеными-террологами, правительственными и неправительственными организациями предложено более ста двадцати вариантов данного понятия. Проблема определения понятия акта международного терроризма имеет исключительно практическое значение, поскольку ее решение позволит выработать эффективные механизмы противодействия данному виду преступления.

Определение понятия международного терроризма предполагает ответы на два вопроса: во-первых, каковы признаки, позволяющие рассматривать то или иное действие в качестве акта терроризма, и, во-вторых, какие обстоятельства придают терроризму международный характер.

Наибольший вклад в разработку правового определения акта международного терроризма внесла Организация Объединенных Наций (далее – ООН). В рамках названной организации интенсивная разработка данного определения началась с 1972 года, с момента учреждения Генеральной Ассамблеей ООН Специального комитета по международному терроризму. Но его деятельность до настоящего времени еще не привела к выработке общепринятого определения этого преступления. Ни в одном из ныне действующих международных договоров как универсального, так и регионального характера нет дефиниции «международный терроризм». Все они оперируют определениями конкретных видов террористических актов (захват заложников и др.), терроризма или террористических преступлений.

Нет такого определения и в единственном международном договоре, который в своем названии содержит этот термин – в Конвенции организации Исламская конференция о борьбе с международным терроризмом (Уагадугу, 1 июля 1999 г.), согласно которой:

– терроризм означает любой акт насилия или угрозу такого акта, независимо от его побудительных причин или намерений, который совершается ради осуществления единоличного или преступного плана с целью запугивания людей или угрозы нанесения им вреда, либо создания опасности для их жизни, чести, свободы, безопасности или прав, либо создания угрозы для окружающей среды или для любого объекта, или любой государственной

или частной собственности, либо завладения ими или их захвата, либо создания угрозы для отдельного вида национальных ресурсов или для международных объектов, либо создания угрозы для стабильности, территориальной целостности, политического единства или суверенитета независимых государств;

– террористическое преступление означает любое преступление, которое было совершено, начато или в котором приняли участие ради достижения террористической цели в каком-либо из Договаривающихся Государств либо против его граждан, имущества или интересов или иностранных объектов и граждан, находящихся на его территории, и которое влечет за собой наказание согласно его внутреннему законодательству; а также преступления, предусмотренные в антитеррористических конвенциях ООН, за исключением тех, которые исключаются на основе законодательства Договаривающихся Государств или государств, не ратифицировавших их [1].

Термин «международный терроризм» был сформулирован Комиссией международного права ООН в ст. 24 Кодекса преступлений против мира и безопасности как «совершение, организация, содействие осуществлению, финансирование или поощрение актов против другого государства или попустительство совершению таких актов, которые направлены против лиц или собственности, по своему характеру имеющие целью вызвать страх у государственных деятелей, групп лиц или населения в целом» [2, с. 26]. Кодекс преступлений против мира и безопасности не был принят как обязательный международный акт. Генеральная Ассамблея ООН в Резолюции 51/160 от 16 декабря 1996 г. выразила признательность Комиссии международного права за завершение работы над его проектом, которая велась с 1954 года, Генеральная Ассамблея ООН неоднократно указывала на недопустимость расширительного толкования термина «международный терроризм». Указывая, что им не считаются акты насилия, совершенные в следствие голода, нищеты, безысходности, отчаяния или бесправного положения личности [2, с. 26].

Неудачные попытки выработать приемлемое для всех государств определение акта международного терроризма привели к возникновению трех точек зрения относительно данной проблемы:

– большинство считают, что эффективное всестороннее сотрудничество государств в данной области возможно лишь при условии развернутого определения акта международного терроризма. Эта точка зрения разделяется Генеральной Ассамблеей ООН, в резолюции которой специально оговаривается, что эффективность борьбы против терроризма могла бы быть повышена путем выработки общепринятого определения международного терроризма [3, с. 22]. Именно поэтому Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 51/210 от 17 декабря 1996 г. был сформирован Специальный комитет для разработки на первом этапе проектов международных конвенций о борьбе с бомбовым терроризмом и актами ядерного терроризма. С 2000 года он приступил к разработке и обсуждению проекта Всеобъемлющей конвенции о международном терроризме. Достигнутый при этом прогресс позволяет заключить, что выработка общепризнанного определения «международный терроризм» в принципе возможна [4, с. 132];

– в связи с отсутствием перспективы выработки единого определения данного понятия не следует стремиться к решению этой задачи, нужно просто ограничиться договоренностью о совместной борьбе с лицами преступных деяний;

– не нужно вообще пытаться дать абстрактное определение этому явлению, необходимо разработать перечень конкретных видов деятельности или действий, которые международное сообщество считает неприемлемыми и которые рассматриваются как поведение террористического характера.

На наш взгляд, последние две точки зрения являются неприемлемыми, поскольку разработка определения международного терроризма станет ориентиром для решения международных, политических и правовых проблем, а также создания целостной системы противодействия терроризму.

Отсутствие общепринятого определения акта международного терроризма порождает собой еще одну проблему – проведение различий между терроризмом и борьбой народов за национальное освобождение. Такое явление в литературе называется «двойной стандарт», когда оценка насильственных действий зависит от политических симпатий, религиозных убеждений или национальной принадлежности. Не случайно среди историков и политологов, занимающихся проблемой терроризма, стала крылатой фраза: «Тот, кто для одних террорист, для других – борец за свободу». Или «вооруженный курд может быть борцом за свободу в Ираке, но террористом в Турции» [5, с. 22–23; 32, с. 111].

Таким образом, вопрос правового определения понятия «международный терроризм» пока остается открытым и потребует еще многих усилий в области разработки международного уголовного права.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конвенция организации Исламская конференция о борьбе с международным терроризмом : документ ООН А/54/637 – S/1999/1204, 11 October, 2000 [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – Режим доступа: docs.cntd.ru/document/902038140. – Дата доступа: 18.04.2017.

2. Тихиня, В. Г. Республика Беларусь и Европейский Союз в борьбе с международным терроризмом: проблемы и пути их решения / В. Г. Тихиня // Юстиция Беларуси. – 2013. – № 4. – С. 26–29.

3. Грачев, С. И. Терроризм и контртеррористическая деятельность: вопросы теории : учеб. пособие / Электронная версия / ; под общ. ред. акад. О. А. Колобова. – Нижний Новгород : ФМО/ИСИ ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2010. – 242 с.

4. Волеводз, А. Г. Уголовно-правовое противодействие международному терроризму / Александр Волеводз // Уголовное право. – 2014. – № 2. – С. 128–134.

5. Грачев, С. И. Терроризм и контртеррористическая деятельность: вопросы теории : учеб. пособие / Электронная версия / ; под общ. ред. акад. О. А. Колобова. – Нижний Новгород : ФМО/ИСИ ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2010. – 242 с.

О. А. Фефилова,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СПОСОБЫ ОТРАЖЕНИЯ В НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НОРМ МОРАЛИ

Нормы права устанавливаются (санкционируются) государством, но фиксируемые в них идеи основаны на принципах и нормах морали. Право – это лишь средство для реализации нравственных идей общества, позволяющих человечеству прогрессировать. Если право не будет соответствовать нормам морали, оно не будет иметь должного влияния на общественную жизнь.

Существует два способа отражения моральных норм в законодательстве:

- закрепление уже сложившихся норм морали в нормах права, т. е. в источниках права;
- создание новых правовых норм, которые развивают моральные установки в обществе.

Требования норм морали в Республики Беларусь в большей мере закреплены в Конституции Республики Беларусь, например ст. 27 определяет: «Никто не должен принуждаться к даче показаний и объяснений против самого себя, членов своей семьи, близких родственников. Доказательства, полученные с нарушением закона, не имеют

юридической силы» [1]. Данная норма имеет большое значение для современного законодательства. Проявление морали в данной статье заключается в том, что человек вправе оставить в секрете свои семейные и личные тайны. Это не только обеспечивает уважительное отношение к личности, но и дает право субъекту правоотношений не идти наперекор своей семье и самому себе. Данная статья Конституции Республики Беларусь в полной мере отражает моральные принципы, сложившиеся в обществе.

Следует отметить, что в ст. 26 Конституции Республики Беларусь прописано: «Никто не может быть признан виновным в преступлении, если его вина не будет в предусмотренном законом порядке доказана и установлена вступившим в законную силу приговором суда. Обвиняемый не обязан доказывать свою невиновность» [1]. В основе принципа презумпции невиновности лежит важная для общества норма морали, согласно которой каждый человек считается добропорядочным, пока иное не будет доказано. Также отражением морали можно считать то, что в приоритет в данном случае ставят интересы личности, защищая тем самым ее интересы и свободы.

Золотое правило нравственности: «Относись к другому так, как ты хочешь, чтобы относились к тебе». Именно в этом проявляется отражение нравственных норм в праве. Моральные нормы предусматривают взаимную ответственность людей друг перед другом, которая контролируется такими нравственными регуляторами, как совесть и общественное мнение. Таким образом, в нормах права закрепляются основные принципы нравственности, так и происходит проникновение в жизнь общества требований морали. Таким примером являются, будучи и правовыми, и нравственными, требования взаимной заботы детей и родителей, утвержденные в ст. 32 Конституции Республики Беларусь [1].

Закон Республики Беларусь «Об альтернативной службе» от 4 июня 2015 г. № 276-3 (в ред. от 09.01.2017 № 14-3) также в определенной мере отражает нормы морали. В соответствии со ст. 3 указанного закона на альтернативную службу могут быть направлены граждане, которые годны по состоянию здоровья к службе в армии, но ношение оружия противоречит их религиозным убеждениям [2]. Полагаем, что данная статья закрепляет в своей основе моральные принципы, так как многие люди по своим религиозным принципам не могут взять в руки оружие, ведь оружие создано для того, чтобы уничтожать людей. Убийство в христианстве и во многих других религиях – самый страшный грех. Очевидно, что насильно заставляя человека взять оружие, не учитывая его жизненные убеждения, значит поставить в приоритет интересы государства, а не личности. Тем самым нарушить основные нормы морали. Данная статья предусматривает альтернативу для верующих людей, учитывая интересы всех социальных групп, в этом и заключается соответствие требованиям морали данной правовой нормы.

Хотелось бы отметить, что моральные нормы, которые никак не закреплены в действующем законодательстве, но действующие на практике, возможно, в скором времени станут правовыми нормами. Например, то, что суд отдает предпочтение матери в определении проживания ребенка. Конечно, решая вопрос о проживании детей, суд учитывает все обстоятельства, включая желание родителей, их материальные возможности и моральные качества, а также мнение детей (если они достигли 10 лет). Но есть твердое убеждение, что ребенок останется с матерью в силу особых душевных связей с ней.

Таким образом, можно сделать вывод, что в законодательстве Республики Беларусь закреплены моральные нормы. Это осуществляется двумя способами: во-первых, путем закрепления уже сложившихся норм морали в нормативных правовых актах, во-вторых, благодаря установлению новых правовых норм, которые развивают моральные установки в обществе. Это в большей мере отражено в Конституции Республики Беларусь, а также в иных законодательных актах. Полагаем, что действующее законодательство не в полной мере отражает в себе нормы морали, но стремится к этому. Эффективность правовых норм во многом зависит от того, насколько эти нормы соответствуют принципам и нормам морали. Требования морали должны учитываться государственными органами при создании нормативных актов, но при этом нельзя забывать, что при создании нормативных правовых

актов правотворческий орган должен учитывать интересы всех субъектов правоотношений. Правовые нормы должны соответствовать нормам морали, но не быть их копией, так как учесть мнения всех субъектов правоотношений невозможно.

В целом для белорусского законодательства важно закрепить именно те моральные нормы, нарушение которых отрицательно сказывается на жизни общества, так как не все моральные нормы требуют закрепления в законодательстве, потому что являются крайне противоречивыми. Примером нормы, которая не требует закрепления в законодательстве, является супружеская измена. В сфере нравственности измена является аморальным поступком, но право не имеет никаких санкций относительно этой нормы. Если законодатель закрепит в праве данную норму, то тем самым право затронет те сферы жизни, в которых она не требуется, а именно любви, дружбы и т. д.

В заключение важно сказать, что закрепление моральных норм в праве не только поможет сделать действующее законодательство более гуманным, но и повысит культурный уровень общества в целом. Отражение моральных норм в законодательстве с каждым годом становится более актуальной и значимой тенденцией для белорусского общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр. правовой информ. Респ. Беларусь, 2017. – 62 с.

2. Об альтернативной службе [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 4 июня 2015 г., № 276-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 № 14-3 / КонсультантПлюс. Беларусь // ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

A. D. Korenko,
4th year student

Higher educational establishment of the federation of trade unions of Belarus
International University «MITSO», Minsk

THE RIGHT TO EQUAL OPPORTUNITIES IN THE EUROPEAN UNION

In the second half of the twentieth century, the problem of the social equality of people was assigned to the number of global problems of human development. In the early 70's. Europeans succeeded in completely destroying the legislative foundation for the inequality of people with developmental disabilities, laid down in ancient times. For the first time in the history of civilization, not only the equality of people is recognized regardless of the state of health and the presence of developmental features, but also their right to self-determination. If people have real equality in practice, we can talk about a real exclusion of any kind of discrimination [1].

The concept of equal opportunities has found its reflection primarily in the sphere of law. It was set out in the Universal Declaration of Human Rights (1948), other international legal acts that confirm that all people, regardless of any differences, are born equal and free in their dignity and their rights. These legal documents apply to all categories of citizens, determine the legal status of all people. Equal rights and equal opportunities should be provided in all spheres of life, such as: the sphere of work, the sphere of education, culture, health care and others. The principle of equality between men and women is one of the basic principles of the European Union's activities. Council Directive 79/7 / EEC of 19 December 1979 on the progressive implementation of the principle of equality of men and women in the field of social protection is precisely the basic documents in the field of the establishment of equal rights and opportunities. For development of the social sphere it is important to provide citizens with equal opportunities in all spheres of life, regardless of age, sex, religion, age, sexual orientation, etc. The embodiment of the principle of non-discrimination in all

social spheres in the European Union is important, since the prohibition of discrimination is enshrined in many of the most important documents in the field of human rights.

At the European Union level, employment rights are assigned in the different sources. The EU Treaty is the main one among them [2]. Article 39 of the EC Treaty lists the following employee rights: the right to really make offers of employment, the right to free movement, the right to remain in the territory of the European Union member states for the purpose of employment, as well as the right to remain in the territory after the end of employment. [3]. Article 2 of the EC Treaty [3] establishes the duty of the Union to promote equality between men and women. Furthermore, this principle is the basis of the legal status of the individual, and enshrined in art. 23 of the EU Charter of Fundamental Rights in 2000 [4]. The principle of equality between men and women is also reflected in the Council Directive 76/207 / EEC of 9 February 1976 on the implementation of the principle of equality of men and women in employment, professional education, promotion and conditions of employment. In order to further implement the principle of non-discrimination, equality in employment the Commission adopted a Recommendation giving effect to the Code of Good Practice. This document systematically the existing and projected to implement in practice the forms of protection of the rights and dignity of women and men in the workplace [5]. Apart legislative consolidation, since 1990, the European Union carries out special programs. Of course, the full equality between men and women is difficult to achieve because of the physiological characteristics. Both women and men can be limited in certain areas because of their physiological characteristics. Even if you will ever be adopted legislation establishing full equality between men and women in employment, in practice, in my view, their situation is unlikely to change. However, today in the European Union equality between men and women is not only enshrined in law but also actually implemented.

As for the sphere of education, the most vulnerable categories of people are children with disabilities, foreigners and children of migrant workers. The European Union provides the freedom of education for the children of migrant workers, their right to education is enshrined in Article 12 of Regulation 1612/68. And they also have the right to receive education in the same conditions as the children of citizens of the state [6]. In June 19, 1999, in Bologna at a special conference of Education Ministers of 29 European countries adopted a declaration on "European Higher Education Area", or the Bologna Declaration, launching the Bologna Process. The main objective of the Bologna process is to create a competitive European economy based on high-level specialists in education. In addition, the European Union conducts various educational programs to provide opportunities for training in EU non-EU citizens, gives chances for cooperation and improving the quality of education. So these programs are: «COMETT», «ERASMUS», «LINGUA», «SOCRATES», «TEMPUS» and others. Proceeding from the aforesaid, we can say that today the European Union is taking all possible measures to provide citizens with equal opportunities for education and self-development. It allows international communication and development at the international level. Also, we can say that these programs provide an opportunity for international students to communicate with native speakers, which contributes to a more intensive and qualitative study of the language.

The cultural sphere is more connected with the internal jurisdiction of the state, since it is important to take into account the cultural characteristics of citizens of each state, therefore this area is not very well regulated at the level of the European Union. However, the European Union can influence violations in this area. The European Union calls on States to ensure the equal status of citizens and ensure free access to the cultural life of the state. The European policy of culture has three main directions: supporting the national market of cultural values, cultural industries, national crafts; Social support of workers in the cultural sphere; Preservation of the European cultural heritage. That is, the EU policy in this sphere is really aimed at supporting and assisting in the development of national policy. In turn, the national cultural policy is aimed at providing equal rights and opportunities for all categories of people. An important point in the cultural legislation of the EU is the provision of Article 151 of the Constitutional Court, which states that the Council of the EU can take decisions only on incentive measures that exclude any harmonization of the laws and regulations

of the Community member states, facilitates interaction with third countries and international Organizations such as the Council of Europe and UNESCO [7].

All the rights enshrined in the European Union provided sufficiently. Citizens of EU are equal and have the ability to protect their violated rights in various areas of life. Also, citizens are provided a variety of opportunities for education and development in the cultural sphere as well as the chance to use the knowledge to protect the results. Nevertheless, the EU legislation discussed has its drawbacks. The European Union is trying to develop a common policy in a social sphere. Actually, it is impossible at present because of diversity in the countries' development. It's the same as trying to achieve full equality of citizens in sulfur labor, which is also not possible in practice due to the physiological characteristics.

It seems reasonable to conclude that today the European Union has secured quite comprehensive list of rights and it can be considered as most advanced system of protection of fundamental human rights and freedoms.

LIST OF REFERENCES

1. Парадоксы «равных возможностей» [Электронный ресурс] // Конституция США: История и современность ; под общ. ред. д-ра юрид. наук, проф. А. А. Мишина и д-ра истор. наук, проф. Е. Ф. Язькова. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/7-konstituciya-s-sha/16.htm>. – Дата доступа: 03.05.2017.
2. Кашкин, Ю. С. Трудовое право европейского Союза : учеб. пособие / Ю. С. Кашкин. – М. : Волтерс Клувер, 2009. – 304 с.
3. Treaty on European Union [Electronic resource]. – Mode of access: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF>. – Date of access: 03.05.2017.
4. Комментарий к Хартии ЕС об основных правах 2000 г. / под ред. д-ра юрид. наук, проф. С. Ю. Кашкина – М. : Юриспруденция, 2001. – 208 с.
5. Code on Good Practice [Electronic resource]. – Mode of assess: [http://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2007\)008-e](http://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2007)008-e). – Date of access: 03.05.2017.
6. Право ЕС : учеб. для магистров / под ред. С. Ю. Кашкина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во «Юрайт», 2012. – 1119 с. – (Серия «Магистр»).
7. Европейская интеграция : учеб. пособие / В. Г. Шемятенков. – М. : Международные отношения, 2003. – 400 с.

A. S. Maksimava,
4th year student

Higher educational establishment of the federation of trade unions of Belarus
International University «MITSO», Minsk

GROUND FOR EXCLUDING CRIMINAL RESPONSIBILITY OF COMBATANTS

International criminal law allows a person accused of a crime to resort to all legal and factual circumstances in order to present all the arguments in his defense. However, with the development of international criminal proceedings, certain circumstances exempting from liability are sometimes completely excluded, and sometimes restricted.

The ICC allows referring to other circumstances excluding criminal responsibility of combatants: a mental disease or defect [1, art. 31(1) (a)], a state of intoxication that destroys that person's capacity to appreciate the unlawfulness or nature of his or her conduct [99, art. 31(1)(b)]; difficult situation [1, art. 31 (1) (c)]; coercion [1, art. 31 (1) (d)].

The decisions of the international tribunals state that insanity is the absolute basis for exemption from criminal liability. Along with the person's inability to understand the crime of the act

because of the presence of a mental illness, it should also be established the inability of such a person to realize the significance of his behavior, since insanity is intellectual deficiencies associated with a mental illness consisting in ignorance of the nature and quality of the committed act [2, paras. 582, 587].

Point «b» of Article 31 of the Rome Statute, as a circumstance of excluding responsibility regards the state of intoxication resulted in the deprivation of the person's ability to understand the nature of his actions or to conform them to the provisions of the law. In this case, the condition is that the person has been intoxicated involuntarily, forcibly or in addition to his will (for example, if intoxication is the result of fraudulent actions). If the intoxication was voluntary, it could not be considered as circumstance excluding the responsibility. Moreover, one of the ICTY decisions states that the state of intoxication could be a circumstance that eliminates or mitigates punishment only if it is forced or involuntary. However, in case where violence is the norm and weapons are used, the conscious use of drugs or alcohol becomes an aggravating circumstance [3, para. 706].

However, the state of voluntary intoxication is regarded as the basis for liberation from criminal liability. According to some authors, only the loss of the person's ability to evaluate and control his own behavior due to voluntary intoxication could be taken into account as such a circumstance, if a person being in a state intoxication, does not realize the possibility of committing a crime under international law [4, pp. 305 – 306].

In accordance with Article 31(1)(c) an individual should not be responsible if he «acts reasonably to defend himself or herself or another person or, in the case of war crimes, property which is essential for the survival of the person or another person or property which is essential for accomplishing a military mission».

The doctrine points out that the use of force should be inevitable in defending against a physical and psychological attack inevitably leading to use of violence. At the same time, the main requirement of admissibility of harm in self-defense or another person's defence is its proportionality to the degree of danger threatening this person, another person or named property [5, p. 570].

This circumstance corresponds to well-known national laws, provisions on the necessary defense. For instance, one of the decisions of the International Tribunal for the Former Yugoslavia states that the principle of protecting one's self or another person reflects the provisions of most national criminal codes and could be regarded as a norm of customary international law [6, para. 451].

However, international criminal law grants the right to defense not from any encroachment, but only from encroachment (attack) on a person and especially valuable property. In addition, the participation of a person in a protection operation is not the basis for excluding criminal responsibility, any act of protection should be committed for himself, another person or property [7, p. 260].

Another circumstance excluding liability under international criminal law is the infliction of harm «by duress resulting from a threat of imminent death or of continuing or imminent serious bodily harm against that person or another person, and the person acts necessarily and reasonably to avoid this threat, provided that the person does not intend to cause a greater harm than the one sought to be avoided»

Such a threat may either be:

- (i) Made by other persons; or
- (ii) Constituted by other circumstances beyond that person's control.

Despite the unequivocal requirement of the necessity and reasonableness of a person's response to a threat, such a reaction should act as the only opportunity to eliminate the threat, even to the death of a threatening subject [7, p. 285].

At the same time, in the doctrine, close attention is paid to the issue of the necessity and rationality of a person's behavior, in the state of necessity or under duress [126, p. 546]. This issue becomes especially acute when assessing the actions of people forced to cause death to third person in the process of committing international (in particular, war) crimes.

Thus, in the practice international tribunals, murder of innocent committed under compulsion by soldiers in committing crimes against humanity or (and) war crimes is always punishable. In one

of the decisions of the ICTY it was stated that shooting of civilians under threat to kill soldier's family was not sufficient for excluding his responsibility [127, para. 19].

Therefore international criminal law has a system of circumstances excluding the responsibility of individuals for the harm caused. These circumstances are of a different legal nature, but the general trend indicates that the modern international tribunals impose certain precedent restrictions on the understanding of the relevant norms of international law in particular, on the rules on protection, necessity, enforcement and execution of orders.

LIST OF REFERENCES

1. Rome statute of International Criminal Court [Electronic Resource] : adopted at a diplomatic conference in Rome on 17 July 1998. – Mode of access: https://www.icc-cpi.int/nr/rdonlyres/ea9aeff7-5752-4f84-be94-0a655eb30e16/0/rome_statute_english.pdf. – Date of access: 30.04.2017.
2. International Criminal Tribunal for Former Yugoslavia, The Prosecutor v. Z. Mucic, Case No. IT-96-21-A, Judgment, 20 February 2001 [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://www.icty.org/x/cases/mucic/acjug/en/cel-aj010220.pdf>. – Date of access: 30.04.2017.
3. International Criminal Tribunal for Former Yugoslavia, The Prosecutor v. M. Kvočka, Case No. IT-96-21-A, 2 November 2001 [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://www.icty.org/x/cases/mucic/acjug/en/cel-aj010220.pdf>. – Date of access: 30.04.2017.
4. Верле, Г. Принципы международного уголовного права / Г. Верле. – Одесса – М., 2011. – 210 с.
5. Triffterer, O. Commentary on Rome Statute of the International Criminal Court / O. Triffterer. – 2nd ed. – Oxford, 2008.
6. International Criminal Tribunal for Former Yugoslavia, The Prosecutor v. D. Kordic and M. Cerkez, Case No. IT-95-14/2-T, 26 February 2001 [Electronic Resource]. – Mode of access: http://www.icty.org/x/cases/kordic_cerkez/acjug/en/cer-aj041217e.pdf. – Date of access: 30.04.2017.
7. Cassese, A. International Criminal Law / A. Cassese. – 2nd ed. – Oxford, 2008. – 508 p.
8. International Criminal Tribunal for Former Yugoslavia, The Prosecutor v. D. Erdemovic, Case No. IT-96-22-T, 7 October 1997 [Electronic Resource]. – Mode of access: http://www.icty.org/x/cases/kordic_cerkez/acjug/en/cer-aj041217e.pdf. – Date of access: 30.04.2017.

Секция 2

Актуальные вопросы правового регулирования хозяйственной деятельности организации и трудовых отношений в Республике Беларусь и за рубежом

В. Н. Акулицкая,
студент 2-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАННОСТЕЙ РУКОВОДИТЕЛЯ УЧРЕДИТЕЛЕМ УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Унитарные предприятия представляют собой особый вид коммерческих организаций, являясь единственной организационно-правовой формой, в рамках которой юридические лица не обладают правом собственности на закрепленное за ними имущество. Указанные выше особенности, характерные для данных субъектов гражданского оборота, оказывают существенное влияние на особенности их деятельности.

Руководители унитарных предприятий, наделенные соответствующей компетенцией, действуя от имени юридического лица, создают своими действиями права и обязанности для юридического лица. Юридическая роль руководителей унитарных предприятий, учреждений в трудовом правоотношении двойственна. В одних случаях руководители действуют как орган или иной представитель юридического лица, осуществляя правоспособность последнего, при этом действия руководителя унитарных предприятий, учреждений приравниваются к действиям самого юридического лица. В других случаях руководители унитарных предприятий, учреждений выступают в качестве субъектов самостоятельных должностных прав и обязанностей, закрепленных за ними как за должностными лицами [1, с. 16].

Согласно ч. 1 п. 4 ст. 113 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь) органом унитарного предприятия является руководитель, который назначается собственником имущества и ему подотчетен. Собственник имущества унитарного предприятия – физическое лицо – вправе непосредственно осуществлять функции руководителя. Эта же норма продублирована в ч. 1 п. 2 ст. 276 ГК Республики Беларусь и в абз. 6 п. 6 ст. 113 ГК Республики Беларусь. Дополнительно в абз. 6 п. 6. ст. 113 ГК Республики Беларусь указано, что собственник имущества унитарного предприятия заключает, изменяет и прекращает трудовой договор (в том числе и трудовой контракт в случаях, если это предусмотрено уставом унитарного предприятия) с руководителем унитарного предприятия в соответствии с законодательством Республики Беларусь, если иное не определено Президентом Республики Беларусь [2].

На сегодняшний день Президентом Республики Беларусь не определен ряд особенностей в отношении назначения собственником имущества унитарного предприятия его руководителя. Следовательно, если физическое лицо учреждает самостоятельно унитарное предприятие, то оно вправе единолично руководить своим предприятием, не привлекая стороннего управленца. При этом такое физическое лицо обязано соблюсти правильный порядок заключения трудового договора в соответствии с законодательством Республики Беларусь. В разрезе белорусского трудового законодательства у физического лица возникает множественность юридических статусов.

В такой ситуации на практике часто допускаются нарушения трудового законодательства, а также законодательства о делопроизводстве. Так, если с руководителем организации неправильно заключен трудовой договор, возникает риск оспаривания полномочий руководителя действовать без доверенности от имени такой организации (ч. 1 п. 5 ст. 186 ГК Республики Беларусь). Таким образом, крайне важно соблюдать все правила заключения трудовых договоров с руководителем организации (в том числе с руководителем унитарных предприятий, возглавляемых собственниками имущества этих предприятий), установленные трудовым законодательством Республики Беларусь [3, с. 36–37].

В гл. 18 Трудового кодекса Республики Беларусь (далее – ТК Республики Беларусь) отражены особенности регулирования труда руководителя организации и членов коллегиального исполнительного органа организации. Часть вторая ст. 252 ТК Республики Беларусь содержит указание на то, что положения данной главы не распространяются на руководителя организации, который является единственным собственником имущества такой организации. Однако это относится только к положениям гл. 18 ТК Республики Беларусь – в отношении других глав Трудового кодекса этого не установлено. При этом ст. 18 ТК Республики Беларусь предусматривает, что трудовой договор заключается в письменной форме, составляется в двух экземплярах и подписывается сторонами. Один экземпляр передается работнику, другой хранится у нанимателя.

Также в частях второй и третьей ст. 25 ТК Республики Беларусь о начале действия трудового договора говорится следующее: фактическое допущение работника к работе является началом действия трудового договора, которое должно быть письменно оформлено не позднее 3 дней после предъявления требования работника, исходя из сложившихся условий; после заключения в установленном порядке трудового договора прием на работу оформляется под роспись работника [4]. Вышеописанные нормы без изъятий должны распространяться на руководителя унитарного предприятия, который является собственником имущества этого предприятия. С каждым руководителем унитарного предприятия должен быть заключен трудовой договор, в отношении каждого руководителя должен быть издан приказ нанимателя. Унитарное предприятие обязано заключить трудовой договор со своим руководителем в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Согласно абз. 5 ч. 1 ст. 1 ТК Республики Беларусь, сторонами данного трудового договора будут являться унитарное предприятие и физическое лицо – руководитель [4]. От имени физического лица на практике действует само физическое лицо. Относительно же того, кто уполномочен в данной ситуации действовать от имени унитарного предприятия, в законодательстве имеется пробел.

Одно и то же лицо не может подписать трудовой договор, предполагающий в соответствии с абз. 4 ч. 1 ст. 1 ТК Республики Беларусь наличие фактического соглашения между работником и нанимателем. Принимая во внимание данную правовую проблему, на практике действуют следующим образом [4].

Инструкция по делопроизводству в государственных органах, иных организациях, утвержденная постановлением Министерства юстиции Республики Беларусь от 19 января 2009 г. № 4, не предусматривает специального вида документа, оформляемого собственником имущества унитарного предприятия. Однако из общих формулировок ГК Республики Беларусь сложилась практика, на основании которой документом, издаваемым собственником имущества унитарного предприятия, является решение [3, с. 38]. В решении собственника имущества унитарного предприятия определяется лицо, которое назначается руководителем (таким лицом выступает сам собственник), и утверждается проект трудового договора, содержащий все необходимые условия трудового договора. Также в решении определяется третье лицо – независимое физическое лицо, которому собственник имущества унитарного предприятия выдает доверенность на подписание трудового договора с руководителем унитарного предприятия, данная позиция позволяет соблюсти трудовое законодательство Республики Беларусь, однако не является неоспоримой.

Пункт 3 ст. 183 ГК Республики Беларусь предусматривает, что представитель, действующий в силу полномочия, основанного на доверенности, не может совершать сделки от имени, представляемого в отношении себя лично. Он не может также совершать сделки в отношении другого лица, представителем которого он одновременно является, за исключением случаев коммерческого представительства. Пункт 1 ст. 185 ГК Республики Беларусь содержит определение коммерческого представительства: коммерческим представителем является лицо, постоянно и самостоятельно представляющее от имени предпринимателей при заключении им договоров в сфере предпринимательской деятельности. Очевидно, что к рассматриваемой ситуации данное понятие неприменимо [2].

Так, представитель, действующий на основании доверенности, который подписывает трудовой договор с руководителем унитарного предприятия, фактически совершает сделку в отношении лица, представителем которого он является, что противоречит ГК Республики Беларусь.

Более того, если углубляться в теорию права, то нужно отметить, что в силу ч. 7 ст. 10 Закона Республики Беларусь от 10 января 2000 г. № 361-З «О нормативных правовых актах Республики Беларусь» ГК Республики Беларусь имеет большую юридическую силу по отношению к другим кодексам и законам, содержащим нормы гражданского права. К какому праву – трудовому или гражданскому – относятся вопросы назначения исполнительного органа юридического лица? Ответ на данный вопрос требует самостоятельного рассмотрения [5]. Однако в сложившейся правоприменительной практике заключение трудового договора с использованием такого метода его подписания есть оптимальное на сегодняшний день решение проблемы. Назначенный руководитель юридического лица обязан издать приказ. Данное действие относится к полномочиям именно руководителя, а не собственника имущества унитарного предприятия.

Приказ о вступлении в должность руководителя, как и приказ о сложении его полномочий, является приказом по основной деятельности. После заключения трудового договора вносится запись в трудовую книжку руководителя. В графе 4 трудовой книжки, в которой указано, на основании чего внесена запись (название документа, его дата и номер), считаем необходимым сослаться на решение собственника имущества унитарного предприятия. Согласно п. 15 Инструкции о порядке ведения трудовых книжек работников, утвержденной постановлением Министерства труда Республики Беларусь от 9 марта 1998 г. № 30, основанием для внесения в трудовую книжку записей о приеме на работу является приказ нанимателя. Запись должна точно соответствовать формулировке приказа [3, с. 40].

По этой причине указание в графе 4 трудовой книжки ссылки на приказ о вступлении в должность не является нарушением законодательства Республики Беларусь. Однако следует не забывать тот факт, что в отношении руководителя не издается приказ о приеме на работу (приказ по кадрам), а лишь приказ о вступлении в должность (приказ по основной деятельности). Изучая данный ряд противоречий в совокупности, мы приходим к выводу о том, что наиболее целесообразно сослаться на решение собственника имущества, так как именно оно порождает правовые последствия для руководителя унитарного предприятия, равно как и является отправной точкой для заключения с ним трудового договора.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Маренников, М. М. Актуальные вопросы собственника и руководителей унитарных предприятий, учреждений / М. М. Маренников // Имущественные отношения в РФ. – 2002. – № 8 (13) – С. 13–16.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г. № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 ноя. 1998 г., в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 // КонсультантПлюс. Беларусь. / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.

3. Огаркова, В. Руководитель – учредитель унитарного предприятия : правовые пробелы и рекомендации / В. Огаркова // Библиотечка журнала «Юрист». – 2013. – № 3. – С. 36–40.

4. Трудовой кодекс Республики Беларусь : 26 июля 1999 г. № 296-З [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 15.07.2015 г. // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.

5. О нормативных правовых актах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 янв. 2000 г. № 361-З : в ред. от 2 июля 2009 г. // КонсультантПлюс. Беларусь. / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2016.

6. Куликова, И. К. Правовое регулирование создания унитарных предприятий / И. К. Куликова // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2007. – № 43-1. – С. 184–187.

А. В. Данилькевич,
студент 3-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ВОПРОСЫ РЕГИСТРАЦИИ ТОВАРНОГО ЗНАКА ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время товарные знаки прочно вошли в нашу жизнь. И каждая компания, чтобы особо выделить на рынке свой товар, проставляет на нем товарный знак. Процесс создания товарного знака достаточно сложный, и во многих случаях полезно сотрудничество специалистов в области товароведения, маркетинга, юриспруденции. Начинать разработку товарного знака необходимо с изучения рынка, на котором он будет использоваться. Товарный знак выступает в роли своеобразного указателя, помогающего покупателям выбирать те или иные товары, выполняет функции гарантии качества товара, является лицом товара, визитной карточкой фирмы, способствует их узнаваемости.

Сегодня многие знают, что на рынке уже давно нет конкуренции товаров, а есть конкуренция товарных знаков. Покупатель обращает внимание на известность фирмы, выпускающей продукцию под конкретным товарным знаком. Таким образом, товарный знак несет большую смысловую нагрузку.

Товарный знак определенного изготовителя должен успешно конкурировать с другими товарными знаками, для этого он должен отличаться лаконичностью, должен легко запоминаться потребителями.

Товарный знак используется в рекламе, печатных изданиях, официальных бумагах, на вывесках, ярмарках, выставках. Посредники могут на основе договора использовать свой товарный знак вместе с товарным знаком изготовителя.

Для предоставления правовой охраны товарному знаку на территории Республики Беларусь данный товарный знак должен быть зарегистрирован. Регистрацию товарного знака на территории Республики Беларусь осуществляет ГУ «НЦИС». Процедура регистрации товарного знака начинается с подачи заявки на регистрацию. Закон о товарных знаках не уточняет форму подачи заявки. Заявка подается только в бумажной форме. Подается непосредственно в ГУ «НЦИС» или направляется по почте. Поступившей в патентный орган заявке присваивается регистрационный номер, и на ней проставляется дата поступления. Одновременно с заявкой или в течение 2 месяцев с даты ее поступления представляется документ, подтверждающий уплату патентной пошлины. Сведения о заявке, прошедшей предварительную экспертизу, по результатам которой принято решение о принятии заявки к рассмотрению, публикуются на официальном сайте ГУ «НЦИС» в течение 2 месяцев с даты

принятия такого решения. Срок на проведение экспертизы заявленного обозначения – не более 2 лет с даты принятия решения о принятии заявки к рассмотрению. Заявка должна относиться к одному товарному знаку, а заявитель, желающий зарегистрировать товарный знак в нескольких вариантах, каждый из них должен оформить в виде отдельной заявки. Наиболее сложным этапом составления заявки на регистрацию товарного знака является определение перечня товаров (услуг), в отношении которых он регистрируется [1].

Кроме того, Республика Беларусь является участницей Мадридского соглашения о международной регистрации знаков и Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков, что обеспечивает возможность регистрации товарного знака как в Республике Беларусь, так и в 55 странах мира.

Право на товарный знак охраняется государством и удостоверяется свидетельством. Владелец товарного знака имеет исключительное право использовать товарный знак и распоряжаться им, а также право запрещать использование товарного знака другим лицам. Никто не может использовать охраняемый на территории страны товарный знак, на который выдано свидетельство, без разрешения его владельца [2].

Отдельно следует отметить, что закрепление прав на товарный знак за его обладателем возможно также не только на основе национальной или международной регистрации, а посредством признания товарного знака общеизвестным. Основанием для такого признания является заявление владельца товарного знака или его представителя, подаваемое в Апелляционный совет при ГУ «НЦИС». Если сведения, представленные заявителем, в достаточной степени подтверждают общеизвестность товарного знака, Апелляционный совет выносит решение о признании товарного знака общеизвестным. Товарный знак, признанный общеизвестным, незамедлительно после вступления в силу решения Апелляционного совета о таком признании вносится в перечень общеизвестных в Республике Беларусь товарных знаков. Ведение перечня осуществляет ГУ «НЦИС».

Следует обратить внимание на то, что ст. 9.21 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях от 21 апреля 2003 г. № 194-3 установлена ответственность, дифференцированная в зависимости от субъекта правонарушения: физическое лицо, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо [3, с. 87]. К лицам, использующим товарный знак или схожее обозначение для однородных товаров с нарушением прав владельца, могут быть применены меры административной, уголовной и гражданско-правовой ответственности.

В результате нарушения прав владельца товарного знака могут быть применены общие способы защиты гражданских прав, в том числе пресечение действий, нарушающих права и возмещение убытков. Также в результате нарушения своих прав владелец вправе требовать изъятия материальных объектов, с помощью которых права нарушены (или созданных в результате нарушения), обязательной публикации о нарушении с указанием информации о том, кому принадлежит право, которое было нарушено.

Специальными видами гражданской ответственности за нарушение прав на товарный знак являются: понуждение к удалению с товара (упаковки товара) используемого знака или сходного обозначения и (или) уничтожение соответствующих изготовленных изображений; арест или уничтожение соответствующих товаров; штраф в пользу потерпевшей стороны в размере стоимости соответствующего товара.

Сегодня с уверенностью можно констатировать, что в Беларуси создана и функционирует действенная система интеллектуальной собственности, включающая необходимое нормативное правовое регулирование и соответствующую инфраструктуру.

Законодательство позволяет обеспечить надежную охрану интеллектуальной собственности и использовать этот современный инструмент для повышения конкурентоспособности отечественной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об утверждении положения о порядке регистрации товарного знака и знака обслуживания [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 дек. 2009 г., № 1719 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

2. О товарных знаках и знаках обслуживания [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 5 фев. 1993 г. № 2181-ХІІ : с изм. и доп. от 5 января 2016 г. № 352-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

3. Малахова, А. Защита от незаконного использования товарного знака путем привлечения к административной ответственности / А. Малахова, Е. Корнушенко // Юрист (РБ). – 2014. – № 6. – С. 87–90.

В. Г. Зеленкевич,
студент 2-го курса,
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНСТИТУТА МЕДИАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь, как и во всем международном сообществе, отчетливо прослеживается повышение интереса к примирительным процедурам как альтернативным способам разрешения споров. Среди разновидностей посредничества все большее внимание в мировом масштабе привлекает медиация – процедура, явившаяся результатом инновационного развития посредничества и соответствующая уровню современных юридических технологий. Развитию медиации в целях использования ее потенциала для повышения доступности и эффективности правосудия в Республике Беларусь на современном этапе уделяется самое пристальное внимание.

Практика применения медиации в Республике Беларусь начала формироваться с началом Правового эксперимента (пилотного проекта) развития внесудебной медиации как средства урегулирования хозяйственных и иных споров, проведенного при поддержке Высшего хозяйственного суда Республики Беларусь (ВХС) в период с марта 2011 года по июнь 2012 года. Для проведения проекта было подготовлено 11 белорусских медиаторов, которые получили специализированное образование в Санкт-Петербургском государственном университете и были включены в перечень лиц, рекомендованных ВХС для привлечения в качестве примирителей для разрешения хозяйственных споров.

В ходе пилотного проекта было проведено более 100 медиаций по различным видам споров. Медиативные соглашения были заключены более чем в 50 % случаев, 92 % из них были исполнены добровольно. Итоги проекта доказали целесообразность законодательного закрепления медиации в Беларуси [1].

24 января 2014 г. вступил в силу Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 58-З «О медиации» (далее – Закон о медиации).

Следует отметить, что вступлению в силу Закона о медиации предшествовал почти трехлетний период напряженной работы по его разработке, согласованию и принятию. При этом опыт практического применения данного института в нашей стране составляет уже более 5 лет.

Указом Президента Республики Беларусь от 23 декабря 2010 г. № 672 «Об утверждении Концепции совершенствования системы мер уголовной ответственности и порядка их исполнения» [2], а также Посланием о перспективах развития системы общих судов Республики Беларусь, утвержденным Указом Президента Республики Беларусь от 10 октября

2011 г. № 454 «О мерах по совершенствованию деятельности судов общей юрисдикции Республики Беларусь» [3] признано необходимым внедрение процедуры медиации в гражданский и уголовный процесс.

В соответствии с п. 17 Указа Президента Республики Беларусь от 6 января 2011 г. № 10 «Об утверждении плана подготовки законопроектов на 2011 год» подготовлены и приняты в первом чтении Палатой представителей Национального собрания Республики Беларусь проекты законов Республики Беларусь «О медиации» и «О внесении дополнений и изменений в некоторые кодексы Республики Беларусь по вопросам развития медиации», направленные на создание условий для активного использования субъектами права возможностей внесудебной медиации [4].

Закон Республики Беларусь от 10 января 2011 г. № 241-3 «О внесении изменений и дополнений в некоторые кодексы Республики Беларусь по вопросам совершенствования хозяйственного судопроизводства» оптимизировал (с точки зрения приведения ее в полное соответствие с положениями медиативной технологии) примирительную процедуру, урегулированную гл. 17 Хозяйственного процессуального кодекса Республики Беларусь от 15 декабря 1998 г. № 219-3 (далее – ХПК Республики Беларусь), расширена возможность ее применения на различных стадиях хозяйственного процесса [5].

ХПК Республики Беларусь и Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь содержат нормы, обязывающие суд содействовать сторонам в заключении мирового соглашения, предусматривают возможность проведения с этой целью предварительного (подготовительного) заседания. ХПК Республики Беларусь предусматривает возможность урегулирования спора, поступившего на рассмотрение в суд, в примирительной процедуре (гл. 17 ХПК Республики Беларусь). Гл. 17 ХПК Республики Беларусь (ст. 153) включает в себя цели и задачи примирительной процедуры: примирительная процедура проводится в целях урегулирования спора в короткие сроки посредством примирения сторон и содействия профилактике нарушений договорных обязательств.

В ст. 154 ХПК Республики Беларусь выделяют основные принципы примирительной процедуры, такие как добровольность, равноправие сторон, сотрудничество сторон, добросовестность сторон, независимость примирителя, беспристрастность (нейтральность) примирителя, конфиденциальность.

В ст. 155 ХПК Республики Беларусь закреплены полномочия примирителя. В данной статье также закреплены действия, которые примиритель не вправе совершать, в осуществлении своей деятельности.

Примиритель назначается из числа лиц, занимающих государственную должность в суде, рассматривающем экономические дела, либо из числа медиаторов, иных лиц, привлекаемых на договорной основе, обладающих квалификацией, отвечающей существу возникшего конфликта. Перечень иных лиц и условия их привлечения устанавливаются Пленумом Верховного Суда Республики Беларусь.

На основании ст. 155-1 ХПК Республики Беларусь стороны имеют право: выбирать примирителя; отказаться от назначенной судом, рассматривающим экономические дела, примирительной процедуры в течение семи дней с момента вынесения определения о назначении примирителя, а также отказаться на любой стадии переговоров от дальнейшего ее проведения путем подачи письменного заявления.

В соответствии со ст. 157 ХПК Республики Беларусь примирительная процедура завершается при достижении примирения и заключении соглашения о примирении; недостижении примирения по заявлению одной или обеих сторон либо по уведомлению примирителя; истечении срока примирительной процедуры.

Если стороны не достигли примирения между собой, в ст. 158 ХПК Республики Беларусь устанавливается производство по делу, по которому не достигнуто примирение в примирительной процедуре [6].

Согласно ст. 251 Трудового кодекса Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. № 296-3 (ред. от 24.10.2016) «Органы примирения, посредничества и арбитража для урегулирования

индивидуальных трудовых споров» предусматривается возможность создания органов примирения, посредничества и арбитража для урегулирования индивидуальных трудовых споров. При этом не должно ограничиваться право работника на судебную защиту [7].

Важное значение в белорусском законодательстве отводится вопросам соблюдения этики в профессии медиатора. Правила этики медиатора в Республике Беларусь утверждены Постановлением Министерства юстиции Республики Беларусь от 17 января 2014 г. № 15 «Об утверждении правил этики медиатора» [8].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Медиация в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediacia.by>. – Дата доступа: 12.10.2015.
2. Об утверждении Концепции совершенствования системы мер уголовной ответственности и порядка их исполнения : Указ Президента Респуб. Беларусь, 23 дек. 2010 г., № 672 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
3. О мерах по совершенствованию деятельности общих судов Республики Беларусь : Указ Президента Респуб. Беларусь, 10 окт. 2011 г., № 454 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
4. Об утверждении плана подготовки законопроектов на 2011 г. : Указ Президента Респуб. Беларусь, 6 янв. 2011 г., № 10 // КонсультантПлюс. Беларусь. / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
5. О внесении дополнений и изменений в Уголовный, Уголовно-процессуальный, Уголовно-исполнительный кодексы Республики Беларусь, Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях и Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях : Закон Респуб. Беларусь от 10 янв. 2011 г. № 241-3 // КонсультантПлюс. Беларусь. / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
6. Хозяйственный процессуальный Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 15 дек. 1998 г., № 219-3 : принят Палатой представителей 11 нояб. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 26 нояб. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 №19-3 ; с изм. от 12.11.2003 № 508 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
7. Трудовой кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 26 июля 1999 г. № 296-3 : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 24.10.2016 г. №439-3 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.
8. Об утверждении правил этики медиатора : постановление Министерства юстиции Республики Беларусь, 17 янв. 2014 г., № 15 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

В. Г. Зеленкевич,
студент 2-го курса
Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ЮРИДИЧЕСКАЯ КЛИНИКА КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ В УНИВЕРСИТЕТЕ

Как известно, юридическое клиническое образование – это образовательная программа профессиональной подготовки социально ориентированных юристов. Витебский филиал Международного университета «МИТСО» на своей базе открыл Юридическую клинику Витебского филиала Международного университета «МИТСО», о планах и направлениях

работы которой 12 октября 2016 г. в ходе встречи студентов филиала с представителями Витебского областного молодежного объединения «Перспектива» был проинформирован коллектив студентов и сотрудников филиала.

Правовой основой для деятельности юридической клиники Витебского филиала Международного университета «МИТСО» является постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 19 ноября 2010 г. № 98 «О некоторых вопросах правового просвещения населения», а также Положение о юридической клинике Витебского филиала Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО», утвержденное приказом директора филиала от 18.10.2016 № 163.

Так, в соответствии с Положением о юридической клинике Витебского филиала Международного университета «МИТСО», одной из основных задач клиники является обучение студентов навыкам правоприменительной деятельности в процессе оказания бесплатной правовой помощи социально незащищенным слоям населения Республики Беларусь под кураторством преподавателей. В юридической клинике студенты смогут также приобрести навыки ораторского мастерства, повысить свой уровень правовой культуры, реализовать на практике полученные теоретические знания.

Первым шагом в работе клиники стал цикл занятий для целевых групп street law, проведенный для школьников ГУО СШ № 21 г. Витебска. Так, с ноября 2016 г. по январь 2017 г. 12 студентов-клиницистов, работающих в паре (всего 6 пар), проводили правовое информирование учащихся средних учебных заведений г. Витебска. В ходе этих мероприятий студенты апробировали самостоятельно разработанные интерактивные, социально значимые проекты по выбранным заранее тематикам: «Домашнее насилие. Как с этим справиться?»; «Толерантное отношение к миграционным потокам»; «Административная ответственность несовершеннолетних»; «Ответственность несовершеннолетних за оборот, хранение, распространение наркотических средств»; «Особенности правового регулирования труда несовершеннолетних». После проведения информирования посредством интерактивных лекций, ролевых и деловых игр, тренингов, дебатов и дискуссий школьникам была предложена анкета для проведения рефлексии, в которой они могли поделиться своими впечатлениями, полученными в ходе проведенного занятия. Согласно результатам анкетирования, 96 % школьников, которые являлись слушателями проектов студентов-клиницистов, остались довольны уровнем проведения информирования и предоставленной правовой информации. С перспективой на дальнейшее сотрудничество школьники в рефлексивных анкетах указали те темы, которые им интересны для дальнейшего интерактивного изучения совместно со студентами-клиницистами. Указанные темы будут положены в основу проектов занятий для целевых групп студентов-клиницистов, которые придут в следующем учебном году.

После успешно проведенного правового информирования школьников коллектив юридической клиники Витебского филиала Международного университета «МИТСО» приступил непосредственно к консультированию граждан.

Необходимо отметить, что именно юридические клиники способствуют более глубокому усвоению студентами получаемых ими правовых знаний. Это достигается при помощи того, что, решая реальную проблему клиента, студенты осознают реальную социальную значимость юридической профессии. В процессе участия студентов в деятельности юридических клиник университетов происходит воспитание и развитие обучающихся. Воспитание заключается в первую очередь в формировании профессионального правового сознания, правовой культуры самих студентов, уважительного отношения к клиентам (и людям в целом), умения поддерживать клиентов морально, взять на себя ответственность, доводить начатое дело до конца. Также, работая в юридической клинике, студенты совершенствуют умение излагать свои мысли, приобретают навыки правового мышления и контекстуального понимания юридических процессов, повышают уровень психологической готовности к профессиональной деятельности.

В то же время происходит развитие таких необходимых личностных и профессиональных качеств, как внимательность, самостоятельность, аккуратность. При решении конкретной правовой проблемы студент использует имеющиеся у него знания действующего законодательства Республики Беларусь, изучает имеющуюся судебную практику, используя справочно-правовые системы, учебную литературу.

Как уже говорилось ранее, юридическая клиника в своей деятельности преследует ряд целей, однако основной является образовательная, т. е. обучение студентов навыкам правоприменительной деятельности. На втором месте – социальная. Сущность социальной цели заключается в оказании бесплатной правовой помощи социально незащищенным слоям населения Республики Беларусь. Подводя две цели работы юридической клиники к одному знаменателю, можно обозначить принцип работы следующим слоганом: «Помогая другим, обучаешься сам».

Юридической клиника Витебского филиала Международного университета «МИТСО» осуществляет прием граждан два раза в неделю: понедельник и четверг с 15.00 до 18.00.

Категории граждан, которые обращаются за правовой помощью в нашу юридическую клинику, можно классифицировать следующим образом: малообеспеченные, одинокие матери, многодетные семьи, инвалиды, участники военных действий, дети-сироты, учащиеся, пенсионеры, беженцы и другие категории граждан.

Анализируя категории граждан, обращающихся за правовой помощью в клинику, следует отметить, что в большинстве своем это лица пенсионного возраста, инвалиды и матери-одиночки.

На данный момент студентами проинтервьюировано 35 клиентов, уже получили юридическую консультацию более 25 граждан.

Юридическая клиника Витебского филиала Международного университета «МИТСО» рассматривает дела в следующих областях: трудового права; гражданского права; жилищного права; права социального обеспечения; семейного права; наследственного права; налогового права. Отметим, что юридическая клиника Витебского филиала Международного университета «МИТСО» – единственная клиника в Республике Беларусь, которая консультирует по вопросам международного права.

В юридическую клинику Витебского филиала Международного университета «МИТСО» чаще всего обращаются граждане с вопросами по наследственному праву (составление проекта завещания, разделение наследства, определение прав и обязанностей наследополучателя и наследодателя и др.); с брачно-семейными вопросами (установление отцовства, определение места жительства детей при разводе, раздел имущества супругов при разводе и др.), жилищными вопросами (разделение лицевых счетов, снятие зарегистрированного лица с учета и др.), вопросами в области трудового права (незаконное увольнение, изменение существенных условий труда).

Клиенты, помимо устной консультации, могут получить и проекты документов, которые студенты извлекают из общедоступной правовой базы КонсультантПлюс. Например, в юридической клинике Витебского филиала Международного университета «МИТСО» студенты-клиницисты предоставляют клиентам общедоступные проекты исковых заявлений, проекты завещаний, договоров дарения. Помимо этого, студенты разъясняют, что следует писать в каждой графе документа, в какую подведомственность суда следует направить исковое заявление, а также разъясняют вопросы о расчете и уплате государственной пошлины.

Работа студента-клинициста с гражданином состоит из следующих этапов: представление, интервьюирование, сбор документов, анализ дела, консультирование с преподавателем, подготовка ответа. На каждом из этих этапов студент сталкивается с многочисленными проблемами. Обучение в клинике направлено на выработку у студента навыков по преодолению этих проблем.

Так, многие клиенты на первом интервьюировании чувствуют себя некомфортно, это связано с тем, что они либо стесняются рассказать о своей проблеме, либо не знают, как себя вести со студентом-консультантом. Студент-консультант должен проявлять уважение

и интерес к клиенту, только тогда клиент почувствует, что перед ним сидит человек, который желает ему помочь.

Также очень важным является заверение клиента о конфиденциальности отношений, об обязанности соблюдать профессиональную тайну, предметом которой является как сам факт обращения, так и содержание бесед с клиентом, а также любая другая информация, касающаяся оказания юридической помощи. На этапе консультирования также необходимо быть крайне обходительным и уметь применять все навыки профессиональной юридической этики, в некоторых случаях применить психологические знания.

В Республике Беларусь и за ее пределами проводятся различные конференции, школы, тренинги и т. п. С целью развития клинического образования на базе Витебского филиала «Международного университета «МИТСО» и качественного повышения профессиональных навыков студентов-клиницистов коллектив клиники активно принимает участие в различных клинических мероприятиях.

Самые масштабные из них:

12 – 14 декабря 2016 г. – «Летняя школа клинициста» (ЮФ БГУ, Минск).

15 – 17 марта 2017 г. – XXV Студенческая научная конференция (Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, пленарный доклад на тему «Медиативные технологии в работе юридической клиники Витебского филиала Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»»).

8 – 9 апреля 2017 г. – XXVII Общепольская конференция университетских юридических клиник по теме «Портрет клиента» (Варшавский университет социальных и гуманитарных наук).

9 – 20 апреля 2017 г. – круглый стол «Юридическое клиническое образование: результаты и перспективы» (ЮФ БГУ, Минск).

2 – 3 мая 2017 г. – тренинг «Летняя школа клинициста» (ЮФ БГУ, Минск).

4 мая 2017 г. – VII Международная научно-практическая конференция с международным участием студентов, преподавателей, юристов, выпускников юридических клиник «Юридическая клиника – школа обретения практических навыков юриста» (БГЭУ, Минск, студенты выступили с докладом на тему «Prospects of Development of Electronic Legal Clinic»).

Однако при всех положительных аспектах клинического образования и его динамичном развитии в Витебском филиале Международного университета «МИТСО» клиницисты столкнулись с рядом проблем:

1. Проблема финансирования. Под каждым мероприятием скрыта материальная база, которая позволяет осуществлять поездки на мероприятия, содержащие в себе бесценный опыт для студентов и клиники в целом, но не всегда университет может оказать финансовую поддержку.

2. Проблема в методической базе. Необходимы методические рекомендации и учебные пособия, составленные исходя из опыта работы других юридических клиник, в которых должны быть приведены основные положения по работе юридической клиники, по работе студента-клинициста (этическая, юридическая, психологическая составляющая), прописаны нормы составления фабулы дела, формирования цели и вопросов клиентов, так как зачастую именно с такими проблемами сталкивается студент-клиницист на первоначальном этапе.

3. Проблема отношения преподавателей к проверке ответов. Отдельные преподаватели в силу загруженности не могут оказать поддержку в проверке ответа, поэтому студент сталкивается с проблемой задержки ответа: не от студента зависит время дачи ответа, а от загруженности преподавателя. Наличие данных препятствий говорит о необходимости корректировки учебного плана специальности правоведения и норм расчета учебной нагрузки преподавателей.

4. Проблема в нехватке психолого-лингвистических знаний. Польский опыт показал, что в штате юридической клиники присутствует социолог и психолог, которые

обучают студентов-клиницистов навыкам общения с клиентами. Поэтому, на наш взгляд, в рамках курса по подготовке студентов-клиницистов следует включать часы для привлечения психолога и лингвиста для решения таких ситуаций, как, например, налаживание контакта и установление доверительных отношений студента-клинициста с клиентом, усвоение приемов слушания, решение проблем герменевтики, задачи, как справиться с эмоциями при встрече с трудным типом клиента, и др.

5. Проблема мотивации студентов. Студенты-клиницисты в рамках встреч с первым курсом рассказывают студентам о работе клиники, о насущных вопросах и проблемах. В дальнейшем студенты старших курсов станут кураторами-наставниками для новичков-клиницистов.

На наш взгляд, юридическая клиника имеет большие перспективы.

Деятельность юридической клиники Витебского филиала Международного университета «МИТСО» широко освещается в средствах массовой информации: нами отмечено около 80 упоминаний как в печатных, так и электронных ресурсах.

На сайте Витебского филиала Международного университета «МИТСО» создан раздел «Юридическая клиника», где клиенты могут оставлять свои отзывы, таким образом, этот канал позволит укрепить обратную связь с клиентами.

Сегодня на вопрос о том, нужна ли клиника филиалу, практика нашей работы дает положительный ответ. Можно сделать вывод, что создание юридических клиник в университете, где ведется подготовка юристов, является неотъемлемой частью получения юридического образования. Прохождение обучения в юридической клинике ведет к повышению конкурентоспособности выпускников на рынке труда, а также повышает их профессиональность. Профессионально работающая группа студентов, ответственных и заинтересованных в продуктивности своей консультативной деятельности, несомненно, способствует повышению рейтинга юридической клиники и, соответственно, Международного университета «МИТСО» и его Витебского филиала.

А. С. Лашкевич,
студент 3-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

САМОЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Несмотря на высокое развитие современного общества, в нем все еще встречаются, и, к сожалению, слишком часто, правонарушения. И вопрос о том, каким образом защищать свои нарушенные гражданские права, остается актуальным в настоящее время.

Важное значение в современном обществе придается защите гражданских прав, одним из способов которых является самозащита.

Как самостоятельный способ защиты, самозащита гражданских прав была впервые выделена в Гражданском кодексе Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-3 (в ред. от 09.01.2017) (далее – ГК) (ст. 13) [1].

Самозащита – это особый вид защиты, специфика которого проявляется в том, что управомоченное лицо непосредственно своими действиями может защитить нарушенное право.

Как правило, самозащиту прав рассматривают как совершение самостоятельных действий управомоченным лицом, действия которого непосредственно должны быть направлены на охрану его личных и имущественных интересов, что составляет совокупность действий фактического порядка.

Однако другими учеными самозащита права рассматривается как совокупность действий и юридического порядка. Действия юридического порядка охватываются понятием «меры оперативного воздействия». Тем самым, как отмечает Ю. Г. Басин, в содержании самозащиты включены меры и оперативного воздействия [2, с. 36].

Так, гражданско-правовой способ самозащиты прав потребителей является более предпочтительным, поскольку именно в потребительских правоотношениях значительно проявляется совершение фактических и юридических действий, направленных на охрану имущественных прав и интересов потребителя.

В Законе Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-3 (в ред. от 29.10.2015) «О защите прав потребителей» (далее – Закон) (ст. 23) установлены конкретные способы защиты нарушенных прав, которые могут быть самостоятельно реализовываться лицами в рамках самозащиты без обращения в соответствующие государственные органы [3].

Как показывает практика, самостоятельно потребителем самозащита применяется редко, так как данный способ защиты прав в сфере потребительских правоотношений имеет ряд своих особенностей. Покупатель, как правило, является наиболее незащищенным и неинформированным субъектом данных правоотношений в силу недобросовестности продавцов. Следовательно, граждане не способны умело пользоваться правами, которые им предоставлены Законом, а тем более их защищать. В связи с этим важная роль отводится органам местного самоуправления (ст. 42 Закона) и общественным организациям (ст. 43 Закона), которые осуществляют защиту прав потребителей и наделены соответствующими полномочиями. Следовательно, право потребителя на самозащиту на практике реализуется совместно с вышеуказанными государственными органами [4, с. 40].

Общественная защита прав потребителей (ст. 46 Закона) осуществляется организациями потребителей, которые создаются как по территориальному признаку, так и в зависимости от интересов потребителей.

Таким образом, Закон устанавливает важнейшие гарантии в правовом обеспечении защиты прав потребителей, определяя, что граждане вправе объединяться на добровольной основе в общественные объединения потребителей, деятельность которых направлена на реализацию прав и законных интересов граждан.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в настоящее время, в связи со спецификой защиты прав потребителей само понятие «самозащита» включает не только совершение фактических и юридических действий управомоченным на то лицом, но и действия государственных органов, которые отстаивают права и интересы потребителя.

Для потребителя наиболее целесообразным является защита своих гражданских прав самостоятельно. Однако следует отметить, что при предварительном необращении потребителя к ответчику он сам ухудшает свое положение, т. е. лишается возможности взыскать моральный вред и неустойку, которые предусмотрены Законом.

В судебной практике часто возникают ситуации, что ответчик только лишь при получении повестки в суд либо когда иск уже принят к производству суда узнает, что у потребителя к нему есть какие-либо претензии, а конфликт возможно было урегулировать добровольно. Кроме того, возникают такие ситуации, в которой потребитель окажется неправым, если продавец докажет, что недостатки товара возникли после его передачи потребителю, а потребитель, в свою очередь, нарушил правила использования и хранения данных товаров. Истец же, желая, чтобы дело было рассмотрено по существу, с вынесением решения, обращается непосредственно в суд, а суд в свою очередь не в праве ему в этом отказать. Между тем требования потребителя вполне могли быть удовлетворены в добровольном порядке [5, с. 19].

Также государственные органы деятельность которых связана с защитой потребительских прав, рекомендуют в первую очередь обращаться к ответчику с претензией и лишь затем, при неполучении ответа, обратиться в суд.

Таким образом, можно сказать, что предъявление претензии по большинству дел о защите прав потребителей необязательно, но рекомендуется как возможный досудебный

порядок урегулирования споров. Это дает возможность истцу (потребителю) конкретизировать свои требования к ответчику до судебного разбирательства и урегулировать свои требования самостоятельно.

На основании анализа практики рассмотрения споров о защите прав потребителей следует отметить, что в настоящее время в судебном порядке потребители выигрывают значительное количество дел, связанных с потребительскими правоотношениями. Также следует отметить, что достаточное количество претензий и заявлений находятся на рассмотрении в суде. Все это нам показывает, что установленные Законом требования к продавцам и производителям товаров, как правило, часто ими не соблюдаются, что приводит к ужесточению этих требований и роста ответственности за них. Это объясняется тем, что потребителем прежде всего является гражданин, который не обладает специальными познаниями в сфере товаров и услуг, тем самым он полагается на мнение продавца или производителя, который является профессионалом в этой области. Поэтому основная цель законодательства – уравнивать эти две категории.

В свою очередь, нормы, которые приняты в области защиты прав потребителей, должны способствовать повышению качества товара, уровня профессионализма исполнителей. Именно в этом должны быть заинтересованы предприятия и организации, которые производят и продают товары в этой сфере и оказывают разного рода услуги, которые стремятся выйти на высокий уровень в сфере потребительских правоотношений и избежать возникновения споров с потребителями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г. № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 ноя. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.
2. Басин, Ю. Г. Основы гражданского законодательства о защите субъективных гражданских прав / Ю. Г. Басин // Проблемы применения Основ гражданского законодательства и Основ гражданского судопроизводства СССР и союзных республик. – М. : Саратов СЮН, 1971. – С. 32–37.
3. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002 г. № 90-З : с изм. и доп. от 29 октября 2015 г. № 313-З // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
4. Свердлов, Г. Способы самозащиты гражданских прав и их классификация / Г. Свердлов // Хозяйство и право. – 1999. – № 1. – С. 70.
5. Пленум Верховного Суда Республики Беларусь // Судовы веснік. – 2010. – № 3. – С. 17–25.

А. В. Матусевич,
студент 1-го курса
Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Согласно ст. 49 Конституции Республики Беларусь каждый имеет право на образование [1].

Гарантируются доступность и бесплатность общего среднего и профессионально-технического образования. Среднее специальное и высшее образование доступно для всех в соответствии со способностями каждого. Каждый может на конкурсной основе бесплатно получить соответствующее образование в государственных учебных заведениях.

Образование – это отрасль, которая рассматривается как система организаций и учреждений, осуществляющих образовательную деятельность. Это процесс обучения и воспитания в интересах человека, общества, государства, направленный на сохранение, приумножение и передачу знаний новым поколениям, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном, физическом развитии, на подготовку квалифицированных кадров для отраслей национальной экономики.

Целями законодательства об образовании являются обеспечение реализации конституционного права граждан на образование и регулирование общественных отношений в сфере образования.

В последние годы особенный интерес исследователей вызывает проблема правового регулирования сферы образования, объединяющей многогранные по своей природе отношения. В системе образования возникают и функционируют общественные отношения, представляющие собой формы социального взаимодействия, регулируемые нормами разных отраслей права.

Основным нормативным правовым актом, регулирующим сферу образования в Республике Беларусь, является Конституция Республики Беларусь, так как данный нормативный правовой акт является основным законом белорусского государства, имеющим высшую юридическую силу, который закрепляет основополагающие принципы и нормы правового регулирования важнейших общественных отношений.

Ключевую роль в регулировании общественных отношений в сфере образования играет Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 г. № 243-З, принятый Палатой представителей 2 декабря 2010 г., одобренный Советом Республики 22 декабря 2010 г. (в ред. Закона Республики Беларусь от 18.07.2016 № 404-3) [2].

Конституция Республики Беларусь и Кодекс об образовании Республики Беларусь заложили правовые основы обновления отношений в этой сфере, а также выполнили важную социальную функцию сохранения и защиты системы образования в период кризисного развития страны. На их основе удалось сформировать упорядоченную и сбалансированную систему законодательства об образовании, обеспечивающую последовательное и системное регулирование отношений в этой сфере.

В настоящее время в системе образования имеют место радикальные изменения, связанные с введением новых государственных образовательных стандартов, многоуровневой системы высшего образования, совершенствованием механизмов развития непрерывного образования.

Следует подчеркнуть, что изменения, происходящие на современном этапе развития образования, по своему объему и характеру настолько существенны, что требуют не частных поправок в соответствующее законодательство, а системного обновления всего механизма правового регулирования отношений в этой сфере.

Что касается принципов правового регулирования отношений в сфере образования, или принципов образовательного права, то они обеспечивают единообразные подходы к формированию норм законодательства об образовании и их применению, а также используются для устранения пробелов в образовательном праве.

Законодательство об образовании основывается на следующих принципах: соответствие Конституции Республики Беларусь; соответствие общепризнанным принципам международного права; обеспечение реализации права граждан на образование; обеспечение доступности образования; обеспечение качества образования; установление ответственности за несоблюдение законодательства об образовании.

Государственными программами предусматривается дальнейшее реформирование всех звеньев образования, которое будет направлено на качественное обновление, развитие

информационных образовательных технологий и методик обучения, решение проблемы поиска дополнительных источников финансирования и укрепление материально-технической базы отрасли, расширение рынка образовательных услуг населению. Основной формой получения образования останется бесплатная, с сохранением справедливого и гарантированного доступа к нему различных категорий молодежи. Для реализации запросов населения в получении дополнительного высшего и среднего специального образования предусматривается сохранение платного обучения за счет средств граждан и организаций.

Несмотря на позитивные тенденции в реформировании законодательства об образовании, многие вопросы требуют разрешения и доработки.

Так, в частности, в Кодексе Республики Беларусь об образовании требует разрешения вопрос реализации права на получение высшего образования для лиц с инвалидностью с учетом ограничений в выборе специальности для обучения в соответствии с перечнем рекомендаций медико-реабилитационной экспертной комиссии (МРЭК) [3].

Законодательной доработки требуют положения, касающиеся инклюзивного образования, связанного с распространением инклюзивности на всю сферу осуществления образовательной деятельности, с учетом норм действующего законодательства Республики Беларусь.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.

2. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс] : 13 янв. 2011 г., № 243-З, принят Палатой представителей 2 дек. 2010 г., одобр. Советом Респ. 22 дек. 2010 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г. № 404-З // ЭТАЛОН. Законодательство Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

3. О совершенствовании правового регулирования порядка признания документов об образовании [Электронный ресурс] : решение Конституционного Суда Респ. Беларусь, 23.02.2006 г., № П-181/2006. – Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic26/text494.htm>. – Дата доступа: 12.01.2017.

Т. Н. Морозова,
студент 5-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

УВОЛЬНЕНИЕ ПО ПУНКТУ 1 СТ. 47 ТРУДОВОГО КОДЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Актуальность темы увольнения в соответствии с п. 1 ст. 47 Трудового кодекса Республики Беларусь (далее – ТК Республики Беларусь) заключается в том, что законодательство Республики Беларусь продолжает эволюционировать, поэтому, при наличии внушительной теоретической базы, данная тема по-прежнему нуждается в исследовании, несмотря на то, что проблематика законодательства в сфере прекращения трудовых отношений за однократное грубое нарушение трудовых обязанностей руководителем организации (обособленного подразделения) и его заместителями, главным бухгалтером и его заместителями довольно детально разработана в отечественной юридической науке. А также должное внимание уделяется рассматриваемой проблеме и в комментариях трудового законодательства.

Трудовые функции некоторых работников требуют их повышенной ответственности, и поэтому законодатель в дополнение к общим основаниям прекращения трудового договора (контракта) по инициативе нанимателя предусмотрел дополнительные основания увольнения отдельных категорий работников.

При этом увольнение по дополнительным основаниям допускается лишь при условии, если работник не может быть уволен по общим основаниям. Следует также обратить внимание на то, что в соответствии с п. 1 ст. 198 ТК Республики Беларусь, увольнение по п. 1 ст. 47 ТК Республики Беларусь относится к мерам дисциплинарного взыскания.

Согласно п. 1 ст. 47 ТК Республики Беларусь, трудовой договор (контракт) с руководителем организации (обособленного подразделения) и его заместителями, главным бухгалтером и его заместителями может быть прекращен в случае однократного грубого нарушения трудовых обязанностей. Как справедливо отмечают исследователи, в ТК Республики Беларусь не приводится определения понятий «организация», «обособленное подразделение организации», «представительство», «филиал» [1].

Однако определение указанных понятий содержится в гражданском законодательстве, поэтому в данном случае целесообразно воспользоваться аналогией в праве.

Так, согласно нормам Гражданского кодекса Республики Беларусь, под организацией имеется в виду юридическое лицо, которое имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде [2].

В свою очередь, обособленным подразделением организации являются ее представительства и филиалы, а также другие обособленные подразделения, созданные ею, которым представлено право открытия соответствующих счетов и в отношении которых учреждены положения [3, с. 119].

При этом следует отметить, что представительства и филиалы не являются юридическими лицами. Они наделяются имуществом создавшей их организации и действуют на основании утвержденных положений. Имущество представительства и филиала организации учитывается отдельно на балансе создавшей их организации (ст. 51 Гражданского кодекса Республики Беларусь) [2].

Главный бухгалтер – это работник, с которым в порядке, установленном законодательством, заключен трудовой договор на замещение должности согласно штатному расписанию.

Согласно ст. 252 ТК Республики Беларусь, руководитель организации – это физическое лицо, которое в силу закона или учредительных документов организации осуществляет руководство организацией, в том числе выполняет функции ее единоличного исполнительного органа.

Специфика трудовых отношений руководителя организации состоит в том, что он, предоставляя свой труд в распоряжение собственника имущества организации, является работником этой организации и в то же время действует в организационно-управленческой сфере от имени организации, т. е. представляет нанимателя в возникающих правоотношениях с работниками, ведет в интересах собственника имущества хозяйственную деятельность, организует процесс труда и т. д. [4, с. 34].

Осуществляя руководство организацией, руководитель обязан:

- 1) рационально использовать труд работников;
- 2) обеспечивать трудовую и производственную дисциплину;
- 3) выдавать заработную плату в сроки и размерах, установленных законодательством, коллективным договором, соглашением или трудовым договором (контрактом);
- 4) своевременно предоставлять работникам необходимые гарантии и компенсации и др.

Указанные правила закреплены и в Положении о порядке и условиях заключения контрактов с руководителями государственных организаций, утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 мая 2007 г. № 604 «О заключении контрактов с руководителями государственных организаций» [5].

В свою очередь, содержание понятия «грубое нарушение трудовых обязанностей» в ТК Республики Беларусь не раскрывается. На практике «грубым» признается очевидное и виновное (умышленное или неосторожное) нарушение обязанностей работника, предусмотренных нормативными правовыми актами, коллективным договором, трудовым договором.

Как правило, грубым нарушением являются:

- неисполнение или ненадлежащее исполнение трудовых обязанностей, вследствие чего нанимателю или государству причинен имущественный ущерб;
- отсутствие надлежащего контроля за соблюдением охраны труда, повлекшее крупные аварии, увечье или смерть работников;
- отсутствие надлежащего контроля за деятельностью материально ответственных лиц, вследствие чего нанимателю причинен значительный ущерб, и др.

К грубым нарушениям следует также отнести необеспечение надлежащей трудовой дисциплины подчиненных, скрывание фактов нарушения ими трудовой и исполнительской дисциплины либо непривлечение без уважительных причин виновных лиц к установленной законодательством ответственности за такие нарушения.

Следует иметь в виду, что согласно п. 6 Декрета Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2014 г. № 5 «Об усилении требований к руководящим кадрам и работникам организаций» (далее – Декрет № 5) трудовые договоры (контракты) до истечения срока их действия могут быть расторгнуты нанимателем по основаниям, признаваемым дискредитирующими обстоятельствами увольнения, к числу которых норма подп. 6.2 п. 6 относит однократное грубое нарушение работником своих трудовых обязанностей. При этом подп. 6.2 п. 6, трактуя однократное грубое нарушение работником своих трудовых обязанностей широко, в эту категорию включает:

1. Прогул (в том числе отсутствие на работе более 3 ч. в течение рабочего дня) без уважительных причин.
2. Появление на работе в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения, а также распитие спиртных напитков, употребление наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов, токсических веществ в рабочее время или по месту работы.
3. Совершение по месту работы хищения имущества нанимателя, установленного вступившим в законную силу приговором суда или постановлением органа, в компетенцию которого входит наложение административного взыскания.
4. Нарушение требований по охране труда, повлекшее увечье или смерть других работников.
5. Иное грубое нарушение работником трудовых обязанностей, признаваемое таковым в соответствии с Декретом № 5 и иными законодательными актами [6].

Разновидностью грубого нарушения трудовых обязанностей в определенной степени можно считать положение п. 5 Декрета Президента Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. № 29 (в ред. от 13.02.2012 № 1) «О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины». Здесь указано, что неисполнение Конституции Республики Беларусь, решений Президента Республики Беларусь, законов Республики Беларусь, постановлений Совета Министров Республики Беларусь и судебных постановлений при осуществлении должностных обязанностей является грубым нарушением трудовых обязанностей. Недостаток данной правовой нормы в том, что она изложена опять же слишком обобщенно, и это создает все те же сложности при ее практическом воплощении в жизнь [7].

Исходя из вышеизложенного, следует сделать вывод, что законодательство Республики Беларусь несовершенно, и для его оптимизации необходимо внести некоторые поправки. А именно внести в ТК Республики Беларусь такое понятие, как «грубое нарушение трудовых обязанностей», а также перечень уважительных причин, по которым наниматель может нарушить порядок и сроки выплаты заработной платы и (или) пособий. Это приведет к более точному толкованию оснований увольнения и позволит сократить случаи незаконного увольнения вследствие недостаточной осведомленности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 26 июля 1999 г., № 296-З : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобрен Советом Республики 30 июня 1999 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2017.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой Представителей 28 окт. 1998 г. ; одобр. Советом Республики 19 нояб. 1998 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

3. Трудовое право : учебник / В. И. Семенков ; под общ. ред. В. И. Семенкова. – Минск : Амалфея, 2002 – 672 с.

4. Гуцин, Л. Я. Практикум по трудовому праву : учеб. пособие / Л. Я. Гуцин, С. В. Абрамчик. – Минск : Дикта, 2004. – 390 с.

5. О заключении контрактов с руководителями государственных организаций [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 мая 2007 г. № 604 // Консультант плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2017.

6. Об усилении требований к руководящим кадрам и работникам организаций [Электронный ресурс] : Декрет Президента Республики Беларусь от 1 января 2015 г. № 5 // Консультант плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2017.

7. О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины [Электронный ресурс] : Декрет Президента Республики Беларусь от 26.07.1999 г. № 29 // Консультант плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2017.

Т. Н. Рожаловская,

студент 2-го курса

Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

БРАЧНЫЙ ДОГОВОР КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ, ВЫТЕКАЮЩИХ ИЗ БРАЧНО-СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в настоящее время вопросы регулирования семейных правоотношений приобрели особую значимость. Это связано в первую очередь с тем, что личные отношения супругов, построенные на любви, доверии, уважении, являются их внутренней ценностью, в то время как имущественные права и обязанности граждан, вступивших в брак, затрагивают интересы не только их самих, но и третьих лиц, например детей, наследников, кредиторов, сторон по сделкам, органы государственной власти, местного самоуправления и т. д.

В Республике Беларусь институт Брачного договора возник с принятием Кодекса Республики Беларусь о браке и семье (далее – КоБС). В свою очередь, это повлекло все более широкое вовлечение юристов в процесс урегулирования брачно-семейных отношений не только на стадии расторжения брака, но и когда в браке «все нормально», и даже тогда, когда молодые люди только намереваются создать семью.

В законодательстве отсутствует закрепление термина «Брачный договор». На практике это добровольное соглашение между супругами, которое заключается для того, чтобы иметь возможность регулировать личные имущественные и неимущественные права и обязанности между мужем и женой в период брака и после его завершения. Такая общая на первый взгляд терминология включает в себя множество нюансов, фиксируемых в документе [1].

Брачный договор в Республике Беларусь носит исключительно добровольный характер и рассматривается как альтернатива режиму общей совместной собственности супругов. В соответствии со ст. 13 КоБС в целях повышения культуры брачных и семейных отношений и ответственности одного супруга перед другим, определения прав и обязанностей супругов в браке и (или) после его расторжения лица, вступающие в брак, и супруги в любое время и в определенном ими объеме прав и обязанностей вправе заключить Брачный договор, в котором определяются их соглашения:

- о правах и обязанностях супругов по взаимному содержанию, в том числе после расторжения брака;
- порядке раздела имущества, являющегося общей совместной собственностью супругов;
- совместно нажитом имуществе, которое будет передано каждому из супругов после расторжения брака;
- условиях относительного изменения установленного законодательными актами Республики Беларусь режима общей совместной собственности супругов путем установления долевой собственности или собственности каждого из супругов на все имущество, подлежащее отнесению в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь к общей совместной собственности, или на отдельные виды такого имущества;
- условиях относительной невозможности признания имущества каждого из супругов их общей совместной собственностью, если в период брака за счет общего имущества супругов или личного имущества другого супруга будут произведены вложения, значительно увеличивающие стоимость этого имущества;
- иных вопросах взаимоотношений между супругами, родителями и детьми, если это не нарушает права и законные интересы других лиц и не противоречит законодательству Республики Беларусь [2].

Несмотря на неисчерпаемый ряд условий, которые могут вноситься в Брачный договор, он все же не может содержать такие условия, которые:

- ограничивают правоспособность и дееспособность супругов;
- ограничивают право супругов на обращение в суд за защитой своих прав;
- предусматривают положения, ограничивающие право нетрудоспособного или нуждающегося супруга на получение содержания;
- ставят одного из супругов в крайне неблагоприятное положение или противоречат основным началам семейного законодательства [3].

Действие Брачного договора прекращается с момента прекращения брака, если иное не предусмотрено Брачным договором, КоБС или иными актами законодательства Республики Беларусь. Брачный договор, предусматривающий права и обязанности бывших супругов после прекращения брака, действует до их исполнения.

Одним из самых популярных вопросов, интересующих лиц, собирающихся заключить Брачный договор, является перечень условий, которые можно включить в документ. Первым важным моментом является список прав и обязанностей. Далее следует порядок раздела имущества. Следует отметить, что к этому условию необходимо подходить очень

внимательно. Если договор будет содержать норму о том, что все имущество переходит к одному из супругов после расторжения брака, второй супруг в судебном порядке может признать это положение недействительным. Также оговариваются условия, касающиеся того, с кем будут жить дети после развода, периодичность встреч детей с другим супругом, размер алиментов и т. д. Перечисленные условия не являются исключительными, т. е. в брачный договор можно включить и иные вопросы взаимоотношений между супругами, родителями и детьми, если это не нарушает права и законные интересы других лиц и не противоречит законодательству Республики Беларусь. Содержание Брачного договора является свободным [4].

Наибольшие расхождения в вопросе заключения брачных договоров проявили мужчины и женщины, которые либо живут в так называемом гражданском браке, либо находятся в разводе. Так, среди живущих в гражданском браке за брачный договор выступило в 2,5 раза больше женщин, чем мужчин: женщины – 49,1 %, мужчины – 19,6 %.

Наибольшее количество мужчин, которые высказались «за», среди тех, кто еще не состоял в каком-либо браке, – таких 36,3 %. Больше всего женщин, выступающих за брачный договор, среди тех, кто уже расторг свой брак, – их 52,6 %. Более осознанно к заключению брачного договора, кстати, подходят и разведенные мужчины: за заключение брачного договора с супругой выступили 29,3 %.

Исходя из приведенных данных, большинство мужчин (30,6 %) говорят «за» не после расторжения брака, а во время пребывания в официальном браке [5].

Брачный договор может явиться своеобразным имущественным кодексом конкретной супружеской пары, детально определяя практически все имущественные аспекты семейной жизни.

Говоря о семейных отношениях с иностранным элементом, необходимо отметить, что не всегда возможно заключение брачного договора. Дело в том, что в некоторых странах прямо запрещается изменение законного режима имущества супругов посредством заключения брачного договора (Аргентина, Боливия, Куба, Румыния и др.), а в других заключение брачного договора возможно только до регистрации брака (Бразилия, Колумбия, Япония, Португалия, Венесуэла и др.).

Длительная и обширная практика применения брачных договоров в зарубежных странах говорит о целесообразности ее анализа. Например, во Франции ежегодно заключается в среднем 275 тыс. браков. Причем от 10 до 15 % молодоженов, прежде чем заключить брак, обращаются к нотариусу, так как он является единственным лицом, которое уполномочено заключать брачные контракты.

В США, где по статистике распадается каждая вторая супружеская пара, брачный договор как институт семейного права значительно облегчает жизнь супругов после развода. Изучив правоприменительную практику, можно сделать вывод, что американцы заключают брачные контракты чаще, чем граждане других зарубежных стран. Предметом брачного договора в США могут быть как имущественные, так и неимущественные отношения.

В Южной Корее брачный договор как вид оформления имущественных отношений между супругами легально предусмотрен, но на практике практически не применяется. К такой форме регистрации отношений в целом относятся негативно. Главное требование к брачному документу – он должен быть составлен с соблюдением всех юридических формальностей и строго на добровольной основе со стороны обоих его участников.

В Израиле брак без брачного договора – «ктубы» – не заключается. В нем перечисляются исключительно обязанности мужа по отношению к жене. «Ктуба» заверяется двумя свидетелями, состоит из основной части и двух дополнений. Содержание основной части не менялось со времен составления Талмуда. В ней в денежных единицах указывается сумма, которую обязан заплатить жене муж, настоявший на необоснованном с точки зрения раввинатского суда разводе. На сегодняшний день определяется сумма в 10 тыс. долларов.

В Венгрии брачный контракт, включая имущественный договор, можно оформить не только перед вступлением в брак, но и позже, в любой момент во время брака, если у супругов

возникнет такая потребность. По статистике, сегодня пока лишь 20 – 25 % вступающих в брак в Венгрии начинают совместную жизнь с оформления брачного договора. Немаловажная особенность венгерского семейного законодательства в том, что оно разрешает заключать имущественный договор во время брака [6].

В Японии брачный договор действителен лишь в случае его заключения до момента подачи заявления о вступлении в брак. Договор, заключенный после вступления в брак, подлежит аннулированию, и тогда имущественные отношения между супругами регулируются нормами Гражданского кодекса Японии, т. е. вступает в действие законный режим. Более того, после подачи заявления о вступлении в брак брачный договор по японскому законодательству не может быть изменен. Его изменение допускается лишь в случае, если сам договор содержит положение о порядке его изменения и выносимые положения соответствуют установленному порядку.

По Германскому гражданскому уложению супруги могут определить свои имущественные отношения в соглашении (брачном договоре), составленном до брака, но вправе после заключения брака изменить или отменить достигнутое соглашение об имуществе. В американском праве известное развитие получили так называемые «добрачные соглашения». Они могут предусматривать любые условия будущей совместной жизни супругов. На практике в таких соглашениях часто содержатся условия о воспитании и содержании детей, иногда подробные условия о распределении обязанностей при ведении общего хозяйства. Но в случае споров они не учитываются судом. В качестве общего правила предусмотрено, что брачный договор должен быть во всех отношениях «разумным» и «справедливым». Анализ практики американских судов свидетельствует о том, что часто заключение брачных договоров направлено не только на урегулирование отношений между супругами по поводу собственно имущества, но и на вопросы предоставления содержания. В англо-американском праве допускается урегулирование в брачных соглашениях и отношений между супругами по поводу воспитания и содержания детей. Конечно, такие соглашения не могут лишать одного из родителей права на общение с ребенком, полностью освобождать от его участия в расходах по содержанию, воспитанию и образованию ребенка. Суды относятся к таким положениям с особым вниманием, так как брачное соглашение должно быть «разумным» и «справедливым».

Брачный договор в Испании заключают в основном состоятельные граждане. Главное назначение этого юридического документа – определить режим имущества состоящих в браке людей, в том числе и режим имущественных отношений между супругами в случае развода или иных обстоятельств. Заключить такой правовой документ можно как до, так и после заключения брака – юридическая сила договора от этого не меняется. В Испании режим собственности, принадлежащей супругам, зависит от того, в какой провинции вы проживаете. Например, в Мадриде при заключении брака вступает в силу положение, согласно которому всякое приобретенное в браке имущество подпадает под режим совместной собственности. А вот в Каталонии по умолчанию такая собственность считается раздельной. Содержание договора регулируется Гражданским кодексом Испании. Также в Испании действует правило, по которому брачный договор в обязательном порядке регистрируется не только у нотариуса, но и в местных органах власти [1].

В то же время свою статистику ведут нотариальные конторы Республики Беларусь. По данным Минского городского управления юстиции Мингорисполкома, в 2014 году нотариальными конторами Минска зарегистрировано 1019 брачных договоров. В 2015 году количество зарегистрированных договоров по Минску возросло на целых 127 штук и составило 1146. При этом общее количество браков в г. Минске в 2014 году составило 12 876 браков, а в 2015 году – 14 582 [5].

Наличие договорного режима имущества супругов дает им право свободного распоряжения нажитым в браке имуществом с учетом современных социально-экономических условий и уклада жизни населения, а также исходя из своих конкретных обстоятельств и интересов.

Появление института брачного договора не означает, что все лица при вступлении в брак обязаны заключать такой договор. Закон лишь предоставляет будущим супругам и реальным супругам право самостоятельно определять в брачном договоре свои имущественные взаимоотношения в браке, но не обязывает их к этому. Большинство лиц вряд ли будет заключать брачный договор, если их имущество состоит преимущественно из предметов потребительского назначения, что характерно для большинства молодых белорусских семей. В этом случае их отношения будут регулироваться нормами о законном режиме имущества супругов.

Заключение брачного договора должно представлять интерес главным образом для супруга, желающего оградить в случае развода свое предприятие от раздела всего имущества, как это предусмотрено семейным законодательством, или же для лиц, которые на момент вступления в брак уже обладают достаточно высоким имущественным положением и высоким заработком и имеют намерение в дальнейшем делать определенные крупные имущественные вложения. Кроме того, заключение брачного договора позволит супругам избежать споров, которые часто возникают после прекращения брака.

Учитывая масштабы территории Республики Беларусь, можно отметить, что число брачных договоров незначительно, а принимая во внимание то, что количество расторжения браков ежегодно увеличивается, в связи с чем возникают и соответствующие трудности при разделе имущества, пренебрежение таким правовым инструментом, как Брачный договор, не всегда уместно. Хотя необходимость его заключения возникает в основном у лиц с разным материальным и социальным положением, у которых есть что делить и за что бороться.

Рассуждая о перспективности Брачного договора в Республике Беларусь, сложно дать однозначный ответ. Одной из основных причин, тормозящих его распространенность среди граждан, – это скептическое отношение к самой идее договорного регулирования имущества супругов. В Республике Беларусь еще не сложилась традиция заключения брачного договора, для этого потребуется время. Тем не менее, институт Брачного договора требует законодательной корректировки и доработки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Семейное право : учебник. – 2-е изд., перераб. – М. : Изд-во «Эксмо», 2013. – 448 с.
2. Кодекс Республики Беларусь о браке и семье [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 278-З : принят Палатой представителей 3 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 15.10.2010 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
3. Брачный договор. Имущественные отношения супругов, их участие в хозяйственных обществах и товариществах (по законодательству Рос. Федерации и Респ. Беларусь). – Минск : Амалфея, 2000. – 160 с.
4. Семейное право Республики Беларусь. Краткое изложение курса / В. А. Круглов, Е. В. Шейпак, В. С. Шейпак. – Минск : Дикта, 2004. – 208 с.
5. Статистические данные о числе зарегистрированных брачных договоров [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 29.04.2017.
6. Семейное право : ответы на экзаменац. вопр. / М. Г. Бруй. – 2-е изд., перераб. – Минск : ТетраСистемс, 2008. – 272 с.

Т. Н. Рожаловская,
студент 2-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На современном этапе исторического развития человеческой цивилизации национальная экономика каждого государства неизбежно интегрируется в международную систему мирохозяйственных связей, т. е. выходит за национальные рамки и поэтому неизбежно испытывает влияние международного фактора. Интернационализация экономических связей объективно обуславливает зарождение, формирование и развитие интеграционных процессов во всех областях деятельности. Многогранное и всестороннее развитие экономических отношений в рамках того или иного государства, включая кредитно-банковские отношения в качестве их неотъемлемой составной части, объективно обуславливает необходимость их правовой регламентации. Республика Беларусь поэтапно совершенствует нормативно-правовую базу во всех отраслях экономики, динамично приближая законодательство страны к международным стандартам [1].

Важнейшей составляющей экономических отношений внутри какого-либо государства выступают банковские отношения, опосредующие различные аспекты банковской деятельности.

Преобладавшая до недавнего времени государственная форма собственности предполагала в основном централизованное бюджетное финансирование предприятий. Существовавшая ранее система, при которой бюджетные средства выделялись в рамках государственного планирования развития экономики, не учитывала необходимости четкого законодательного регулирования финансово-кредитных вопросов [2].

С развитием в Республике Беларусь рыночных отношений у предприятий всех форм собственности все чаще возникает потребность привлечения заемных средств для осуществления предпринимательской деятельности, извлечения прибыли, а также удовлетворения вторичных потребностей. Наиболее распространенной формой привлечения средств является получение банковской ссуды по кредитному договору, т. е. получение кредита. За счет кредитных операций банк формирует основную часть своих доходов [3].

У предприятий всех форм собственности все чаще возникает потребность привлечения заемных средств для осуществления предпринимательской деятельности, извлечения прибыли, а также удовлетворения вторичных потребностей. Наиболее распространенной формой привлечения средств является получение банковской ссуды по кредитному договору, т. е. получение кредита. За счет кредитных операций банк формирует основную часть своих доходов [4].

Кредитование является одним из основных элементов цивилизованной рыночной экономики. Банковский кредит способствует структурной перестройке экономики, расширению деловой активности, удовлетворяет потребности субъектов предпринимательской деятельности в дополнительных источниках.

Банковский кредит предоставляется банками предпринимателям, государству, населению в денежной форме. Это основная форма кредита.

Банковский кредит связан с аккумулярованием временно свободных средств, их перераспределением на условиях возвратности, а также эмиссией денежных знаков в обращении через кредитную систему. Возвратность создает возможность перераспределения средств неоднократно [5].

Функционирование банковской системы затрагивает практически все стороны экономической и даже в некоторой степени политической жизни страны. В современных

экономических условиях роль банковской системы трудно переоценить. Субъектами кредитно-денежных отношений являются предприятия, население, государство, наконец, сами банки.

Процесс кредитования субъектов хозяйствования является для субъектов, предоставляющих кредитные ресурсы, самостоятельным видом предпринимательской деятельности и, соответственно, требует от осуществляющего его субъекта хозяйствования соблюдения необходимых юридических формальностей, а также наличия специального разрешения (лицензии), выдаваемой Национальным банком.

Кредитный договор в процессе осуществления предпринимательской деятельности занимает одно из важных мест и используется субъектами хозяйствования в процессе повышения предпринимательской активности с целью привлечения заемных денежных средств путем вступления в кредитные отношения [6].

На протяжении последних лет планомерно проводилась работа по совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере кредитования, направленная на либерализацию и упрощение порядка предоставления кредитов, отмену многочисленных ограничений и запретов, исключение норм, дублирующих другие нормативные и законодательные акты. В результате был отменен ряд рекомендаций Национального банка, касающихся:

- порядка кредитования по счету-контокорренту и консорциального кредитования;
- определения уровня кредитоспособности кредитополучателей;
- проверок материального обеспечения задолженности по кредитам;
- долгосрочного кредитования инвестиционных проектов.

Другими важными изменениями относительно кредитования юридических лиц стали:

- предоставление банкам права самостоятельно определять процедуру проверки платежеспособности кредитополучателей;
- предоставление банкам права самостоятельно определять целесообразность осуществления контроля за целевым использованием кредитов;
- возможность выдачи кредитов на текущие (расчетные) счета кредитополучателей;
- отмена практически всех регламентаций, касающихся пролонгации кредитов;
- отмена ограничений по кредитованию предприятий, работающих с убытками;
- предоставление возможности использования упрощенной процедуры выдачи по микрокредитам и др. [7].

Непременными требованиями современной системы кредитования являются целевой характер кредита, полнота и срочность возврата ссуд, их обеспеченность. К общеэкономическим принципам кредитования относится принцип дифференцированности, который предусматривает выработку различных подходов банка к кредитованию, в зависимости от субъекта, объекта, обеспечения ссуд.

В современных условиях особое значение приобретает принцип рационального кредитования, требующий надежной оценки не только объекта, субъекта и качества обеспечения, но и уровня маржи, доходности кредитных операций, степени риска. Важным становится и соблюдение технологии кредитования, правил выдачи и погашения ссуд, текущего наблюдения и анализа кредитных операций.

Среди множества кредитных программ для кредитования малого бизнеса можно выделить несколько видов: бизнес-экспресс, кредит на поддержку малого бизнеса или на развитие бизнеса, инвестиционный кредит, партнерский кредит [8].

Анализ рынка кредитования в Республике Беларусь указывает на то, что новый этап валютного кризиса и сопутствующее ужесточение монетарной политики в 2015 году вернули остроту восприятия проблемы кредитования на уровень 2011 – 2013 гг.

В Беларуси средний размер залога, необходимый для получения кредита, оценивается МФК в 153,6 % от суммы кредита.

Как следствие, малые и средние предприятия в среднем могут покрыть только 21,3 % своих оборотных средств за счет привлечения кредитных ресурсов.

Доля малых и средних предприятий, которые фактически пользуются кредитами, составляет, согласно опросу, всего 26,9 %. Еще 28,7 % предприятий вынашивают планы по привлечению кредитов. Остальные же 44,4 % респондентов не осуществляют банковские заимствования и не планируют их.

Количество предприятий, которые отмечают потребность в банковском кредите, практически в 2 раза превышает количество тех, кто фактически имеет доступ к кредитам. Как следствие, только 43,2 % предприятий, имеющих потребность в кредитах, ее удовлетворяют. Еще 36,5 % предприятий лишь планируют привлечь кредиты, а 20,3 % не видят возможности привлечь требуемые средства. Кроме того, часть кредитов получают предприятия, которые не имели в них потребности (20,2 % от всех предприятий, получающих кредитование) [9].

Кроме того, можно говорить о чрезмерно высоких ставках по кредиту, что отражается в первую очередь на привлекательности коротких займов. С другой стороны, существенный процент неудовлетворенного спроса на краткосрочные кредиты может быть признаком плохой платежеспособности самих предприятий в условиях кризиса, что и не позволяет рассчитывать на получение кредита, необходимого на покрытие текущих затрат, в условиях жесткой монетарной политики.

Особого внимания заслуживает Программа микрокредитования Беларуси Европейского банка реконструкции и развития, которая успешно работает с 2001 года. Данная программа финансируется Европейским союзом в рамках Европейского инвестиционного фонда соседства.

Основная цель программы – обеспечить доступ к кредитным ресурсам каждому субъекту малого бизнеса и тем самым способствовать развитию малого и среднего бизнеса в Беларуси. За 2001 – 2016 гг. Беларусь совместно с ЕБРР реализовала 245 проектов [10].

Таким образом, в настоящее время кредитование бизнеса сопряжено с большим количеством проблем. Но при этом необходимо сказать, что многие банки начинают проявлять интерес к сотрудничеству с малыми предприятиями и называют кредитование малого и среднего бизнеса одним из приоритетных направлений деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алымов, Ю. М. О Стратегии развития банковского сектора экономики Республики Беларусь на 2011 – 2015 гг. / Ю. М. Алымов // Банковский вестник. – 2011. – № 7. – С. 5–11.
2. Алпатов, Г. Е. Деньги. Кредит. Банки : учеб. пособие / Г. Е. Алпатов. – М. : Проспект, 2006. – 624 с.
3. Белоглазова, Г. Н. Деньги, кредит, банки : учеб. пособие / под ред. Г. Н. Белоглазовой. – М. : Юрайт, 2006. – 620 с.
4. Брагинский, М. И. Договорное право. Книга первая: общие положения / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. – М. : Статут, 2001. – 848 с.
5. Брагинский, М. И. Договорное право / М. И. Брагинский. – М. : Статут, 2006. – 457 с.
6. Волков, С. А. Кредит для малого бизнеса / С. А. Волков // Финансы и кредит. – 2009. – № 3. – С. 54–61.
7. Гавриленко, В. Г. Договорное право Беларуси / В. Г. Гавриленко. – Минск : Право и экономика, 2004. – 230 с.
8. Газдюк, Н. Ю. Субъектный состав кредитного договора / Н. Ю. Газдюк // Право Беларуси. – 2012. – № 10. – С. 64–67.
9. Горбач, П. Ф. Система существенных и иных условий кредитного договора / П. Ф. Горбач // Промышленно-торговое право. – 2014. – № 2. – С. 11–18.
10. Газдюк, Н. Ю. Предмет кредитного договора / Н. Ю. Газдюк // Право Беларуси. – 2016. – № 2. – С. 61–64.

Т. А. Сонова,
студент 6-го курса
Витебского филиала
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ КОРРУПЦИИ В БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ)

Коррупция – универсальное, потенциально опасное свойство любого государства, которое в определенных условиях социального бытия может привести к появлению серьезных проблем в успешном функционировании государства. Поэтому противодействие коррупции, минимизация ее являются важной государственной проблемой.

В Республике Беларусь 15 июля 2015 г. принят, а с 2016 года вступил в действие Закон «О борьбе с коррупцией» [1]. Рассмотрим состояние и результаты борьбы с коррупцией на современном этапе на примере Витебской области.

В целом по республике в 2015 году за совершение коррупционных преступлений осуждено 485 человек. Это на 63 % больше, чем в 2014 году. Большинство коррупционеров приговорены к различным срокам лишения свободы. Самое распространенное преступление в этой сфере – хищение путем злоупотребления служебными полномочиями (204 осужденных), далее идет получение взятки (112), дача взятки (75), злоупотребление властью (48) и превышение власти (27) (рис. 1).

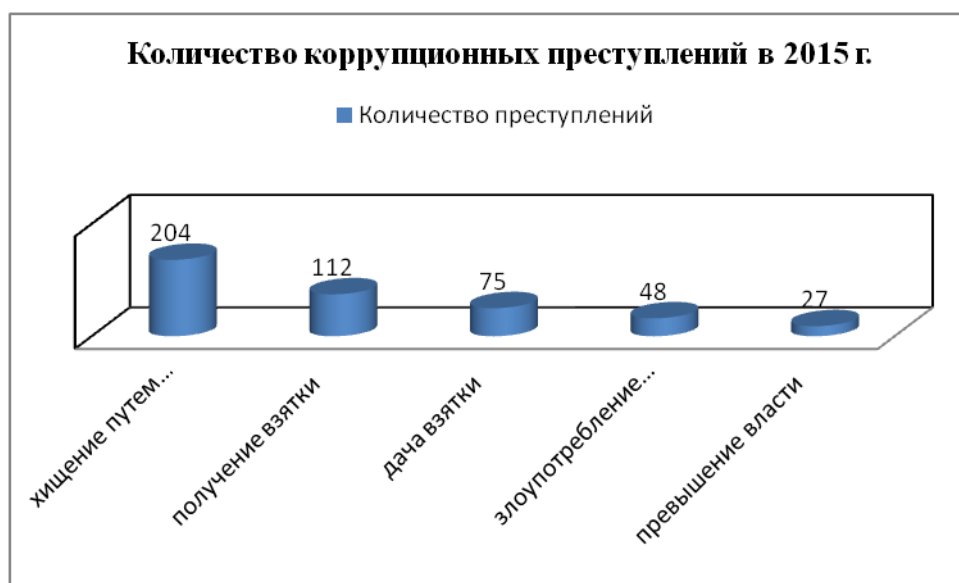


Рисунок 1 – Статистика осужденных за совершение коррупционных преступлений в 2015 году

Органами прокуратуры Витебской области проводится постоянная и целенаправленная работа по противодействию коррупции и экономической преступности, по координации деятельности государственных органов в данном направлении. Совместными усилиями всех заинтересованных ведомств достигнуты определенные результаты по предупреждению, выявлению и пресечению фактов коррупции [2, с. 14].

В соответствии с действующим Порядком формирования сведений о коррупционных преступлениях в Витебской области за 12 месяцев 2015 г. учтено 177 коррупционных преступлений, что на 2 преступления меньше, чем в 2014 году. Удельный вес коррупционных преступлений в общем количестве зарегистрированных по области преступлений составляет

1,56 % (по республике в целом – 1,65 %). В составе коррупционной преступности преобладают факты взяточничества и хищений путем злоупотребления служебными полномочиями. Наибольшее количество преступлений данной категории зарегистрировано в г. Витебске (52), г. Новополоцке (33), Оршанском районе и г. Орше (30) [3].

Рассмотрим сведения о коррупционных преступлениях за 9 месяцев 2016 г., предоставленные органами Прокуратуры Витебской области.

Правоохранительными органами Витебской области постоянно проводится системная работа по предупреждению и выявлению фактов коррупции. Особое внимание уделяется пресечению преступлений коррупционной направленности.

Так, в соответствии с действующим Порядком формирования сведений о коррупционных преступлениях, в Витебской области за 9 месяцев 2016 г. учтено 148 коррупционных преступлений, что на 22,3 % больше, чем в аналогичном периоде 2015 года, когда было учтено 121 преступление данной категории. В структуре коррупционной преступности по-прежнему преобладают факты взяточничества и хищений путем злоупотребления служебными полномочиями. К уголовной ответственности привлечено 106 лиц (9 месяцев 2015 г. – 59), в отношении которых постановлены вступившие в законную силу приговоры суда либо вынесены решения о прекращении дел по нереабилитирующим основаниям [4].

По отраслям и сферам деятельности наибольшее количество коррупционных преступлений в анализируемом периоде зарегистрировано в сфере торговли – 29 коррупционных преступлений, на транспорте – 28 преступлений, в области сельскохозяйственного производства – 17 преступлений. В сфере государственного управления совершено 8 преступлений анализируемой категории, сотрудниками правоохранительных органов совершено 5 преступлений (рис. 2).



Рисунок 2 – Обзор коррупционных преступлений по сферам деятельности за 9 месяцев 2016 года

По учтенным в области коррупционным преступлениям установлен материальный ущерб на общую сумму 661 414 рубля (сведения приводятся в денонмированных рублях), из которых возмещено 423 757 рубля (или 64 %). Кроме того, по делам наложен арест на имущество на общую сумму 2 293 304 рубля [4].

Результаты надзорной деятельности органов прокуратуры области свидетельствуют, что на предприятиях и в организациях области имеют место и иные, не влекущие уголовную ответственность нарушения антикоррупционного законодательства.

Основным мотивом к совершению коррупционных правонарушений остается стремление должностных лиц к личному обогащению, незаконному получению материальных ценностей. Нередко это вызвано желанием скрыть недостатки и упущения в работе, избежать материальной и дисциплинарной ответственности, создать видимость экономического благополучия, выполнить доведенные показатели в работе. Во многом коррупционным проявлениям способствует и низкий уровень трудовой и производственной дисциплины в ряде организаций, отсутствие должной системы контроля ее руководителей за служебной деятельностью подчиненных сотрудников.

Органами прокуратуры области проведено более 100 проверок по вопросам исполнения антикоррупционного законодательства. По их результатам внесено более 330 актов надзора, возбуждено 9 уголовных дел. По требованию прокуроров за нарушения законодательства, направленного на противодействие коррупции, 237 должностных лиц привлечены к различным видам ответственности.

В ходе прокурорских проверок выявлялись нарушения порядка осуществления финансового контроля за лицами, обязанными декларировать свои доходы и имущество, а также контроля за соблюдением правовых запретов, установленных в целях разграничения служебных (трудовых) обязанностей и личных, групповых (иных внеслужебных) интересов государственных должностных и приравненных к ним лиц. Имеют место нарушения порядка проведения процедур закупок за счет бюджетных средств и средств предприятий со значительной долей государства в уставных фондах. Выявлялись прокурорами и нарушения требований законодательства об ограничении по совместной службе в государственных органах близких родственников, а также положений, направленных на предотвращение (урегулирование) конфликта интересов. Пресекают прокуроры Витебщины и факты нарушения порядка распоряжения государственным имуществом [4].

Вместе с тем зачастую условиями, способствующими названным выше нарушениям, являются отсутствие действенного контроля со стороны руководителей субъектов хозяйствования, осуществляющих государственные закупки, недостаточно эффективное планирование расходования бюджетных средств местными исполнительными и распорядительными органами, а также нерациональное планирование хозяйственной деятельности получателями бюджетных средств. В целях устранения выявленных нарушений внесено 19 представлений, 13 предписаний, вынесено 20 официальных предупреждений. Четыре лица привлечены к административной ответственности.

Таким образом, по республике в 2015 году за совершение коррупционных преступлений осуждено 485 человек, что на 63 % больше, чем в 2014 году. Однако в Витебской области статистика указывает на тенденцию к снижению коррупционных преступлений: за 2015 год учтено 177 коррупционных преступлений, что на 2 преступления меньше, чем в 2014 году. В 2016 году ситуация по Витебской области изменилась: так, за 9 месяцев 2016 г. учтено 148 коррупционных преступлений, что на 22,3 % больше, чем в аналогичном периоде 2015 года, когда было учтено 121 преступление данной категории.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О борьбе с коррупцией [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 15 июля 2015 г. № 305-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
2. Гончарова, Г. В. Практика проведения проверок органами прокуратуры / Г. В. Гончарова // Промышленно-торговое право. – 2016. – № 8. – С. 14.
3. Результаты работы по противодействию коррупции в Витебской области в 2015 г. [Электронный ресурс] // Сайт Витебского облисполкома. – Режим доступа: <http://www.vitebsk->

region.gov.by/ru/news/view/rezultaty-raboty-po-protivodejstvu-korruptsii-v-vitebskoj-oblasti-v-2015-godu-12574/. – Дата доступа: 22.12.2016.

4. Об итогах работы по борьбе с коррупцией в Витебской области за 9 месяцев 2016 г. [Электронный ресурс] // Сайт Витебского облисполкома. – Режим доступа: <http://www.vitebsk-region.gov.by/ru/news/view/ob-itogax-raboty-po-borbe-s-korruptsiej-v-vitebskoj-oblasti-za-9-mesjatsev-2016-g-14033/>. – Дата доступа: 22.01.2017.

Секция 3

Проблемные аспекты правопонимания и правоприменения в условиях инновационного развития Республики Беларусь

В. Н. Акулицкая,
студент 2-го курса
Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

О РОЛИ И МЕСТЕ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ В ТРУДОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Судебная практика относится к тем явлениям в науке, по которым ведутся оживленные дискуссии и высказываются противоречивые мнения. Согласно некоторым утверждениям, акты судебных органов являются источниками права, в том числе трудового, при условии, что они охватывают неопределенный круг участников судебных процессов и рассчитаны на неоднократное применение. К числу таких актов следует отнести постановления Конституционного Суда (далее – КС), направленные на отмену отдельных положений законов, декретов, указов Президента, постановлений Правительства или инструкций министерств. Когда КС признал такой нормативный акт (отдельные его положения) неконституционным, то он утрачивает силу. Применять такой нормативный правовой акт нельзя.

К. Л. Томашевский отмечает, что правовой базой для признания заключений КС источниками права являются ч. 2 ст. 7, ч. 5 ст. 116 Конституции [1, с. 34], а также ст. 9, 10 Закона Республики Беларусь от 30 марта 1994 г. № 2914-ХП «О Конституционном Суде Республики Беларусь» (далее – Закон о КС Республики Беларусь) [2, с. 91].

В соответствии с ч.1 ст. 9 Закона о КС Республики Беларусь нормативные правовые акты (далее – НПА), признанные КС не соответствующими Конституции либо актам, обладающим более высокой юридической силой, считаются утратившими силу в целом или в определенной их части с момента, определяемого КС [3]. Тем самым КС при принятии заключений осуществляет роль «негативного законодателя», поскольку вправе признать соответствующую норму права не имеющей юридической силы. Сложнее решается вопрос в отношении того, может ли КС создать в своем акте новую норму права (взамен признанной неконституционной), например через формулирование своей «правовой позиции» [1, с. 91–92].

На признание руководящих разъяснений Пленумов Верховного Суда (далее – Пленумов ВС), а также актов КС в качестве источников права повлияло принятие действующего Гражданского кодекса Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. и Закона Республики Беларусь от 10 января 2000 г. № 361-З «О нормативных правовых актах Республики Беларусь» (далее – Закон об НПА Республики Беларусь). В начале в ст. 3 Гражданского кодекса Республики Беларусь и в ст. 2 Закона об НПА Республики Беларусь среди видов НПА были указаны акты КС Республики Беларусь, постановления Пленумов ВС, принятые в пределах их компетенции по регулированию общественных отношений, установленной Конституцией и принятыми в соответствии с ней иными законодательными актами. Как видим, в указанной норме подчеркивается «связанность» высших судебных инстанций в процессе судебного нормотворчества положениями Основного Закона и принятыми в соответствии с ним иными законодательными актами (законами, декретами

и указами Президента), хотя и последние могут быть объектом конституционного контроля со стороны КС [1, с. 93].

Необходимо отметить, в правовых системах других стран СНГ (Казахстана, Российской Федерации) нормативные постановления Пленума ВС рассматриваются в качестве НПА.

К совокупности источников трудового права следует отнести и постановления Пленумов ВС. К примеру, постановление Пленума ВС Республики Беларусь от 29 марта 2001 г. № 290 (в ред. постановлений Пленума ВС от 25.09.2003 № 11, от 26.06.2008 № 5, от 28.06.2012 № 5) «О некоторых вопросах применения судами законодательства о труде». К числу источников трудового права И. В. Гушин относит и постановление Пленума ВС Республики Беларусь от 28 сентября 2000 г. № 7 «О практике применения судами законодательства, регулирующего компенсацию морального вреда». Вышеназванным постановлением работникам предоставлено право взыскивать возмещение морального вреда с нанимателей, допустивших незаконные переводы работников на другую работу и в другую местность, а также незаконные увольнения работников по инициативе нанимателя [4, с. 86].

Восполнять пробелы в праве могут только уполномоченные на то правотворческие органы путем принятия новых норм права (включая КС и Пленум ВС). За свою более чем двадцатилетнюю деятельность в области формирования судебной практики Верховный Суд и Конституционный Суд Республики Беларусь неоднократно становились «инициаторами» эволюции трудового законодательства, преодолевая пробелы, выявляя коллизии между нормами различных НПА, проводя проверки соответствия НПА Основному Закону.

В качестве примера правовосполнительной функции решений КС в правовых спорах, связанных с прекращением трудовых отношений, приведем решение от 16 декабря 2009 г. № Р-384/2009 «О необходимости разрешения коллизии между нормами законодательных актов, предусматривающих дополнительное основание прекращения трудового договора по п. 5 ст. 47 Трудового Кодекса Республики Беларусь». В нем КС, в целях реализации принципа правовой определенности и обеспечения единообразного понимания и применения норм законодательства, признал необходимым путем внесения изменений в ст. 47 Трудового кодекса Республики Беларусь разрешить коллизию между нормами Трудового кодекса и Закона Республики Беларусь от 15 июля 2015 г. № 305-З «О борьбе с коррупцией», установив дополнительное основание прекращения трудового договора с государственными должностными лицами в случаях неподписания или нарушения ими письменного обязательства по соблюдению предусмотренных законодательством ограничений [5].

Суды общей юрисдикции республики рассматривают ежегодно более 6000 трудовых споров [6]. При рассмотрении споров в судах становятся видны недостатки актов законодательства, проявившиеся на практике. Суды, принимая различные решения, непосредственно воздействуют на трудовое законодательство, совершенствуя его, оттачивая процессуальное и процедурное применение институтов трудового права. Наличие в судебной системе выработанного механизма закрепления судебной практики позволяет более эффективно осуществлять защиту трудовых прав и свобод граждан Республики Беларусь. Судебная практика в сфере трудового права Республики Беларусь формируется в условиях двустороннего заимствования элементов соседних континентальной и англо-саксонской правовых систем. Данные процессы порождены глобализацией не только общества, экономики, но и права. Они не всегда очевидны, однако они существуют и часто имеют необратимый характер.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что судебная власть в настоящее время осуществляет не только функцию правосудия, но и функцию судебного правотворчества. В перспективе можно предположить нарастание в трудовом праве тенденции к усвоению им элементов иных отраслей права, судебной практики. Решения судов не только фактически, но и формально-юридически получают место в системе источников трудового права Беларуси.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.
2. Томашевский, К. Л., Актуальные проблемы трудового права (учебно-метод. комплекс) : пособие / К. Л. Томашевский. – Минск, 2012. – 145 с.
3. О Конституционном Суде Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 30 мар. 1994 г., 2914-ХП // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.
4. Гуцин, И. В. Трудовое право : учеб.-метод. комплекс / И. В. Гуцин [и др.] ; под общ. ред. И. В. Гуцина. – Гродно : ГрГУ, 2010. – 483 с.
5. О необходимости разрешения коллизии между нормами законодательных актов, предусматривающих дополнительное основание прекращения трудового договора по п. 5 ст. 47 Трудового Кодекса Республики Беларусь [Электронный ресурс] : решение Конституционного Суда Республики Беларусь, 16 дек. 2009 г., № Р-384/2009 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.
6. Статистические данные о деятельности судов общей юрисдикции за 1-е полугодие 2016 г. [Электронный ресурс] // Официальный портал системы судов общей юрисдикции. – Режим доступа: http://www.court.by/justice_RB/statistics/. – Дата доступа: 28.11.2016.

Б. Я. Алиева,
студент 3-го курса

Казахская Академии труда и социальных отношений, г. Алматы

К ВОПРОСУ ОБ ИЗУЧЕНИИ МОТИВОВ ПРЕСТУПЛЕНИЯ

Согласно общепринятому пониманию, мотив – это внутреннее побуждение, которым руководствовалось лицо, совершая преступление. Однако существует и иное определение мотива преступления: мотив – это осознанное побуждение, которым руководствуется лицо, совершая преступление [1, с. 180]. В Уголовном кодексе Республики Беларусь (далее – УК) мотивы подразделяются на низменные и лишенные низменного содержания [2].

В ст. 64 УК среди отягчающих ответственность обстоятельств предусматриваются: совершение преступления из корыстных или иных низменных побуждений; совершение преступления по мотивам расовой, национальной, религиозной вражды или розни, политической или идеологической вражды, а равно по мотивам вражды или розни в отношении какой-либо социальной группы.

Уголовный кодекс в ст. 4 содержит легальные определения некоторых мотивов. Так, под корыстными побуждениями понимаются мотивы, характеризующиеся стремлением извлечь из совершенного преступления для себя или близких выгоду имущественного характера либо намерением избавить себя или близких от материальных затрат (ч. 10 ст. 4 УК); под хулиганскими побуждениями понимаются мотивы, выражающие стремление виновного лица проявить явное неуважение к обществу и продемонстрировать пренебрежение к общепринятым правилам общежития (ч. 11 ст. 4 УК).

Однако в литературе придерживаются мнения, что, помимо осознаваемых мотивов, существуют бессознательные мотивы преступлений, когда человек не осознает, почему он поступил именно таким образом. Их раскрытие позволяет ответить на вопросы: почему и ради чего совершены те преступления, смысл которых неясен или неочевиден, почему в данной ситуации человек совершил именно эти преступные действия, а не какие-либо другие, каково происхождение ведущих мотивов поведения конкретного лица, какую роль они играют в его жизнедеятельности в целом [3, с. 151]? Тем не менее, часто вместо поиска бессознательного мотива совершения преступления правоприменитель ограничивается мотивировкой, т. е.

рациональным объяснением причин действия посредством указания на социально приемлемые для данного субъекта и его окружения обстоятельства, побудившие к выбору данного действия.

Представленные в уголовном праве объяснения субъективных причин большинства преступлений (к примеру, хищений, хулиганств, преступлений против половой неприкосновенности или половой свободы), в силу понимания мотива как осознанного побуждения, носят упрощенный характер и не способствуют решению актуальных проблем теории и практики борьбы с преступностью. Так, многие теоретики и практики считают, что корыстные преступления порождаются корыстными мотивами, насильственные – хулиганскими побуждениями, сексуальные преступления – сексуальными влечениями. Однако преступление преступлению рознь. Осознание этого предоставляет нам право понимать, что существуют различные виды бессознательных мотивов: мотив утверждения и самоутверждения, игровой мотив, мотив избегания реальных или мнимых опасностей и др.

К примеру, в п. 13 ч. 2 ст. 139 УК предусмотрено убийство из хулиганских побуждений, а под хулиганскими побуждениями понимаются мотивы, выражающие стремление виновного лица проявить явное неуважение к обществу и продемонстрировать пренебрежение к общепринятым правилам общежития (ч. 11 ст. 4 УК). Данное определение (в силу его неясности) не позволяет выявить истинные мотивы лица, совершившего преступление, что не позволяет правоприменителю правильно квалифицировать преступление.

Ведь на самом деле если взять глубокий психологический анализ данного преступления, то побуждение оказывается явно не хулиганским, а несет в себе проблему низкой самооценки и желание выместить тот спектр чувств, который мучает преступника. Выходит так, что здесь мотивом выступает «самоутверждение», посредством которого преступник пытается заявить миру о себе, а значит, определение «хулиганский мотив» не однозначен, и совершение данного преступления возможно и по другим мотивам, которые не освещены в УК.

Также одним из бессознательных мотивов является «игровой». Доля преступников-«игроков» среди воров, расхитителей, особенно мошенников и некоторых других категорий относительно велика. К ним относятся те, кто совершает преступления не только, а во многих случаях и не столько ради материальной выгоды, сколько главным образом ради игры [3, с. 174]. Этот мотив может иметь место в таком преступлении, как кража (ст. 205 УК), которая, как правило, относится к корыстным преступлениям. Наличие игровых мотивов позволяет объяснить хищения имущества, совершающиеся в течение длительного времени, когда, казалось бы, преступник похитил уже достаточно много и мог бы удовлетвориться приобретенными материальными благами, однако продолжает участвовать в хищениях. Это обычно вызывает удивление, тем более что постоянно возрастает риск быть разоблаченным, да и наказание в этих случаях может быть более суровым. Получается, что некоторые из подобных преступлений стимулируются уже не столько корыстью, сколько потребностью человека в игре, удовлетворяющей жизненно важные эмоциональные ощущения [3, с. 174].

Представляется, что завладение чужим имуществом может совершаться по сексуальным мотивам (например, фетишизм), что в свою очередь исключает наличие корыстного преступления.

Исходя из вышеописанного, кража может быть совершена не только по мотивам корысти.

Иной вид преступления, где может иметь место бессознательный мотив, – изнасилование. Ст. 166 УК определяет изнасилование, как половое сношение вопреки воле потерпевшей с применением насилия или с угрозой его применения к женщине или ее близким либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей [2].

Для данного преступления характерен сексуальный мотив (половое влечение). Хотя, как правило, в данном преступлении присутствует мотив самоутверждения. Путем доминирования над жертвой в определенный момент, где точкой вспышки гнева может послужить ее чрезмерно надменный вид, который как бы подсознательно говорит насильнику

о том, что он не достоин такой роскошной женщины, ведь сам он ничтожен. Причем такие преступления нередко сопровождаются жестоким избиением жертвы, что наглядно подтверждает мотив самоутверждения. Здесь имеет место именно мнение насильника о своей личности, оно играет решающую роль.

Исходя из вышеизложенного, представляется, что проблема мотивов не является однозначной, и, как правило, сложно выявить истинный мотив без кропотливого изучения, которое в данный момент отсутствует.

Выявление и изучение мотивов можно представить в качестве отдельного этапа профилактики правонарушений.

Согласно ст. 10 Закона Республики Беларусь от 4 января 2014 г. № 122-З «Об основах деятельности по профилактике правонарушений», к мерам общей профилактики правонарушений относятся: разработка и утверждение региональных комплексных программ по профилактике правонарушений и проведение профилактических мероприятий; правовое просвещение граждан; внесение представлений, вынесение предписаний; иные меры, предусмотренные настоящим Законом и другими законодательными актами [4].

Исходя из ст. 23 данного Закона, мерами индивидуальной профилактики правонарушений являются: профилактическая беседа; официальное предупреждение; профилактический учет; защитное предписание; иные меры, предусмотренные законодательными актами.

Профилактическая беседа – устное разъяснение гражданину общественной опасности подготовки и совершения правонарушений, правовых последствий, наступающих в результате совершения правонарушений, а также убеждение гражданина в недопустимости их совершения [4].

Возникает вопрос, эффективен ли подобный метод для профилактики правонарушений? Ведь ни одна из мер индивидуальной профилактики правонарушений не предполагает выяснения и изучения истинного мотива правонарушителя, а равно не может дать результатов по предупреждению подобных правонарушений, принимая во внимание то, что зачастую сам нарушитель не способен осознать мотив своего преступного поведения без помощи квалифицированного специалиста.

Автор предлагает выявление истинных мотивов преступлений возложить на квалифицированных специалистов в области психоанализа, а также включить данный этап как основную меру индивидуальной профилактики правонарушений. Учитывая загруженность органов следствия и суда, данный этап, на наш взгляд, будет уместен на стадии отбывания наказания осужденных. Следует помнить, что изучение и выяснение реальных мотивов преступлений важно для успешного исправления преступников, недопущения рецидива, а также выступает в качестве профилактики преступлений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Уголовное право. Общая часть : учебник / Н. Ф. Ахраменко [и др.] ; под ред. И. О. Грунтова, А. В. Шидловского. – Минск : Изд. центр БГУ, 2014. – 727 с.
2. Уголовный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 275-З : принят Палатой представителей 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
3. Антонян, Ю. М. Психология преступника и расследования преступлений / Ю. М. Антонян, М. И. Еникеев, В. Е. Эминов – М. : Юристъ, 1996. – 336 с.
4. Об основах деятельности по профилактике правонарушений [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 19 дек. 2013 г., № 401-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

АСПЕКТЫ УСТРАНЕНИЯ НЕДОСТАТКОВ СУДЕБНОГО РЕШЕНИЯ ВЫНЕСШИМ ЕГО СУДОМ

Как и в любом виде деятельности, так и при осуществлении правосудия могут быть допущены различного рода ошибки. Встречаются ошибки и в решениях, вынесенных судом. В большинстве случаев недостатки судебного решения – это недостаточная ясность или неполнота.

Судебное решение после его провозглашения наделено свойством неизменяемости: суд, который вынес решение, в дальнейшем не имеет права изменять или отменить его. Если судом первой инстанции при вынесении решения допущены ошибки, то они исправляются вышестоящим судом. Но существует ряд предусмотренных законом случаев, когда суд, допустивший ошибку, сам имеет возможность дополнить или же изменить решение.

К способам исправления изъянов в вынесенном судом решении относятся: дополнительное решение (ст. 326 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь), разъяснение решения (ст. 327 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь), исправление описок и явных счетных ошибок в решении (ст. 328 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь). Рассмотрим каждый способ исправления недостатков судебного решения вынесшим его судом в отдельности.

Дополнительное решение – это способ восполнения неполноты основного решения суда, которое выносится с учетом фактических обстоятельств, установленных при разбирательстве дела по существу в судебном заседании. В ст. 326 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь предусмотрены случаи, когда именно допускается вынесение дополнительного решения: 1) если судом не разрешен вопрос о судебных расходах; 2) если судом не разрешено или разрешено не полностью требование, рассмотренное в судебном заседании. Вопрос о вынесении дополнительного решения может быть поставлен и по заявлению юридически заинтересованных в исходе дела лицами, и судом, но в обоих случаях до вступления основного решения в законную силу. Важным моментом является то, что дополнительное решение – это неотъемлемая часть основного решения суда, а вместе они представляют собой единый правоприменительный акт по рассмотренному делу. В соответствии со ст. 331 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь дополнительное решение на общих основаниях может быть обжаловано и опротестовано в кассационном порядке.

Что касается разъяснения решения, то оно допускается только в том случае, если решение изложено неясно и оно не приведено в исполнение, а также не истек срок, в течение которого оно может быть исполнено в принудительном порядке. Разъяснение решения возможно в любой его части – тем самым устраняется некая неопределенность. Однако не следует путать разъяснение решения после его оглашения в зале судебного заседания и разъяснение решения в порядке ст. 327 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь.

Третий способ исправления недостатков судебного решения – это исправление описок и явных счетных ошибок (например, искажение фамилии, имени, отчества или же ошибочный подсчет общей суммы удовлетворенных исковых требований и др.). Если описки и явные арифметические ошибки обнаружены во время составления судебного решения, то они исправляются в тексте с оговоркой «исправленному верить» перед подписями судей. В случае обнаружения описок и явных арифметических ошибок после объявления судебного решения для их исправления проводится судебное заседание. Вопрос об устранении дефектов решения рассматривается в судебном заседании по заявлению лиц, участвующих в деле, или по

инициативе суда. По вопросу о внесении исправлений в решение выносится определение в форме отдельного документа, который подшивается к материалам дела. Оно рассматривается как часть судебного решения.

Поскольку вынесение решения, в котором допущена ошибка, и исправление этой ошибки часто разделяет значительный временной интервал, может возникнуть ситуация, когда окажется невозможным привлечь к процедуре исправления недостатков решения того же судью, который принял это решение. Для подобных случаев установлено более общее требование об исправлении таких недостатков тем же судом, в котором было вынесено «ошибочное» решение, а не обязательно только тем же судьей, который в своем решении допустил ошибку. Подобные дефекты могут быть связаны с плохой или неудачной редакцией судебного решения, которая приводит к неоднозначности его толкования и препятствует его исполнению. Такая ситуация может возникнуть, когда, например, не указаны индивидуальные признаки предмета, подлежащего передаче, какие конкретные действия должен совершить ответчик для восстановления нарушенных прав и законных интересов истца при удовлетворении, например, требования о защите чести и достоинства.

Резюмируя вышеизложенное, приходим к выводу, что при обнаружении внешних недостатков судебного решения по заявлению лиц, участвующих в деле, или в некоторых случаях по инициативе самого суда возникает самостоятельная стадия процесса – самоконтроль суда, являющийся составной частью правоприменительного цикла производства в суде первой инстанции. Предоставление суду первой инстанции полномочий по процессуальному самоконтролю за собственными действиями и решениями является исключением из общего правила, согласно которому суд первой инстанции выполняет присущую только ему функцию – рассмотрение и разрешение гражданского дела по существу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г. № 218-З : принят Палатой представителей 28 октября 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 ноября 1998 г., в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.

3. Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 11 янв. 1999 г., № 238-З : принят Палатой представителей 10 декабря 1998 г. : одобрен Советом Респ. 18 декабря 1998 г. : в ред. от 2014 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

М. Э. Варторьян,
студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОБЪЕКТ ТОРГОВЛИ ЛЮДЬМИ ПО БЕЛОРУССКОМУ И ЗАРУБЕЖНОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ

Ст. 181 Уголовного кодекса Республики Беларусь (далее – УК) определяет торговлю людьми как вербовку, перевозку, передачу, укрывательство или получение человека в целях эксплуатации, совершенные путем обмана, либо злоупотребления доверием, либо применением насилия, либо под угрозой применения насилия [1].

Данная статья содержится в гл. 22 УК «Преступления против личной свободы, чести

и достоинства», соответственно, объектом данного преступления являются общественные отношения по поводу обеспечения защиты личной свободы человека.

При анализе законодательства других стран можно сделать вывод о неоднозначности подходов к определению законодателем объекта торговли людьми. Часть законодателей определила схожий с белорусским правом объект преступления (Молдова, Казахстан), что связано прежде всего с тем, что данные государства ранее входили в состав СССР.

Так, например, Уголовный кодекс Казахстана признает торговлю людьми как куплю-продажу или совершение иных сделок в отношении лица, а равно его эксплуатацию либо вербовку, перевозку, передачу, укрывательство, получение, а также совершение иных деяний в целях эксплуатации (ст. 128). Также данная статья содержится в гл. 1 «Уголовные правонарушения против личности». В гл. 2 «Уголовные правонарушения против семьи и несовершеннолетних» содержится указание на торговлю несовершеннолетними (ст. 135) [2]. В данном случае родовым объектом преступлений являются общественные отношения, связанные с обеспечением безопасности личности, что схоже с белорусским уголовным правом.

Стоит отметить, что ст. 165 Уголовного кодекса Молдовы «Торговля людьми» относится к гл. III «Преступления против свободы, чести и достоинства личности» [3]. Вместе с тем ст. 206 Уголовного кодекса Молдовы также регламентирует ответственность за торговлю детьми и предусмотрена в гл. VII «Преступления против интересов семьи и несовершеннолетних» [3].

Ст. 168 Уголовного кодекса Республики Сан-Марино «Торговля живым товаром и работорговля» относится к преступлениям против свободы личности [4].

В уголовном законодательстве Литвы ст. 147, предусматривающая ответственность за торговлю людьми, находится в гл. XX «Преступления против свободы человека» [5].

Совершенно иная позиция прослеживается у законодателей Польши, Японии и Австралии.

Так, например, Уголовный кодекс Польши в ст. 253, предусматривающей ответственность за торговлю людьми, содержится в гл. XXXII «Преступления против публичного порядка» [6].

В отличие от белорусского уголовного права, уголовное законодательство Австралии предполагает ответственность за рабство и торговлю людьми и подневольное услужение как институт, близкий к рабству, но в гл. 8 о преступлениях против человечества, а не в привычной нашему праву главе о преступлениях против личной свободы [7]. При таком подходе уголовное право Австралии утверждает о недопустимости осуществления деятельности, связанной с рабством, безотносительно к индивидуальной определенности личности пострадавшего.

Японское уголовное право определяет специальный объект, отличный от свободы личности, и такое преступление содержится в главе «Преступления, состоящие в захвате или уводе». Согласно ст. 226 Уголовного кодекса Японии, ответственность несет лицо, которое «продает или покупает другое лицо для отправки за пределы Японского государства, или отправляет за пределы Японского государства захваченное, украденное или купленное лицо» [8]. Очевидно, что транснациональный характер торговли людьми в значительной степени влияет на ее общественную опасность, но, с нашей точки зрения, не может являться составообразующим для данного преступления.

Итак, основываясь на приведенном выше исследовании, можно сделать вывод о неоднозначности подходов к определению основного непосредственного объекта преступлений, связанных с торговлей людьми.

Нам кажется, что наиболее правильной является позиция законодателей, определивших личную свободу человека объектом данного преступления, так как, становясь жертвой такого преступления, человек лишается основных прав, таких как право на самостоятельный выбор жилища и рода деятельности, в определенных случаях жертвы торговли людьми и вовсе попадают в рабство.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Уголовный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 275-З : принят Палатой представителей 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
2. Уголовный кодекс Республики Казахстан [Электронный ресурс] : 3 июля 2014 г., № 226 ЗРК. – Режим доступа: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31575252. – Дата доступа: 06.04.2017 г.
3. Уголовный кодекс Республики Молдова : принят Парламентом Респ. Молдова 18 апр. 2002 г., введен в действие 21 июня 2002 г. : с изм. и доп. на 19 дек. 2002 г. – СПб. : Юридический центр пресс, 2003. – 406 с.
4. Уголовный Кодекс Республики Сан-Марино. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2002. – 253 с.
5. Уголовный кодекс Литовской Республики : утв. 26 сент. 2000 г. – СПб. : Юридический центр пресс, 2002. – 468 с.
6. Уголовный кодекс Польши. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2001. – 234 с.
7. Уголовный кодекс Австралии. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2002. – 388 с.
8. Уголовный кодекс Японии. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2002. – 226 с.

Е. В. Данилюк,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИСПОЛНИТЕЛЬНАЯ НАДПИСЬ НОТАРИУСА: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Исполнительная надпись нотариуса – это внесудебная (упрощенная) процедура взыскания долга. Последствия совершения исполнительной надписи приравнены к вынесению судебного решения, так как она является исполнительным документом и подлежит принудительному исполнению (ч. 3 п. 2 Указа № 366).

В целях разгрузки экономических судов Указом Президента Республики Беларусь от 7 мая 2015 г. № 195 (далее – Указ № 195) были внесены изменения в Указ Президента Республики Беларусь от 11 августа 2011 г. № 366 «О некоторых вопросах нотариальной деятельности» (далее – Указ № 366), которые расширили перечень оснований для получения исполнительной надписи нотариуса на признаваемую должниками задолженность.

С 10 августа 2015 г. нотариусы с соблюдением порядка и условий, предусмотренных законодательными актами, совершают исполнительные надписи о взыскании задолженности, ранее относившиеся к исключительной компетенции экономических судов, по требованиям, указанным в ч. 1 п. 1 Указа № 366. При этом в п. 2 Указа № 366 установлено, что названные требования не подлежат рассмотрению в судах общей юрисдикции в порядке приказного производства. Соответственно, при направлении их в экономические суды последние будут отказывать в их принятии в соответствии со ст. 222 ХПК.

Взыскание долгов по бесспорным требованиям с помощью исполнительной надписи нотариуса в значительной мере экономит время субъектов хозяйствования. Чтобы эффективно использовать предоставленное Указом № 366 право, необходимо грамотно и взвешенно подойти к процессу предъявления заявления о совершении исполнительной надписи. На практике наиболее частыми ошибками взыскателей при обращении за совершением исполнительной надписи являются следующие:

- В заявлении указан неверный адресат, отсутствует перечень необходимых сведений, нарушается порядок подписания, заявление подает неуполномоченное лицо.
- В доверенности представителя взыскателя отсутствует дата выдачи, не указаны полномочия, не соблюдены требования законодательства к форме; доверенность составлена за пределами Республики Беларусь и не легализована.
- Неверно оформлены копии, заверенные взыскателем.
- В документе о расчете суммы задолженности информация и отметки к нему не приложены (которые бы подтверждали полномочия документа) либо стоит подпись неуполномоченного лица.
- Акт сверки расчетов не содержит ссылку на первичные учетные документы или на договор, по которому возникла обязанность по уплате денежных средств; не указывается должность подписавшего лица и не дается расшифровка подписи.

Следует обратить внимание, что норма абз. 26 п. 1 Указа № 366 требует именно письменного признания должника и не распространяется на случаи «молчаливого» согласия должника с задолженностью перед кредиторами (при направлении должнику претензии, полученной и оставленной им без ответа). В этом случае кредиторы, как и прежде, вправе обратиться в экономический суд в порядке приказного производства [4].

Срок рассмотрения заявления о совершении исполнительной надписи значительно короче срока рассмотрения приказного заявления в экономическом суде. В соответствии со ст. 61 Закона Республики Беларусь от 18 июля 2004 г. № 305-З «О нотариате и нотариальной деятельности» нотариальное действие совершается при наличии сведений и (или) документов, необходимых для совершения такого действия, в том числе подтверждающих уплату государственной пошлины и других необходимых в соответствии с названным Законом платежей, в день обращения лица за совершением этого действия, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь. Для выполнения большого объема работы, необходимой при совершении нотариального действия, данный срок продлевается до 3 дней [3].

Нотариальные тарифы за совершение исполнительной надписи установлены п. 20 нотариальных тарифов за совершение нотариальных действий и оказание услуг правового и технического характера нотариусами, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 27 декабря 2013 г. № 1145 [1]. В сравнении с суммой государственной пошлины, уплачиваемой кредиторами за подачу в экономический суд заявления о возбуждении приказного производства, сумма нотариального тарифа за совершение нотариального действия значительно выше.

Недостатком исполнительной надписи является необходимость личного присутствия представителя кредитора при подаче документов для совершения исполнительной надписи, подписание заявления в присутствии нотариуса, а следовательно, и невозможность направления документов по почте (ст. 57 Закона Республики Беларусь от 18 июля 2004 г. № 305-З «О нотариате и нотариальной деятельности»). В совокупности с необходимостью предоставления оригиналов документов указанное обстоятельство создает дополнительные временные затраты для кредиторов, а также увеличивает расходы на оплату юридической помощи адвокатов и иных лиц, оказывающих им юридическую помощь.

Несмотря на обязательность направления должнику письменного предупреждения о необходимости уплаты денежных средств и намерении обратиться за совершением исполнительной надписи, должник не ставится в известность об уже состоявшемся обращении кредитора за совершением исполнительной надписи о взыскании задолженности, что увеличивает шансы кредитора на получение денежных средств путем списания их в бесспорном порядке до того, как должник переведет денежные средства с известного кредитору расчетного счета на другой – неизвестный, что нередко случалось при рассмотрении дела в порядке приказного производства.

Абзацем 5 ч. 2 п. 25 перечня документов, по которым взыскание производится в бесспорном порядке на основании исполнительных надписей, утвержденного

постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28 декабря 2006 г. № 1737, установлено, что взыскатель на документе о расчете делает отметку о непогашении задолженности после направления должнику письменного предупреждения о необходимости уплаты денежных средств и намерении обратиться за совершением исполнительной надписи [2].

Как следует из указанной нормы права, взыскатель не предоставляет нотариусу само письменное предупреждение, но в случае обжалования должником законности совершения исполнительной надписи нотариусом суд может истребовать данный документ у взыскателя для подтверждения законности совершения исполнительной надписи [5].

Достоинством для кредиторов является и порядок оспаривания должником совершенной нотариусом исполнительной надписи.

В приказном производстве должник может, действуя недобросовестно, воспрепятствовать кредитору во взыскании путем подачи отзыва на заявление о возбуждении приказного производства или заявления об отмене определения о судебном приказе. Оспорить же совершенную исполнительную надпись должник может либо в порядке производства по делам по жалобам на нотариальные действия согласно ст. 266 ХПК лишь по причине ее неправильного совершения с процедурной точки зрения, либо в порядке искового производства в случае несогласия должника с совершением исполнительной надписи из-за имеющихся у него разногласий с кредитором по существу спора, обратившись в экономический суд с заявлением о признании не подлежащим исполнению исполнительного документа, по которому взыскание осуществляется в бесспорном порядке, что не позволит должнику злоупотребить правами, предусмотренными ХПК.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об утверждении нотариальных тарифов за совершение нотариальных действий и оказание услуг правового и технического характера нотариусами и тарифов на услуги технического характера, оказываемые работниками нотариальных архивов [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 27 дек. 2013 г., № 1145 // АПС «Бизнес-Инфо» / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2016.

2. Об утверждении перечня документов, по которым взыскание производится в бесспорном порядке на основании исполнительных надписей [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларуси, 28 дек. 2006 г., № 1737 // АПС «Бизнес-Инфо» / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2016.

3. Белявский, С. Нотариальный порядок взыскания признаваемой задолженности. Правовое регулирование и судебная практика [Электронный ресурс] / С. Белявский // АПС «Бизнес-Инфо» / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2016.

4. Плохотская, Н., Галич, М. Исполнительная надпись или приказное производство? Некоторые преимущества и недостатки [Электронный ресурс] / Н. Плохотская, М. Галич // АПС «Бизнес-Инфо» / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2016.

5. Третьяк, В. Письменное предупреждение о необходимости уплаты денежных средств и намерении обратиться за совершением исполнительной надписи [Электронный ресурс] / В. Третьяк // АПС «Бизнес-Инфо» / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2016.

ПРЕДМЕТ ДОКАЗЫВАНИЯ НА СТАДИИ ВОЗБУЖДЕНИЯ УГОЛОВНОГО ДЕЛА

Основным содержанием производства по уголовным делам, начиная от их возбуждения и заканчивая пересмотром вышестоящими судами, является работа с доказательствами в тех пределах и формах, которые определяются задачами, стоящими перед каждой конкретной стадией уголовного процесса. С доказательственной деятельностью так или иначе связаны все процессуальные отношения. Конечно, было бы неправильно сводить весь уголовный процесс к доказыванию, но все же доминирующая роль доказывания в уголовном процессе является несомненной.

Ст. 102 Уголовно-процессуального кодекса (далее – УПК) Республики Беларусь устанавливает понятие доказывания. Согласно ей «доказывание состоит в собирании, проверке и оценке доказательств с целью установления обстоятельств, имеющих значение для законного, обоснованного и справедливого разрешения уголовного дела» [5].

О. В. Колесникова определяет доказывание как «процессуальную деятельность уполномоченных лиц по собиранию, проверке и оценке фактических данных, необходимых для установления истины по делу и решения задач уголовного процесса» [2, с. 14].

С процессом доказывания по любому уголовному делу тесно связано такое понятие, как «предмет доказывания». На сегодняшний день под предметом доказывания понимают совокупность обстоятельств, подлежащих доказыванию по конкретному уголовному делу. В некоторых источниках его определяют:

- как «схему действий, направления исследования, определенные уголовно-процессуальным законом в виде системы обстоятельств, подлежащих установлению и составляющих фактическую основу для принятия процессуальных решений» [1, с. 49];
- «своеобразную программу доказательственной деятельности субъекта доказывания, в ходе которой отсекается все, что лежит за пределами цели уголовно-процессуального познания» [8, с. 75];
- «систему обстоятельств, установление которых необходимо для правильного разрешения уголовного дела и выполнения задач уголовного судопроизводства» [3, с. 28].

Из приведенных выше определений следует вывод, что понятие предмета доказывания связано с уже возбужденным уголовным делом. Это обусловлено ст. 89 УПК, которая определяет обстоятельства, подлежащие доказыванию только по уголовному делу. Однако процесс доказывания имеет место и на стадии возбуждения уголовного дела.

Так, ст. 103 УПК устанавливает, что «собирание доказательств производится в процессе разрешения заявлений и сообщений о преступлении, ускоренного производства, дознания, предварительного следствия и судебного разбирательства путем проведения допросов, очных ставок, предъявления для опознания, выемки, обысков, осмотров, следственных экспериментов, производства экспертиз и других процессуальных действий...» [5]. Статья 104 УПК предписывает органам, ведущим уголовный процесс, всесторонне, полно и объективно проверять доказательства, собранные не только по уголовному делу, но и по материалам.

Установление предмета доказывания необходимо для правильного принятия процессуальных решений по материалам и уголовному делу, а также для выполнения задач, возложенных на уголовный процесс. Статья 89 УПК четко определяет предмет доказывания на стадиях предварительного расследования и судебного разбирательства. Для стадии возбуждения уголовного дела перечень обстоятельств, подлежащих доказыванию, законодательно не установлен. В связи с этим возникают сложности в определении

необходимой и достаточной совокупности обстоятельств, позволяющей принять решение по поступившему заявлению или сообщению о преступлении.

К обстоятельствам, подлежащим доказыванию по уголовному делу, относят:

- 1) наличие общественно опасного деяния, предусмотренного уголовным законом (время, место, способ и другие обстоятельства его совершения);
- 2) виновность обвиняемого в совершении преступления;
- 3) обстоятельства, влияющие на степень и характер ответственности обвиняемого (обстоятельства, смягчающие и отягчающие ответственность, характеризующие личность обвиняемого);
- 4) характер и размер вреда, причиненного преступлением;
- 5) обстоятельства, подтверждающие, что имущество приобретено преступным путем или является доходом, полученным от использования этого имущества.

В некоторых источниках высказываются мнения о том, что не существует единого предмета доказывания для всех стадий уголовного процесса: «если признать правильной точку зрения о том, что предмет доказывания одинаков во всех стадиях, то это должно привести к отрицанию различия между стадиями возбуждения уголовного дела и предварительного расследования, поскольку на этих стадиях должны устанавливаться одни и те же обстоятельства... в различных стадиях процесса предмет доказывания может быть разным» [3, с. 30–31]; «предмет доказывания не остается неизменным не только в зависимости от особенностей самого дела, но и от стадии процесса, в рамках которой реализуется доказательственная деятельность» [1, с. 51]. Предмет доказывания на каждой стадии уголовного процесса зависит от особенностей и непосредственных задач самой стадии, в связи с чем на отдельных стадиях уголовного процесса должны выясняться лишь некоторые обстоятельства, входящие в общий предмет доказывания и указанные в ст. 89 УПК. Такие предметы доказывания являются усеченными.

Усеченный предмет доказывания имеет место и на стадии возбуждения уголовного дела. Согласно ст. 167 УПК основаниями для возбуждения уголовного дела являются:

- 1) наличие достаточных данных, указывающих на признаки преступления, при отсутствии обстоятельств, исключающих производство по уголовному делу;
- 2) исчезновение лица, если в течение десяти суток с момента подачи заявления оперативно-розыскными мероприятиями, проведенными в этот срок, установить местонахождение лица не представляется возможным [5].

Стадия возбуждения уголовного дела имеет своей целью правильное разрешение заявления или сообщения о преступлении, что предполагает установление совокупности обстоятельств, существенных для принятия решения о возбуждении уголовного дела, об отказе в возбуждении уголовного дела, прекращении проверки и разъяснении заявителю права возбудить в суде в соответствии со ст. 426 УПК уголовного дела частного обвинения или решения о передаче заявления или сообщения по подследственности. Для принятия одного из указанных выше решений органу уголовного преследования необходимо установить обстоятельства, предусмотренные ст. 167 УПК, т. е. доказать наличие в деянии данных, указывающих на признаки преступления; отсутствие обстоятельств, исключающих производство по уголовному делу, или невозможность обнаружения исчезнувшего лица в течение десяти суток. Представляется, это и будет являться предметом доказывания на стадии возбуждения уголовного дела.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Быков, В. М. Доказывание в стадии возбуждения уголовного дела по УПК РФ / В. М. Быков, Л. В. Березина. – Казань : Таглимат ИЭУП, 2006. – 256 с.
2. Колесникова, О. В. Собираание доказательств на стадии возбуждения уголовного дела : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.09 / О. В. Колесникова. – Минск, 2016. – 171 с.
3. Кузнецов, Н. П. Доказывание в стадии возбуждения уголовного дела /

Н. П. Кузнецов. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1983. – 117 с.

4. Строгович, М. С. Курс советского уголовного процесса : в 2 т. / М. С. Строгович. – М. : Наука, 1968 – 1970. – Т. 1 : Основные положения науки советского уголовного процесса. – 1968. – 469 с.

5. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 16 июля 1999 г., № 295-З : принят Палатой представителей 24 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 20.04.2016 г. № 358-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

6. Уголовный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 275-З : принят Палатой представителей 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 20.04.2016 г. № 358-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

7. Фаткуллин, Ф. Н. Общие проблемы процессуального доказывания / Ф. Н. Фаткуллин. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 1973. – 176 с.

8. Шейфер, С. А. Доказательства и доказывание по уголовным делам : проблемы теории и правового регулирования / С. А. Шейфер. – М. : Норма, 2009. – 240 с.

А. С. Кокор,

студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПОНЯТИЕ ИЗНАСИЛОВАНИЯ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Согласно ст. 166 Уголовного кодекса Республики Беларусь (далее – УК Беларуси) под изнасилованием понимается половое сношение вопреки воле потерпевшей с применением насилия или с угрозой его применения к женщине или ее близким либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей [1].

Следует рассмотреть, что понимается под изнасилованием в законодательстве зарубежных стран.

К примеру, в ст. 131 УК РФ изнасилование определяется как половое сношение с применением насилия или угрозой его применения к потерпевшей или другим лицам либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей [2].

В свою очередь, в ст. 222–23 УК Франции под изнасилованием понимается любой акт сексуального проникновения какого-либо рода, совершенный в отношении другого лица путем насилия, принуждения, угрозы или обмана [3].

В ч. 1 § 177 УК ФРГ дается следующее определение изнасилования:

«Кто:

1) используя насилие;

2) применяя угрозу реальной опасности для жизни и здоровья, или

3) используя положение, в котором жертва беззащитно отдана на его произвол,

принуждает другое лицо терпеть сексуальные действия этого лица или третьего лица в отношении себя или совершать такие действия в отношении исполнителя или третьего лица» [4].

Согласно Закону о половых преступлениях Англии 2003 г. (ст. 1) под изнасилованием понимается половое проникновение, когда потерпевшее лицо не давало согласия на него и виновный не был разумно уверен в наличии такого согласия [5, с. 607].

В нереформированном законодательстве США об ответственности за изнасилование это преступное деяние определяется как половое сношение с использованием силы или под

угрозой ее применения, против воли женщины или без ее согласия [5, с. 710].

В ст. 236 УК Китайской Народной Республики дается следующая дефиниция изнасилования: «изнасилование, совершенное с применением к женщине угроз и насилия» [6].

Исходя из содержания ст. 197 УК Республики Польша, можно сделать вывод, что изнасилование представляет собой доведение другого лица до полового сношения путем насилия, противоправной угрозы или обмана [7].

В Уголовном кодексе Швеции понятие изнасилования трактуется в гл. 6 ст. 1: «Лицо, которое путем насилия или угроз, являющихся или представляющихся пострадавшему лицу как непосредственная опасность, принуждает последнего к половому сношению или к занятию, схожему с половым действием, которые, учитывая природу насильственных действий и обстоятельства в целом, сравнимы с принудительным вступлением в половую связь, должно быть приговорено за изнасилование... Приведение в беспомощное или другое подобное состояние должно рассматриваться как действия, эквивалентные насилию» [8].

Под изнасилованием в Уголовном кодексе Японии понимается совершение путем применения насилия или угроз совращения лица женского пола, достигшего тринадцати лет, а также лица женского пола, не достигшего тринадцати лет (ст. 177). Внимание привлекает ст. 178 УК Японии, которая гласит: «Тот, кто совершил развратное действие в отношении другого лица или совратил его, воспользовавшись бессознательным состоянием или неспособностью этого лица сопротивляться либо приведя его в бессознательное состояние или в состояние неспособности сопротивляться, наказывается по правилам двух предыдущих статей» [5, с. 996]. В данной статье предусмотрены деяния, приравняемые в том числе и к изнасилованию.

Согласно ст. 375 УК Индии изнасилование определяется как половое сношение с женщиной при одном из следующих обстоятельств: против ее воли; без ее согласия; если ее согласие вынуждено угрозой смерти или нанесения телесного повреждения; если виновный знает, что он не является мужем женщины, тогда как согласие дано ею потому, что она принимает виновного за другого мужчину, с которым она находится или считает себя находящейся в законном браке; с ее согласия или без такового, если она не достигла 16 лет [9].

Изнасилование по Уголовному кодексу Дании (§ 216, гл. 24 УК) трактуется как принуждение к половому сношению путем насилия или угрозы насилием, при этом поставление лица в такое положение, при котором оно не способно оказывать сопротивление, приравнивается к насилию [10].

Проанализировав определение изнасилования как преступления в различных странах, можно прийти к выводу, что практически все исследованные нами уголовные законодательства указывают в качестве обязательных признаков данного преступления насилие и угрозу как средства (способы) принуждения к половому сношению. Законодательство ряда стран прямо указывает на то, что угроза при изнасиловании должна быть действительной, наличной и достаточно серьезной. Например, УК Германии говорит об угрозе реальной опасности для жизни или здоровья, УК Индии – об угрозе смерти или нанесения телесного повреждения.

Половое сношение с использованием беспомощного состояния потерпевшего является либо одним из способов изнасилования, либо самостоятельным деянием, приравненным к изнасилованию (например: Англия, Германия, Швеция, Япония).

Принуждение как способ совершения действий сексуального характера содержится в УК таких стран, как Франция, Германия, Швеция.

Законодательством ряда стран предусмотрен еще один способ совершения изнасилования, а именно обман потерпевшего. Очевидно, в данном случае законодатель исходит из того, что при обмане половое сношение также совершается помимо воли потерпевшего. Нужно отметить, что в УК Беларуси такой способ не указывается.

Исходя из вышеизложенного, считаем, что определение изнасилования недостаточно раскрыто, и необходимо внести изменения и дополнения в ст. 166 УК Беларуси, добавив положение о таком способе совершения сексуального посягательства, как обман. К примеру,

путем выдачи себя за другое лицо или же путем заведомо ложного обещания вступить в брак человек совершает преступное деяние (изнасилование). В таких случаях можно полагать, что при обмане половое сношение также совершается помимо воли потерпевшего.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Уголовный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 275-З : принят Палатой представителей 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 20.04.2016 г. № 358-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : 13 июня 1996 г., № 63-ФЗ : принят Государственной Думой 24 мая 1996 г. : одобр. Советом Федерации 5 июня 1996 г. : в ред. Федер. закона от 07.03.2017 г. // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант-Плюс». – М., 2017.
3. Уголовный кодекс Франции. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2002. – 648 с.
4. Уголовный кодекс ФРГ : пер. с нем. – М. : ИКД «Зерцало-М», 2001. – 208 с.
5. Уголовное право зарубежных стран. Общая и Особенная части : учебник / И. Д. Козочкин [и др.] ; под ред. И. Д. Козочкина. – М. : Волтерс Клувер, 2010. – 1056 с.
6. Уголовный кодекс Китайской Народной Республики. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2001. – 303 с.
7. Уголовный кодекс Польши. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2001. – 234 с.
8. Уголовный кодекс Швеции. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2001. – 320 с.
9. Уголовный кодекс Индии. – М. : Изд-во иностр. лит., 1958. – 240 с.
10. Уголовный Кодекс Дании. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2001. – 230 с.

М. А. Конанкова,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь (далее – ГПК), наряду с иными производствами, которые возникают из административно-правовых отношений, отдельно выделяет приказное производство.

Приказное производство выполняет одновременно несколько функций и решает ряд практических задач.

По мнению Н. И. Масленниковой, судебный приказ позволяет:

«1) повысить оперативность судебной защиты субъективных прав и эффективность исполнения принятых решений;

освободить суды от дел, которые не нуждаются в развернутой процедуре рассмотрения; привить гражданам чувство повышенной ответственности за принятые на себя обязанности;

усилить превентивную функцию права» [1].

В соответствии со ст. 394 ГПК приказным производством является производство по заявлению о взыскании денежной суммы или истребовании движимого имущества с должника без проведения судебного заседания и вызова сторон, если:

требование основано на нотариально удостоверенной сделке (кроме сделки, на основании которой возникает обязательство по уплате денежных средств);

заявлено требование о взыскании алиментов на несовершеннолетних детей, не связанное с установлением материнства и (или) отцовства либо необходимостью привлечения

третьих лиц к участию в деле;

заявлено требование о взыскании расходов, затраченных государством на содержание детей, находящихся на государственном обеспечении, с лица, обязанного возмещать, но в течение шести месяцев не в полном объеме возмещающего такие расходы в добровольном порядке. Когда место жительства (место пребывания) указанного лица неизвестно, взыскание с него расходов осуществляется в порядке искового производства.

В соответствии со ст. 220 ХПК суд выносит определение о судебном приказе (приказное производство) также без разбирательства и вызова сторон по заявлению взыскателя. При этом рассматриваются требования о взыскании денежных средств, истребовании имущества или обращении взыскания на имущество должника, которые носят бесспорный характер (основаны на документах, подтверждающих задолженность должника), либо признаются (не оспариваются) должником, но не выполняются, либо заявлены на сумму до 100 базовых величин.

В приказном производстве могут быть заявлены любые требования, однако есть исключения, которые предусматриваются в ст. 220 ХПК. Не подлежат рассмотрению в порядке приказного производства требования:

об истребовании собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества;

исполнении гарантийного обязательства (за исключением банковской гарантии);

исполнении обязательства, возникшего из договора об уступке требования либо переводе долга (за исключением случаев письменного признания должником задолженности).

Приказное производство возможно возбудить лишь при наличии следующих критериев: существует бесспорный характер; должно признаваться должником, но не выполняться; быть заявленными на сумму не более 100 базовых величин.

В соответствии со ст. 396 ГПК, судья отказывает в принятии заявления о возбуждении приказного производства по основаниям, предусмотренным ст. 245 и 246 ГПК. Кроме того, судья отказывает в принятии заявления в случаях, если заявленное требование не предусмотрено ст. 394 настоящего Кодекса; место жительства или место нахождения должника находятся вне пределов Республики Беларусь. Не представлены документы, подтверждающие заявленное требование; усматривается наличие спора о праве, который невозможно разрешить на основании представленных документов; заявление не оплачено государственной пошлиной. Для оценки доказательств важное значение имеют документы, подтверждающие заявленное требование, и наличие спора о праве, который невозможно разрешить на основании представленных документов.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что приказное производство, будучи упрощенной процедурой судопроизводства в экономических судах, тем не менее, требует четкого выполнения предписаний законодательства. Взыскателям и должникам в целях исключения ошибок необходимо быть внимательными как при подаче заявлений о возбуждении приказного производства, ходатайств о рассмотрении дела в порядке искового производства, так и при изложении доводов в отзывах. Действия суда согласно ГПК имеют значительное отличие от рядовых действий на основании ХПК. Приказное производство в ХПК предполагает собой документарный процесс, когда без проведения судебного заседания и вызова сторон суд рассматривает заявленные требования, исходя из доказательств, представленных сторонами или одной стороной, и при отсутствии мотивированных возражений другой стороны выносит судебное постановление.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Масленникова, Н. И. Судебный приказ / Н. И. Масленникова // Рос. юрид. журн. – 1996. – № 3. – С. 40.

ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ ОБЫСКА И ВЫЕМКИ В ЖИЛИЩЕ И ИНОМ ЗАКОННОМ ВЛАДЕНИИ

Одним из основных прав, ограничиваемых при производстве по уголовному делу и непосредственно в процессе проведения следственных действий, является право граждан на неприкосновенность жилища. Указанное право провозглашено в ст. 29 Конституции Республики Беларусь, где говорится: «Неприкосновенность жилища и иных законных владений граждан гарантируется. Никто не имеет права без законного основания войти в жилище и иное законное владение гражданина против его воли» [1]. Закрепление в Основном Законе рассматриваемого предписания, безусловно, предопределило необходимость установления системы гарантий реализации права на неприкосновенность жилища в Уголовном процессуальном кодексе (далее – УПК).

В настоящее время более 90 % случаев обысков проводится в жилище и ином законном владении граждан. При этом УПК устанавливает особенности для обыска и выемки в данном месте в связи с ограничением конституционного права граждан на личную жизнь. Обыск и выемка производятся тогда, когда для этого есть достаточные правовые основания, когда они необходимы по обстоятельствам дела и, следовательно, нравственно оправданы. Незаконное производство обыска и выемки – грубое нарушение конституционных прав гражданина. Для производства обыска и выемки в жилище необходимо получить санкцию прокурора, что означает, в частности, повышение ответственности за необоснованный обыск. При производстве обыска участвует лицо, в помещении которого производится обыск, либо совершеннолетние члены его семьи. Одновременно необходимо принять меры к тому, чтобы дети, проживающие в помещении, были удалены и размещены в другом месте. Если в семье находятся больные, то их следует изолировать таким образом, чтобы обыск не мог непосредственно влиять на их состояние [2, с. 100].

В соответствии с ч. 2 ст. 210 УПК выемка в жилище или ином законном владении против воли собственника или проживающих в нем лиц проводится в соответствии с правилами ч. 7 ст. 204 УПК. А ч. 9 этой же нормы говорит о том, что обыск и выемка в жилище и ином законном владении, в помещениях организаций проводятся в присутствии лиц, указанных в ч. 8, 9 ст. 204 УПК.

Этимология слова «жилище» означает помещение, в котором живут люди, в котором можно жить. Для полного понимания значения рассматриваемого термина необходимо уяснить суть другого понятия – «помещение». С. И. Ожегов под помещением подразумевает внутренность здания, место, где кто-нибудь живет или что-нибудь помещается [3, с. 559]. Именно такой подход к понятию «жилище» воспринял белорусский законодатель. Так, в соответствии с п. 6 ст. 6 УПК Республики Беларусь жилищем является помещение, предназначенное для постоянного или временного проживания людей (индивидуальный дом, квартира, комната в гостинице, дача, садовый домик и т. д.), а также те его составные части, которые используются для отдыха, хранения имущества либо удовлетворения иных потребностей человека (балконы, застекленные веранды, кладовые и т. д.).

Таким образом, основным признаком, характеризующим жилище, в белорусском законодательстве является предназначенность помещения для проживания людей, а не его используемость. Это объясняется тем, что применение признака использования для проживания приводит к необоснованному расширению толкования термина «жилище». Так, для временного проживания можно использовать коридоры, чердачные помещения и др., но эти объекты нельзя признать жилищем, так как такое толкование основывается на субъективном факторе – усмотрении отдельного человека.

Исходя из анализа редакции ст. 6 УПК «законное владение» включает как недвижимое, так и движимое имущество. К недвижимости в соответствии с ч. 1 п. 1 ст. 130 Гражданского кодекса относятся земельные участки, участки недр, обособленные водные объекты и все, что прочно связано с землей, т. е. объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе леса, многолетние насаждения, здания, сооружения. Часть 2 п. 1 ст. 130 Гражданского кодекса выделяет отдельные виды недвижимых вещей не ввиду их естественной связи с землей, а исходя из юридических критериев. К ним относятся, например, предприятие в целом как имущественный комплекс, воздушные и морские суда, космические объекты. Отнесение таких вещей к недвижимым вызвано особой значимостью, ценностью этих видов имущества [4, с. 376].

Право законного владения приведенными объектами, его ограничение, возникновение, переход и прекращение подлежат регистрации в специально уполномоченных на то органах.

Согласно п. 2 ст. 130 Гражданского кодекса все остальные вещи, включая деньги и ценные бумаги, признаются движимым имуществом.

Следует согласиться с И. В. Данько и С. В. Рыбаком о том, что столь широкое понимание законного владения в ст. 6 УПК порождает дискуссии относительно его использования при проведении осмотра, обыска и выемки. Их производство в законном владении сопряжено с определенными ограничениями, например получением согласия собственника, а при его отсутствии – вынесением постановления, санкционированного прокурором или его заместителем, а также обязательным присутствием понятых. При этом нет ничего плохого, что государство стремится создать надежные гарантии прав и законных интересов личности в уголовном процессе. Однако представляется, это правило не должно распространяться на законное владение в контексте ст. 6 УПК, т. е. на любое недвижимое и движимое имущество лица. Вряд ли уместно получение санкции прокурора на осмотр, например, мотоцикла, велосипеда, дорожной сумки и т. д. Данный вывод логически вытекает из анализа уже упоминавшейся ст. 29 Конституции Республики Беларусь, а также ст. 14 УПК, в соответствии с которой никто не имеет права без законного основания войти в жилище и иное законное владение лица против его воли. Обыск, выемка, осмотр помещений, производство других процессуальных действий, связанных со вторжением в жилище, и иные законные владения могут производиться только по основаниям и в порядке, предусмотренном УПК. Следует согласиться с учеными о том, что в указанных нормах законодатель, используя слова «войти», «вторжение», «помещение», под законным владением понимает лишь недвижимость, представленную в виде зданий, сооружений, изолированных помещений, являющихся частью капитального строения, где может храниться имущество, подлежащее обнаружению, изъятию, описи, аресту и т. д. [5, с. 174].

Такое же значение в рассматриваемое понятие вкладывает Закон Республики Беларусь от 17 июля 2007 г. № 263-З «Об органах внутренних дел Республики Беларусь», ст. 25 которого предоставляет сотрудникам ОВД право «входить беспрепятственно, при необходимости с повреждением запирающих устройств и других предметов, в любое время суток в жилые помещения и иные законные владения граждан...» [6].

Между тем при детальном изучении специальных норм УПК, регламентирующих процедуру осмотра, выемки в жилище и ином законном владении, можно обнаружить еще большее сужение содержания анализируемого термина. Так, ч. 8 ст. 204 УПК предусматривает, что при осмотре или выемке в жилище и ином законном владении должно быть обеспечено присутствие проживающего в нем совершеннолетнего лица. Следовательно, применительно к данным отношениям в качестве законного владения может выступать только помещение, в котором проживают граждане, т. е. жилище. Данный тезис подтверждается п. 14 ч. 5 ст. 34 УПК, который наделяет прокурора полномочием санкционировать производство обыска и осмотра только жилища, не упоминая иное законное владение. Налицо несоответствие объема понятия, регламентированного в п. 7 ст. 6 УПК, и используемого в иных нормах уголовно-процессуального закона. Более того, в отдельных статьях произошло отождествление жилища и законного владения, что вносит терминологическую путаницу и

в без того сложные для понимания и применения нормы и требует внесения в УПК соответствующих изменений.

Представляется, в уголовном процессе объекты законного владения не должны ограничиваться только помещениями, предназначенными для проживания людей. Это не отвечает не только принципиальным установлениям, предусмотренным ст. 14 УПК, но и ст. 29 Основного Закона страны [5, с. 175].

Таким образом, ошибки правоприменителя, связанные с производством выемки и обыска в жилище и ином законном владении, обусловлены не только искажением практики применения рассмотренных норм УПК, но и недостатками самого уголовно-процессуального закона, которые необходимо устранять.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.
2. Кобликов, А. С. Юридическая этика : учеб. для вузов. 2-е изд., измен. / А. С. Кобликов. – М. : Норма, 2004. – 164 с.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеол. Выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
4. Ковкель, Н. Ф. Логические правила и ошибки легального дефинирования правовых понятий / Н. Ф. Ковкель // Вестник Акад. МВД Респ. Беларусь. – 2006. – № 2 (12). – С. 26–31.
5. Данько, И. В. Законное владение по уголовно-процессуальному кодексу Республики Беларусь / И. В. Данько, С. В. Рыбак // Право.by. – 2008. – № 1. – С. 172–175.
6. Об органах внутренних дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 17 июля 2007 г., № 263-3 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. – Минск, 2017.

Д. А. Новиков,
студент 5-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О НОРМОТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – ВАЖНЕЙШИЙ ИНСТИТУТ КОНСТИТУЦИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Институт законодательства о нормотворческой деятельности – это совокупность взаимосвязанных актов законодательства, закрепляющих основу системы нормативных правовых актов и регулирующих нормотворческий процесс, а также регистрацию, опубликование и вступление в силу ненормативных правовых актов и международных договоров [1, с. 70].

Нормы института законодательства о нормотворческой деятельности можно разделить на две группы: материальные нормы и процессуальные нормы. Материальные нормы закрепляют понятие, виды, юридическую силу нормативных правовых актов, действующих в Республике Беларусь. Процессуальные регламентируют нормотворческий процесс – планирования, подготовки (в том числе нормотворческую технику), внесения, рассмотрения, принятия, регистрации, опубликования, введения в действие нормативных правовых актов.

Институт законодательства о нормотворческой деятельности является единым образованием в белорусской законодательной системе. Данный институт выделен из состава институтов законодательства о государственных органах. Материальное единство

всех актов данного института обеспечивается общностью предмета правового регулирования, а формальное единство – Законом Республики Беларусь «О нормативных правовых актах Республики Беларусь» от 10 января 2000 г. № 361-З (далее – Закон об НПА) [2], который связывает различные акты данного института.

В развитии нормотворческой деятельности в Республике Беларусь и становлении нового законодательства можно выделить два этапа: I-й этап – с 1991 года по 1997 год; II этап – с 1998 года по настоящее время. Разграничение, на наш взгляд, следует проводить по моменту создания Национального центра законопроектной деятельности при Президенте Республики Беларусь, который призван был создать единую республиканскую систему законопроектной деятельности.

Целенаправленное формирование института нормотворческой деятельности стало осуществляться с конца 90-х гг., когда было издано около 10 указов Президента, посвященных различным аспектам подготовки, систематизации и учета нормативных правовых актов. Помимо Закона об НПА важную роль в становлении института нормотворческой деятельности сыграли указы Президента Республики Беларусь от 20 июля 1998 г. № 369 «О Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь», от 10 апреля 2002 г. № 205 «О Концепции совершенствования законодательства Республики Беларусь», от 11 августа 2003 г. № 359 «О мерах по совершенствованию нормотворческой деятельности» и др.

Рассматриваемый институт входит в систему отрасли конституционного законодательства. Конституционно-правовой характер носят нормы Закона об НПА, Закона от 28 мая 1999 г. № 261-З «О применении на территории Республики Беларусь законодательства СССР», Декрета Президента от 24 февраля 2012 г. № 3 «О некоторых вопросах опубликования и вступления в силу правовых актов Республики Беларусь» и т. д.

Одним из концептуальных законов в сфере конституционного законодательства и организации работы государственных органов и иных государственных организаций по подготовке проектов нормативных правовых актов является Закон об НПА, представляющий собой систематизированный законодательный свод общеобязательных правил, применяемых в нормотворческой деятельности.

Закон об НПА, на наш взгляд, является примером высокой законодательной техники. Так, соответствующие законы субъектов Российской Федерации менее содержательны и включают меньшее количество норм. Данный Закон урегулировал многие спорные вопросы и завершил начальное формирование единой республиканской системы законопроектной деятельности.

До принятия Закона о НПА отношения, связанные с подготовкой, оформлением, принятием, опубликованием, действием, толкованием, систематизацией нормативных правовых актов, были практически вне сферы законодательного регулирования, что порождало трудности в нормотворческой деятельности (в частности, связанные с нестабильностью законодательства, отсутствием порядка планирования нормотворческой деятельности и совместной работы государственных органов над проектами, принятием нормативных правовых актов неправомочными органами, спорами о юридической силе нормативных правовых актов, необходимостью определения правопреемства в отношении ранее принятых нормативных правовых актов, трудностями в реализации нормативных правовых актов).

С принятием Закона об НПА данные пробелы в основном были устранены, работа нормотворческих органов приобрела более упорядоченный и системный характер, были исключены неоднородность и противоречивость формировавшейся практики подготовки проектов нормативных правовых актов, четко определены требования к нормотворческим полномочиям государственных органов и к структуре нормативных правовых актов, введена единая терминология, применяемая в нормотворчестве. В целом Законом об НПА охвачены все стадии нормотворческого процесса, что позволяет сделать прозрачной и целенаправленной работу республиканских и местных нормотворческих органов.

После принятия Закона об НПА в стране постоянно принимались меры по совершенствованию нормотворчества, которые нашли свое отражение в указах Президента Республики Беларусь от 29 мая 2007 г. № 244 «О криминологической экспертизе проектов законов Республики Беларусь», от 16 июля 2007 г. № 318 «О порядке доведения до всеобщего сведения технических нормативных правовых актов», от 30 декабря 2010 г. № 711 «О некоторых вопросах осуществления обязательной юридической экспертизы нормативных правовых актов», от 30 декабря 2010 г. № 712 «О совершенствовании государственной системы правовой информации Республики Беларусь», от 6 июня 2011 г. № 230 «О мерах по совершенствованию криминологической экспертизы», от 24 февраля 2012 г. № 105 «О банке данных проектов законов Республики Беларусь», Декрете Президента Республики Беларусь от 24 февраля 2012 г. № 3 «О некоторых вопросах опубликования и вступления в силу правовых актов Республики Беларусь».

Все сказанное дает основание полагать, что в Республике Беларусь существуют концептуальные национальные законодательные акты, устанавливающие порядок нормотворческой деятельности, в нормотворческий процесс внедрены институты обязательных (юридической и криминологической) экспертиз проектов нормативных правовых актов, предварительного контроля конституционности законов, электронной системы официального опубликования нормативных правовых актов, приняты другие прогрессивные меры по оптимизации нормотворческого процесса.

Последующее повышение эффективности нормотворчества в Республике Беларусь связано с новым Законом о НПА, принятым Палатой представителей в первом чтении 28.06.2016. В числе основных нововведений, предлагаемых законопроектом, можно выделить следующие:

- На уровне Закона определяются единые обязательные требования к подготовке проектов нормативных правовых актов всех нормотворческих органов.
- Положения, поясняющие основные требования нормотворческой техники и имеющие важное значение для их единообразного применения, изложены в приложении к законопроекту.
- Обновлена терминология действующего Закона Республики Беларусь «О нормативных правовых актах Республики Беларусь» с учетом практики его применения.
- Установлены требования к локальным актам.
- Предусмотрены положения о публичном обсуждении проектов нормативных правовых актов, регламентируется порядок принятия (издания) нормативных правовых актов в порядке эксперимента, исчисления сроков в нормотворческом процессе.
- В законопроекте определены четкие критерии и способы оценки при прогнозировании предполагаемых последствий принятия (издания) нормативных правовых актов.
- Урегулирован порядок реализации пакетного принципа подготовки проектов нормативных правовых актов, обеспечения системности и комплексности, стабильности правового регулирования общественных отношений.
- Унифицированы подходы по согласованию проектов всех видов нормативных правовых актов, в том числе сроки согласования, а также подходы по проведению обязательной юридической экспертизы проектов нормативных правовых актов и локальных актов.
- Реализованы требования Главы государства о необходимости упрощения нормотворческой техники, в том числе по обеспечению ясности и доступности нормативных правовых актов для граждан и юридических лиц [3].

В заключение считаем нужным отметить, что институт законодательства о нормотворческой деятельности будет развиваться. По многим актам наработана обширная правореализующая практика, создающая предпосылки для выявления неэффективных норм и дальнейшего совершенствования законодательства. Важным перспективным направлением

развития института нам представляется регулирование систематизации законодательства и в целом его совершенствования – создание организационно-правового механизма постоянной работы по выявлению недостатков действующих актов и улучшению их качества.

Полагаем, что наиболее целесообразно будет создать в Республике Беларусь единый орган, который будет заниматься нормотворческой деятельностью, наделив его полномочиями на толкование нормативных правовых актов, включив в его штат научных сотрудников по вопросам юриспруденции, объединив при этом функции Министерства юстиции Республики Беларусь по осуществлению обязательной юридической экспертизы, Национального центра законодательства и правовых исследований Республики Беларусь. Данный орган может быть создан на базе Национального центра правовой информации Республики Беларусь. Объединение функций вышеуказанных организаций, мы считаем, окажет положительное действие на стабилизацию системы нормотворческой деятельности Республики Беларусь, исключит случаи различного толкования нормативных правовых актов и повысит качество нормативных правовых актов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пляхимович, И. И. Наука и законодательство о нормотворчестве / И. И. Пляхимович // Юстыцыя Беларусі. – 2008. – № 6. – С. 67–70.
2. О нормативных правовых актах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 января 2000 г., № 361-З; с изм. и доп. от 02.07.2009 № 31-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
3. О нормативных правовых актах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 января 2000 г. № 361-З : в ред. от 02.07.2009 № 31-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

Н. В. Новикова,

студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОБ ИСКЛЮЧЕНИИ ХРАНЕНИЯ С ЦЕЛЬЮ СБЫТА ИЗ ЧИСЛА АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ДЕЙСТВИЙ, ВЛЕКУЩИХ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ФАЛЬШИВОМОНЕТНИЧЕСТВО

Фальшивомонетничество представляет собой один из наиболее опасных видов преступлений, дестабилизирующих экономическую систему государства. Оно относится к преступлениям международного характера и рассматривается законодательством всех стран как серьезное правонарушение. Рост фальшивомонетничества может привести к таким последствиям, как неконтролируемое увеличение наличной денежной массы, в результате чего возникает обесценивание денег и инфляция, а также обогащение криминальных элементов и развитие преступности в других сферах (торговля оружием, наркотики).

Однако, несмотря на усилия, которые предпринимаются правоохранительными структурами в борьбе с фальшивомонетничеством, в последнее время отмечается увеличение числа подобных преступлений и количества стран, валюта которых подвергается подделке, а в стремлении затруднить подделку своих денежных знаков государства вынуждены постоянно осуществлять мероприятия по совершенствованию средств защиты своей национальной валюты [1, с. 102].

Рассматриваемое преступление выражается в совершении одного из трех действий, являющихся альтернативными: изготовлении, хранении или сбыте поддельных денег или

ценных бумаг. Выполнение хотя бы одного из них достаточно для привлечения к ответственности по ст. 221 Уголовного кодекса Республики Беларусь (далее – УК) [2, с. 667].

Научный интерес представляют умышленные действия по хранению, так как, по нашему мнению, его законодательная регламентация является противоречивой. Так, под хранением поддельной валюты или поддельных ценных бумаг следует понимать умышленные действия, связанные с обладанием виновным поддельной валютой или поддельными ценными бумагами, их нахождение во владении виновного. Способы хранения не влияют на ответственность и могут быть самыми разнообразными: ношение при себе, упрятывание их в тайнике, размещение в доме, гараже, автомобиле, любом ином месте вне жилища и т. п.

Как всякое длящееся уголовно наказуемое деяние, хранение поддельных денег или ценных бумаг с целью сбыта характеризуется непрерывным осуществлением виновного данного преступления. Окончание преступления связывается с действиями лица, по своей воле прекращающего хранение поддельных денег или ценных бумаг (например, добровольная сдача их властям, уничтожение и т. д.), либо с действиями иных лиц, пресекающих противоправную деятельность виновного (например, изъятие их у задержанного сотрудниками таможни при осмотре транспортного средства) [3].

Как уголовно наказуемое хранение следует рассматривать и приобретение заведомо поддельных денежных знаков или ценных бумаг с целью их последующего сбыта под видом подлинных. Такие действия Пленум Верховного Суда Республики Беларусь рекомендует квалифицировать по ст. 221 УК Республики Беларусь как оконченное преступление [4].

Как показывают следственная и судебная практика, доказать наличие цели сбыта у лица, которое хранило поддельные денежные знаки (ценные бумаги) и не предпринимало попыток сбыть их, представляется весьма затруднительным. В данном случае отсутствует одно из оснований криминализации, в соответствии с которым деяния должны быть такими, чтобы их можно было доказать с достоверностью.

Так, суд Центрального района Могилева обоснованно оправдал Т., обвиняемого в хранении с целью сбыта поддельной иностранной валюты, т. е. в совершении преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 221 УК, поскольку он утверждал, что никогда не намеривался сбывать и не пытался сбыть имевшийся у него фальшивый 100-долларовый банкнот США, обнаруженный сотрудниками милиции. Сторона обвинения при этом не представила суду доказательств, подтверждающих наличие у Т. цели сбыта поддельной валюты [5, с. 48].

Таким образом, на наш взгляд, стоит исключить из числа альтернативных действий, влекущих ответственность по ст. 221 УК, хранение с целью сбыта поддельных денежных знаков и ценных бумаг. Такое решение не будет означать его декриминализацию, так как согласно ст. 10 и 13 УК, хранение может быть наказуемо как приготовление к сбыту.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Евтушенко, Т. И. Фальшивомонетничество в Беларуси и методы борьбы с ним / Т. И. Евтушенко // Беларусь в современном мире : материалы VII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Гомель, 22 мая 2014 г. / М-во образования Республики Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого ; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2014. – С. 102–105.
2. Научно-практический комментарий к Уголовному кодексу Республики Беларусь / Н. Ф. Ахраменко [и др.] ; под общ. ред. А. В. Баркова, В. М. Хомича. – 2-е изд., с изм. и доп. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2010. – 1064 с.
3. Бабий, Н. А. Преступления против финансовой системы [Электронный ресурс] / Н. А. Бабий // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
4. О судебной практике по делам об изготовлении, хранении либо сбыте поддельных денег или ценных бумаг [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Респ. Беларусь, 25 сент. 1997 г., № 10 : в ред. постановления Пленума ВС

Респ. Беларусь от 29.03.2007 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

5. Никитин, Ю. А. Уголовная ответственность за фальшивомонетничество / Ю. А. Никитин. – Минск : Тесей, 2009. – 137 с.

А. А. Прудникова,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

К ВОПРОСУ О НАРУШЕНИИ ТАЙНЫ ПЕРЕПИСКИ, ТЕЛЕФОННЫХ ПЕРЕГОВОРОВ, ТЕЛЕГРАФНЫХ И ИНЫХ СООБЩЕНИЙ

В современном развивающемся информационном обществе все актуальнее становится вопрос обеспечения информационной безопасности личности. С ростом числа пользователей социальных сетей, абонентов мобильной связи, как никогда, остро встал вопрос о неприкосновенности тайны связи.

В настоящее время постоянно присутствует вероятность взлома интернет-страниц, содержащих конфиденциальные (личные) данные, в том числе переписку с другими лицами. Также незащищенными являются бумажные носители. Однако каждый человек имеет право на тайну переписки. Его несоблюдение чревато уголовной ответственностью. В некоторых случаях законодательство предусматривает возможность ознакомления с личными сведениями субъекта. Это возможно при наличии оснований подозревать гражданина в преступлении, если эти данные могут представлять угрозу безопасности и в прочих аналогичных ситуациях. Во всех других случаях должна сохраняться тайна переписки. Конституция Республики Беларусь гарантирует гражданам неприкосновенность их частной жизни.

В соответствии со ст. 28 Конституции Республики Беларусь каждый имеет право на защиту от незаконного вмешательства в его личную жизнь, в том числе от посягательства на тайну его корреспонденции, телефонных и иных сообщений, на его честь и достоинство. Часть 2 ст. 34 Конституции предусматривает, что «государственные органы, общественные объединения, должностные лица обязаны предоставить гражданину Республики Беларусь возможность ознакомиться с материалами, затрагивающими его права и законные интересы». «Пользование информацией может быть ограничено законодательством в целях защиты чести, достоинства, личной и семейной жизни граждан и полного осуществления ими своих прав» (ч. 3 ст. 34 Конституции).

Главой 23 УК Республики Беларусь предусмотрены преступления против конституционных прав и свобод человека и гражданина: ст. 203 – нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, телеграфных или иных сообщений; ст. 204 – отказ в предоставлении гражданину информации. А также гл. 21 УК предусмотрены преступления против уклада семейных отношений и интересов несовершеннолетних: ст. 179 – незаконное собиране либо распространение информации о частной жизни. Главой 24 УК предусмотрены преступления против собственности и порядка осуществления экономической деятельности: ст. 212 – хищение путем использования компьютерной техники. Главой 31 предусмотрены преступления против информационной безопасности: ст. 349 – несанкционированный доступ к компьютерной информации, а также ст. 352 – неправомерное завладение компьютерной информацией.

Ими охраняется неприкосновенность жилища, тайна переписки, телефонных переговоров, частная жизнь лиц. Указанные нормы имеют много общего. Однако законодатель не объединяет их в одну статью, а делает разделение деяний. Общим признаком преступлений выступает факт посягательства на свободы, установленные Конституцией. Суть

дифференциации заключается в выделении отдельных элементов, составляющих разные конструкции посягательств. Например, заглядывание в чужую переписку, подслушивание чьих-то бесед далеко не всегда указывает на стремление лица собрать сведения о ком-то и использовать их в корыстных целях. Зачастую людьми движет обычное любопытство. В этой связи законодательство выделяет узкую норму, относящуюся к устному или письменному взаимодействию между субъектами.

Закон Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации» определяет базовые положения, направленные на создание механизма защиты персональных данных. В законе закреплён основной принцип обработки персональных данных – получение согласия физического лица, к которому относятся персональные данные, на любое с ними действие. Последующая передача персональных данных так же, как и любые меры по их разглашению, разрешается только с согласия физического лица. Но в законодательстве не уточняется, каким способом может быть получено такое согласие, в частности предполагается ли получение согласия в устной либо письменной форме, подразумевается ли согласие при заключении различных видов договоров. Исходя из практики, пункты о согласии на операции персональными данными часто содержатся в тексте договоров на оказание услуг. Но наши граждане им не уделяют должного внимания.

Между тем сбор и обработку персональных данных осуществляет большое количество различных субъектов, включая государственные органы и организации, органы местного самоуправления, негосударственные организации. Четкий же, единый порядок сбора, обработки, распространения, предоставления персональных данных не определен. Как нет в Беларуси и независимого экспертного органа по защите персональных данных.

В ст. 32 данного Закона закреплены меры по защите персональных данных от разглашения, действующие с момента предоставления, предусматривающие порядок обезличивания этих данных вплоть до их уничтожения. Однако их невыполнение может остаться безнаказанным. Ведь в Беларуси в отношении незаконного распространения и использования персональных данных на сегодняшний день нет специальных составов правонарушений. Соответствующие незаконные деяния могут с трудом охватываться общими составами административного и уголовного законодательства (ст. 22.6 КоАП, ст. 179, 212, 349, 352 УК Республики Беларусь).

Нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений заключается в ознакомлении с почтово-телеграфной и радиокорреспонденцией или иными сообщениями граждан (без их согласия на это), в прослушивании телефонных переговоров, а также в разглашении содержания такой корреспонденции, переговоров и сообщений.

При этом следует иметь в виду, что проведение оперативно-розыскных мероприятий, ограничивающих указанные конституционные права граждан, может иметь место лишь при наличии у органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность, информации о признаках подготавливаемого, совершаемого или совершенного противоправного деяния, по которому производство предварительного следствия обязательно; о лицах, подготавливающих, совершающих или совершивших противоправное деяние, по которому производство предварительного следствия обязательно; о событиях или действиях, создающих угрозу государственной, военной, экономической или экологической безопасности Республики Беларусь. Результаты оперативно-розыскных мероприятий, связанных с ограничением конституционного права граждан на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений, могут быть использованы в качестве доказательств по делам, лишь когда они получены по решению суда на проведение таких мероприятий и проведены следственными органами в соответствии с уголовно-процессуальным законодательством [4, С. 56].

Поэтому белорусские правозащитники должны указывать на проблемы законодательного регулирования, способствовать его соответствию международному праву,

а также призывать граждан к повышению их внимания к защите своих персональных данных от многочисленных угроз.

Тайна переписки будет считаться не соблюденной в момент, когда виновный ознакомился с содержанием сообщения. Преступление, установленное ст. 203 УК Республики Беларусь, считается формальным. В качестве объекта выступает право лица на сохранение в тайне информации, присутствующей в сообщениях, полученных разнообразными способами (устно, письменно на бумажном носителе, с помощью телефона, компьютера и пр.).

Тот факт, что любой человек имеет право на неприкосновенность своей частной жизни, не вызывает сомнений. Составляющей частной жизни любого лица является соблюдение тайны личной корреспонденции, содержащейся в переписке, телефонных переговорах, почтовых, телеграфных и иных сообщениях.

Итак, контроль и запись переговоров – мощный инструмент, позволяющий эффективно расследовать преступления, но в то же время создающий повышенную угрозу неприкосновенности частной жизни в силу следующих причин:

а) гражданин, как правило, не подозревает о таком вмешательстве в его частную жизнь и, следовательно, лишен возможности обжаловать действия следователя;

б) прослушивание неизбежно: прослушиваются все разговоры подряд, пока не будут получены интересующие следствие сведения, что влечет за собой достаточно глубокое проникновение в сферу частной жизни граждан;

в) как отмечено выше, сама процедура прослушивания не может быть полностью «прозрачной»: она обязательно содержит организационные и тактические аспекты, которые носят закрытый характер, что создает значительные возможности для злоупотреблений со стороны правоохранительных органов.

Таким образом, тайна переписки, телефонных и иных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений, т. е. тайна связи, состоит в том, что информация о почтовых отправлениях, телефонных переговорах, телеграфных и иных сообщениях, а также сами эти отправления (сообщения) могут выдаваться только отправителям и адресатам или их законным представителям. Задержка, осмотр и выемка почтовых отправлений и документальной корреспонденции, прослушивание телефонных переговоров и ознакомление с сообщениями электросвязи, а также иные ограничения тайны связи допускаются лишь на основании санкции прокурора. Кроме того, следует отметить, что тайна переписки, телефонных переговоров, телеграфных или иных сообщений является сложным правовым институтом. С одной стороны, воплощая в себе черты профессиональной тайны, а с другой – являясь реализацией права на неприкосновенность частной жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.

2. Уголовный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 275-3 : принят Палатой представителей 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

3. Об информации, информатизации и защите информации : Закон Респ. Беларусь от 10.11.2008 № 455-3 : в ред. от 11 мая 2016 г. № 362-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

4. Ефремова, М. А. Уголовная ответственность за нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений / М. А. Ефремова // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2015. – № 1 (19) . – С. 55–58.

Секция 4

Формирование и развитие логистической системы в современных условиях

Ю. Д. Аманенко,
студент 4-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Материально-техническое снабжение представляет собой процесс планомерного и комплексного снабжения предприятия необходимыми для функционирования производства материальными ресурсами. Система материально-технического снабжения включает множество звеньев: определение потребности в материально-технических ресурсах, поиск и покупка ресурсов, доставка, хранение и выдача потребителям на предприятии. Снабжение материально-техническими ресурсами должно быть своевременным, комплексным и требовать минимальных затрат.

Промышленные предприятия в современных условиях приобретают материально-технические ресурсы у разных поставщиков, по различным ценам, различного качества. На деятельность в сфере закупок действует множество нормативных документов. Кроме этого, рынок характеризуется нестабильностью предложений, ограниченностью информации о предлагаемых товарах и, самое главное, низкой дисциплиной поставщиков товаров производственного назначения. Также процесс приобретения материально-технических ресурсов должен быть согласован с транспортным хозяйством, чтобы без простоев и задержек доставить материально-технические ресурсы на предприятие. Здесь возникает необходимость часть приобретенного ресурса складировать, а некоторую часть направить в производственные подразделения, т. е. в этой цепочке задействуются и складское хозяйство, и производственные подразделения.

В таких условиях весь комплекс материально-технического снабжения должен работать как единый механизм. Но в настоящее время в процессе использования большинства методов и инструментов управления материально-техническим снабжением предприятия не уделяется должного внимания обоснованию состава и связей между элементами системы материально-технического снабжения, обеспечивающих ее эффективное функционирование в сложившихся условиях хозяйствования и реализацию выбранной стратегии развития предприятия [1].

И выходом в этом является применение логистического подхода. Логистический подход предполагает комплексное представление потоковых процессов в экономической деятельности на основе построения логистических цепей с целью повышения эффективности экономической деятельности предприятия [2]. Первостепенное значение приобретает рационализация материальных потоков с целью минимизации связанных с ними затрат, что предопределяет целесообразность и необходимость применения в обеспечении промышленного предприятия материалами методов логистики как эффективного научного инструментария управления формированием и движением материальных потоков. Логистика охватывает как сферу производства, так и сферу обмена материальных благ. Она нацелена на создание и контроль деятельности единой системы управления производством и маркетингом, финансовыми и экономическими расчетами и обработкой необходимой информации. В логистике используются специфические понятия и математические модели, позволяющие

в обобщенной форме решать вопросы организации производства, закупок сырья, его транспортировки, сбыта готовой продукции и т. д. [3].

Поэтому в современных условиях особую актуальность приобретает логистический подход к материально-техническому обеспечению, который нацелен на оптимизацию всех потоковых процессов и повышение эффективности организации всей системы материально-технического снабжения. При использовании логистического подхода в материально-техническом снабжении предприятия выполняются основные требования к снабжению: доставить нужные материалы в нужное место, в нужное время, в нужном количестве, надлежащего качества, с наименьшими затратами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ермалинская, Н. В., Борисовец, О. Г. Система управления материально-техническим снабжением предприятия: теоретическое обоснование структуры и анализ ее методического обеспечения [Электронный ресурс] / Н. В. Ермалинская, О. Г. Борисовец // Вестник Гомельского государственного технического университета им. П. О. Сухого. – 2015. – Т. 1, вып. 2 (61). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sistema-upravleniya-materialno-tehnicheskim-snabzheniem-predpriyatiya-teoreticheskoe-obosnovanie-struktury-i-analiz-ee>. – Дата доступа: 19.04.2017.

2. Ткаченко, А. С. Логистический подход к организации снабжения промышленного предприятия [Электронный ресурс] / А. С. Ткаченко // Экономика и социум. – 2016 – № 5 (24). – Режим доступа: [http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_24/Tkachenko %20 A.S.pdf](http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_24/Tkachenko_%20A.S.pdf). – Дата доступа: 21.04.2017.

3. Абдуллаева, Т. К., Алиева, П. А. Логистический подход к совершенствованию управления материально-техническим обеспечением строительных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/1419.htm>. – Дата доступа: 12.04.2017.

А. Э. Виноградова, А. В. Ётчик,

студенты 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОПТИМИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ИЗДЕРЖЕК В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ (СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСПОРТИРОВКОЙ)

Как известно, одной из важных целей каждого предприятия является достижение максимально возможной эффективности, что в свою очередь позволит сократить издержки и увеличить прибыль. Эффективность логистической системы – это показатель, который характеризует уровень качества функционирования логистической системы при заданном уровне общих логистических расходов.

В настоящее время успешное функционирование предприятия требует применения современных высокоэффективных способов и методов управления потоковыми процессами, поэтому логистика устойчиво заняла свою нишу в управлении современными предприятиями. Логистика охватывает весь спектр деятельности предприятия: планирование, реализацию, контроль затрат, перемещение и хранение материалов предприятия. К логистическим действиям на предприятии можно отнести: обслуживание клиентов, транспортировку, управление запасами, управление информационным потоком [1].

Значительное место в логистике любого предприятия занимает транспортная логистика. Существенная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя осуществляется

с применением различных транспортных средств, а затраты на выполнение этих операций составляют до половины от суммы общих затрат на логистику. Цель транспортной логистики определяется целью логистики предприятия: нужный груз должен быть доставлен в нужное время, в нужное место, в нужном количестве, в нужном качестве и с минимальными затратами [2].

Содержание собственного автопарка обходится очень дорого, при этом часто бывает трудно выбрать оптимальный наемный транспорт, исключить или хотя бы свести к минимуму нерациональную загрузку транспорта, когда машины отправляются в рейс наполовину пустые. Еще одной серьезной проблемой является оптимизация маршрута: в каждом маршруте есть масса деталей, и проконтролировать их соблюдение очень сложно, составленный маршрут часто нелогичный и потому малоэффективный. Кроме того, для компании жизненно важно выполнять все требования клиента: соблюдать специальный температурный режим грузоперевозок, учитывать специфику расположения точек доставки, доступность товаров на складе, время, необходимое на загрузку, и строго определенное время доставки, колебания размеров заказов – все это усложняет организацию и управление транспортной логистикой до неадекватных масштабов, которые логисту невозможно удержать в голове.

Процесс планирования и учета перевозок можно сделать более эффективным, используя современные IT-решения – с ними все будет работать автоматически и быстро. Применение аналитических методов позволит оптимизировать автопарк и расходы на его содержание. Автоматизированная система даст возможность подобрать транспорт, оптимальный с точки зрения стоимости и производительности. За счет автоматизации эффективность контроля повышается в разы, а трудозатраты и время менеджера экономятся, транспорт используется рационально и приносит максимальную выгоду, маршруты оптимизируются, в результате чего снижается пробег транспорта и экономятся деньги. Все требования клиента выполняются, качество сервиса обгоняет конкурентов, лояльность заказчиков растет.

Современные автоматизированные системы транспортной логистики позволяют учитывать всю специфику заказов, подбирать оптимальный транспорт, строить эффективные маршруты и контролировать их выполнение. Немаловажным аспектом внедрения автоматизированной системы является возможность ее интеграции с учетной системой предприятия.

На основе анализа рынка программного обеспечения для автоматизации процессов транспортировки, выделяют 3 группы решений [3]:

- 1) локальные решения;
- 2) системы управления парком транспортных средств;
- 3) системы управления транспортировкой.

Каждую группу необходимо рассмотреть отдельно:

1. Локальные решения – программные продукты, автоматизирующие отдельные задачи в рамках непрерывного процесса транспортировки (оптимизация загрузки транспортного средства, планирование маршрута, диспетчеризация, расчет тарифов на перевозку).

К данной категории относятся **системы маршрутизации и диспетчеризации транспорта (RDS – Routing And Dispatching Systems)** – совокупность технических средств, каналов передачи данных и программного обеспечения для контроля основных показателей производительности и оперативного управления транспортным средством.

Посредством таких систем осуществляется онлайн- или офлайн-контроль скорости, маршрута, графиков движения, пробега и расхода топлива, контроль за режимами эксплуатации автомобиля, контроль за основными параметрами работы, контроль температурных режимов перевозки грузов, мониторинг местонахождения транспортных средств, грузов, водителей, контроль выполнения маршрутных заданий с сигнализацией об их нарушении.

Системы маршрутизации и диспетчеризации транспорта позволяют реализовать полный цикл управления транспортными средствами на операционном уровне.

2. Система управления парком транспортных средств (Fleet Management) – решение, используемое грузоотправителями/перевозчиками для планирования и контроля перевозок, осуществляемых собственными транспортными активами, включая управление основным процессом перевозки и административно-хозяйственными процессами. Отличительная особенность – создание централизованного плана перевозок: на основании данных о заказах система может выполнить выбор необходимого вида транспорта и конкретного транспортного средства с учетом всех факторов, влияющих на перевозку (характеристик транспортного средства и особенностей маршрутов, характеристик груза). Критериями оптимизации плана перевозки могут выступать загрузка транспортного средства, и минимизация затрат на перевозку, сокращение простоев или порожнего пробега транспортного средства и т. п.

3. Системы управления транспортировкой (TMS – Transport Management System) – комплексное решение, охватывающее весь процесс транспортировки, наибольший эффект которых достигается при их интеграции с другими подсистемами глобальных продуктов – ERP- или SCM-систем. TMS-системы проектируются по модульному принципу, исходя из потребностей заказчика.

К уникальным задачам управления перевозками, решаемым в рамках TMS-систем, относятся:

- аутсорсинг транспортировки;
- управление эффективностью;
- проектирование сети;
- управление контрактами;
- биллинг клиента.

Среди основных направлений развития TMS-систем выделяют: интеграцию систем управления транспортировкой контрагентов в цепи поставок, сервис-ориентированное проектирование программного обеспечения управления транспортировкой, развитие мобильных решений, интеграции с CRM-, WMS-, APS-решениями, мониторинг воздействия на окружающую среду.

Можно сделать вывод, что для автоматизации транспортной логистики есть три варианта. У каждого есть свои достоинства и недостатки. Перед внедрением каких-либо систем необходимо сделать профессиональный аудит цепи поставок, который поможет выявить «тонкие места» транспортировки и определить, каким самым лучшим способом их можно устранить, т. е. выбрать способ автоматизации процессов транспортировки. И только после данных шагов следует написать план внедрения, рассчитать и защитить бюджет проекта, а затем все это выполнить в установленные сроки. Только при учете всех факторов, влияющих на транспортировку, можно добиться действительно стоящих результатов при автоматизации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Портнова, Д. С. Роль и значение логистики в деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Д. С. Портнова // Nauka-rastudent.ru. – 2015. – № 06 (18). – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/18/2729//>. – Дата доступа: 26.04.2017.
2. Гаджинский, А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. – Изд-е 20-е. – М. : Дашков и К°, 2012. – 484 с.
3. Левина, Т. В. Системы управления транспортировкой / Т. В. Левина // Научно-аналитический журнал «Логистика и управление цепями поставок». – 2012. – № 01 (48). – С. 20–22.

В. А. Гриневич,
студент 3-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО»», г. Витебск

СОВРЕМЕННАЯ СКЛАДСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ СООО «БЕЛВЕСТ»

В Беларуси, в отличие от многих европейских стран, в силу объективных причин наблюдается определенное технологическое отставание в области логистики, и Программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016 – 2020 гг. призвана исправить это.

Использование современных технологий товародвижения на данный момент затруднено. Причиной этому, как показал анализ складской инфраструктуры оптовой торговли, выступает ее техническое состояние и изношенность основных средств. Так, только десятая часть складских помещений, расположенных в Минске и Минском районе, – реконструируемые или новые склады, соответствующие требованиям к современной складской инфраструктуре [1].

По состоянию на 14 февраля 2017 г. в Республике Беларусь функционируют 42 логистических центра: 19 логистических центров создано в рамках Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года и еще 23 – вне Программы. Самыми привлекательными регионами для строительства логистических центров, как и ранее, остается Минский (за МКАД, вблизи II и IX трансъевропейских транспортных коридоров) и Брестский (граница с Польшей) регионы. Так, в Минском регионе находятся 30 из 42 логистических центров, в Брестском – 6. Из всех действующих логистических центров 12 являются государственными (из них РУП «Белтаможсервис» – 6 логистических центров), остальные созданы за счет инвестиций национальных и иностранных инвесторов. Среди отечественных инвесторов – производственные предприятия, транспортно-логистические компании, логистические операторы, дистрибьюторы, ретейлеры, девелоперы; иностранных – инвесторы из России, Азербайджана и Ирана [2].

Из 42 действующих логистических центров 15 располагают на своей территории складами временного хранения и таможенными складами (СООО «Брествнештранс», ОАО «Белмагистральавтотранс», ОАО «Торгово-логистический центр «Озерцо-логистик», РТЭУП «Белинтертранс – транспортно-логистический центр», РУП «Белтаможсервис» (6 логистических центров), СП «Транзит» ООО, ООО «Белсотра», РУП «Национальный аэропорт «Минск», СООО «СТЛ Логистик», ООО «Влате Логистик». Из указанных логистических центров ПТО на своей территории имеют только 12 (не имеют ПТО: СП «Транзит» ООО, СООО «Брествнештранс» и СООО «СТЛ Логистик» [2]).

В ближайшие годы складская инфраструктура будет прирастать и логистическими центрами производственных предприятий, дистрибьюторов и логистических провайдеров (табл. 1, рис. 1). Так, ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» начала строительство собственного логистического центра площадью 11 тыс. м² в Витебском районе в пос. Тарный. СООО «БЕЛВЕСТ» до 2020 года планирует построить современный логистический центр в пригороде Витебска [3].

1 – Прогноз увеличения логистических центров в 2015 – 2018 гг.

Год	Класс склада	Логистические центры, м²
------------	---------------------	--

2015	А, В	Более 570 тыс.
2016	А, В	Более 660 тыс.
2017	А, В	Более 730 тыс.
2018	А, В	800 тыс.

Примечание – Источник: составлено на основании данных [2].

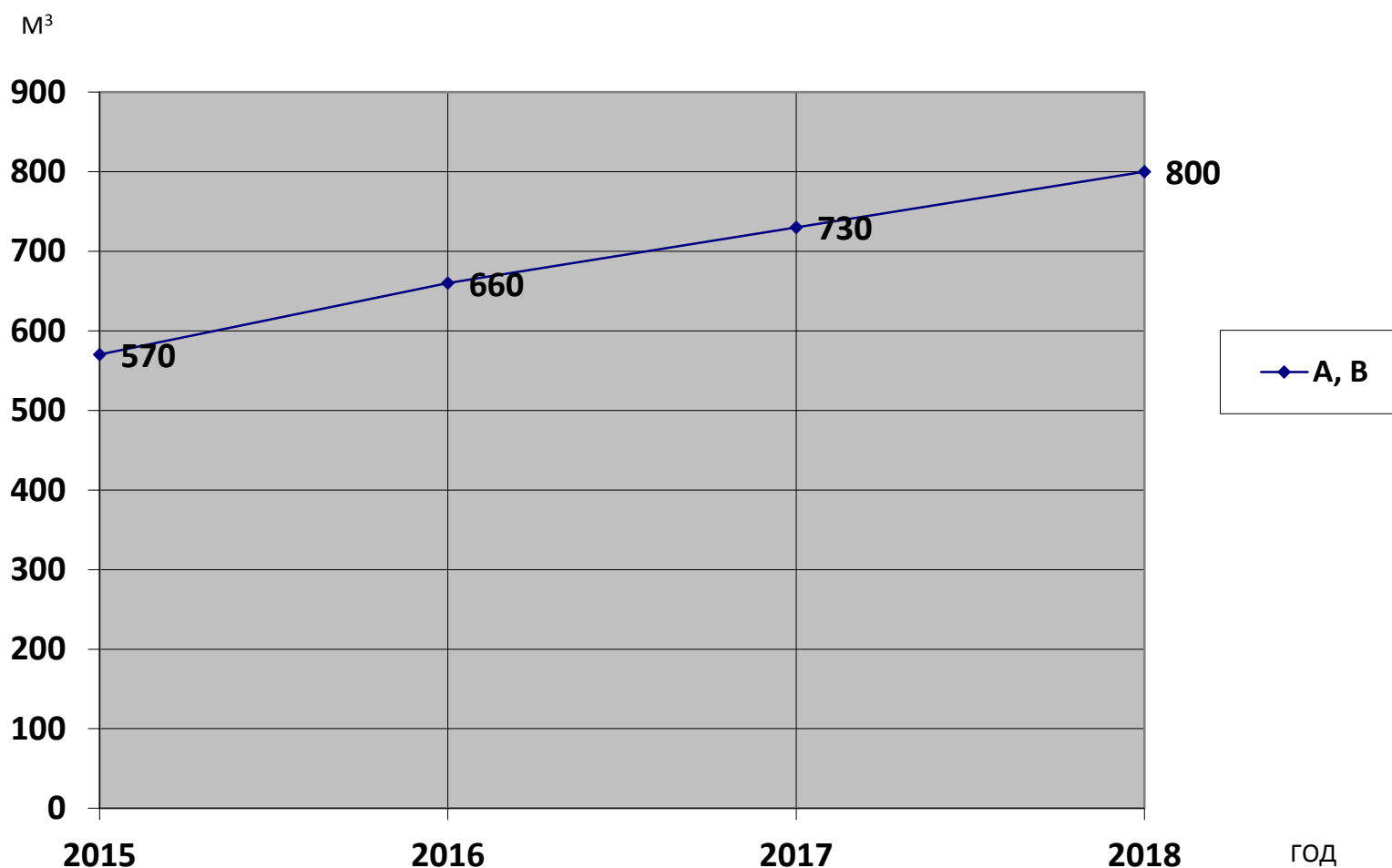


Рисунок 1 – Прогноз увеличения логистических центров в 2015 – 2018 гг.

Примечание – Источник: составлено на основании данных [2].

На данный же момент «БЕЛВЕСТ» продолжает свою работу на пределе производственных мощностей, рассчитанных на выпуск 2 млн пар в год. Около 90 % продукции реализовывают в фирменной торговой сети Беларуси, странах Балтии, России. Собственные розничные возможности составляют основу успеха данного предприятия, отправляющего почти 70 % произведенной обуви на экспорт. По данному направлению создали еще одну группу компаний – «Белвест-ретейл» [3].

После этого реорганизовали российскую компанию-учредителя, т. е. выделили специальную структуру, которая теперь владеет розничным бизнесом. «Инвестпром» стала держателем 45 % акций в уставном фонде компании «БЕЛВЕСТ».

Пока шел поиск площадок, которые пойдут на расширение мощностей, руководством компании было получено предложение со стороны правительства Беларуси рассмотреть предложенные возможности развития в ОАО «КИМ», одновременно поднимая при этом аутсайдера. Реализация подобного проекта даст свои неоспоримые плюсы, такие как, например, обеспечение и дальнейшее расширение сети холдинга.

Так, к 2020 году количество магазинов планируют увеличить до 620.

Пока проект находится на согласовании в органах правления республики [1].

На данный момент выходная и входная логистика стала одним из факторов успеха. Для некоторых видов бизнеса это основа деятельности.

Рентабельность логистических центров, а также логистических операторов колеблется от 10 до 55 %. Рентабельность 10 – 25 % – у логистических операторов, использующих арендованные площади современных логистических центров, и до 55 % – у владельцев логистических центров, владеющих собственной инфраструктурой [4].

За годы реализации программы развития логистической системы Республики Беларусь, принятой в 2008 году, Беларусь фактически не привлекла значимых инвесторов-логистов в транспортно-логистический сектор. Пришли инвесторы-застройщики (девелоперы), создали современные объекты складской инфраструктуры и резиденты Республики Беларусь (сфера деятельности которых дистрибуция, ретейл, транспортно-экспедиционная деятельность и др.), которые, вложив деньги в строительство, пытаются как можно быстрее отбить деньги, сдавая площади в аренду или продавая построенные объекты. Кроме того, только 7 логистических центров являются мультимодальными, т. е. имеют подъездные пути двух и более видов транспорта (железнодорожные и автомобильные подъездные пути), остальные завязаны на автомобильном транспорте, не создан ни один логистический центр на базе действующих аэропортов [1].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Проектирование и строительство складов и логистических центров: применение современных концепций [Электронный ресурс] // БСГ. Строительная газета. – Режим доступа: <http://www.cnb.by/servisy/novosti/proektirovanie-i-stroitelstvo-skladov-i-logisticheskikh-centrov-primenenie-sovremennyh-konceptij>. – Дата доступа: 19.04.2017 г.

2. Исследование «Современная складская инфраструктура в РБ (по итогам 2016 г.)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tehnoviza.by/articles/sovremennaja-skladskaja-infrastruktura-v-rb-%28po-itogam-2016-goda%29>. – Дата доступа: 19.04.2017 г.

3. Официальный сайт предприятия «Белвест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belwest.com>. – Дата доступа: 19.04.2017.

4. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 19.04.2017.

А. А. Довбыш,

студент 1-го курса

Гомельский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА КАК ЧАСТЬ ОБЩЕЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Распределительная логистика – это комплекс функций, связанных с процессом доведения готовой продукции от производителя до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего. В данном определении выдерживается общая цель логистики –

максимальное удовлетворение запросов потребителя при выполнении «шести правил логистики»: 1) поставка потребителю нужного товара; 2) необходимого качества; 3) в необходимом количестве; 4) в нужное время; 5) в нужное место; 6) с минимальными затратами. Основной целью распределительной логистики является обеспечение доставки нужных товаров в нужное место, в нужное время, с минимальными затратами. Таким образом, распределительная логистика является неотъемлемой частью общей логистической системы, обеспечивающей наиболее эффективную организацию сбыта производимой продукции.

ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» является головным предприятием Жлобинской аграрной финансово-промышленной компании.

В настоящее время является одним из крупнейших мясоперерабатывающих предприятий Беларуси, агропромышленная компания с полным производственно-сбытовым циклом.

Целью стратегического развития ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» является модернизация и техническое перевооружение, создание условий для наращивания объемов производства и реализации продукции, улучшения качества производимой продукции и на этой основе – обеспечение эффективной работы предприятия.

В ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» используются следующие виды сбыта:

1) по организации системы сбыта: прямой – непосредственная реализация продукции конкретному потребителю и косвенный – использование независимых торговых посредников в канале сбыта;

2) по числу посредников: интенсивный – большое число оптовых и различных торговых посредников.

Наибольший удельный вес среди каналов распространения приходится на долю предприятий оптовой торговли (от 34,6 до 46,5 %). Также значительный удельный вес занимают прямые поставки продукции потребителям (от 28,6 до 39,1 %).

Структура основных покупателей продукции организации различна. На внутреннем рынке страны, в связи с низкими затратами на транспортировку и оформление сделок, довольно значительный удельный вес занимают организации оптовой и розничной торговли.

Изучив и проанализировав сбытовую логистику ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат», можно предложить следующие направления ее совершенствования:

1) организация распределительного склада в г. Гомеле;

2) внедрение автоматизированной системы учета, контроля и управления сбытом;

3) так как одной из проблем в сбыте продукции предприятия является наличие дебиторской задолженности, для управления дебиторской задолженностью с целью увеличения сбыта можно предложить предоставление скидок.

В целях совершенствования распределительной логистики товаров ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» рекомендуется создать распределительный склад в г. Гомеле.

Для оценки эффективности необходимо рассчитать затраты на строительство распределительного склада, затраты на материалы, затраты на оплату труда строительных рабочих, определить эффект от создания распределительного склада и рассчитать эффективность.

Рост чистой прибыли в результате внедрения мероприятия составит 6170 руб.

Предлагается внедрить на вновь организованном распределительном складе автоматизированную систему учета, контроля и управления сбытом.

Проведенное исследование имеющихся на рынке информационного обеспечения продуктов показал, что в числе систем управления сбытом предприятия фигурируют в основном крупные и дорогостоящие системы, имеющие широкие возможности по настройкам интегрированию дополнительных модулей, такие как SAP R3, Baan, Movex, Rationlan.

Предлагается внедрить на предприятии программный продукт российского производства CoreIMS. Планируется приобрести его у производителя и обратиться к белорусским программистам для его установки и настройки.

CoreIMS – удобная система учета на распределительном складе, проста во внедрении и эксплуатации. Поддерживает технологию адресного хранения и работу со сканерами штрих-кодов, терминалами сбора данных.

ЧДД проекта равен 3045 руб., что является хорошим показателем для этого вида проекта.

В предпринимательской деятельности неуправляемая дебиторская задолженность зачастую является одной из причин кризисного состояния.

Поэтому оптимальным подходом к управлению дебиторской задолженностью в ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» мы считаем возможность предоставления скидки при досрочной оплате оптовых закупок.

Поэтому мы предлагаем предоставлять скидки покупателям при условии оплаты в течение 10 дней.

Экономический эффект от внедрения скидки покупателям при условии оплаты в течение 10 дней при объеме выручки ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» на уровне предыдущего года составит 51 903 руб.

Таким образом, общий экономический эффект от предложенных мероприятий по совершенствованию распределительной логистики ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» составит 13 925 руб.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аникин, Б. А. Коммерческая логистика : учебник / Б. А. Аникин, А. П. Тряпучин. – М. : Изд-во Проспект, 2005. – 432 с.
2. Ковалев, М. Н. Моделирование информационных потоков в логистической системе предприятия / М. Н. Ковалев // Труд. Профсоюзы. Общество – 2015. – № 1 (47). – С. 22–26.
3. Логистика. Управление цепочками поставок : ответы на экзаменационные вопросы / Н. В. Немогай. – Минск : Тетралит, 2013. – 224 с.

С. Г. Кожак,

студент 1-го курса

Гомельский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Логистика – это в первую очередь наука и практика управления материалопотоком. Логистическая система – это система доведения материального потока до потребителя. Ее цель – доставка продукции в заданное место, в определенное время, в нужном количестве и ассортименте при минимальном (возможно, заданном) уровне издержек. Под логистической цепью следует понимать доведение материального потока от одной логистической системы до другой.

Основным видом деятельности ОАО «Мозырягропромснаб» является предпродажное, гарантийное и послегарантийное обслуживание техники производства ОАО «Гомсельмаш» и ОАО «МТЗ», а также двигателей Детройт, DEUTZ, ЯМЗ, ММЗ.

ОАО «Мозырягропромснаб» является официальным дилером ОАО «МАЗ», на предприятии действует аттестованная станция технического обслуживания автомобилей МАЗ, которая проводит компьютерную диагностику, техническое обслуживание автомобилей МАЗ, занимается гарантийным и послегарантийным видами ремонтов. Предприятие также обслуживает технику и оборудование производства ОАО «Бобруйскагромаш».

Предприятие работает стабильно на протяжении анализируемого периода. Хотя выручка от реализации работ, услуг и товаров, как и объем производства товаров, работ

и услуг, сократились в 2015 году, но все же производительность труда в 2015 году осталась на прежнем уровне. Рост дебиторской задолженности обусловлен необходимостью обеспечивать сельскохозяйственные предприятия необходимыми запчастями и материалами. Кредиторская задолженность значительно сократилась (на 80 %), что говорит о росте финансовой устойчивости предприятия. Следует отметить, что просроченная кредиторская задолженность отсутствует, по всем своим обязательствам предприятие рассчитывается своевременно.

Основным видом деятельности ОАО «Мозырягропромснаб» является ремонт и техническое обслуживание тракторов и машин, оборудования, используемых в сельском хозяйстве. Данный вид работ выполняется силами дилерского технического центра. Объем работ дилерского центра определяется количеством техники, поступившей в зону обслуживания данного центра от ОАО «Гомсельмаш» и ОАО «МТЗ», и процентом вознаграждения за предпродажное и гарантийное обслуживание техники, который устанавливается предприятием-изготовителем. Зона обслуживания дилерского центра закреплена договорами в соответствии с установленным регламентом, определенным Президентом Республики Беларусь, и изменению не подлежит.

ОАО «Мозырягропромснаб» является официальным дилером ОАО «МАЗ» – на предприятии действует аттестованная станция технического обслуживания автомобилей МАЗ, которая проводит компьютерную диагностику, технические обслуживания автомобилей МАЗ, занимается гарантийным и послегарантийными видами ремонтов. Предприятие также обслуживает технику и оборудование производства ОАО «Бобруйскагромаш».

Одно из основных направлений деятельности ОАО «Мозырягропромснаб» – оптовая торговля запасными частями к сельскохозяйственной технике и автомобилям, прочими материалами.

Предприятие осуществляет также грузо- и пассажироперевозки, доставку ГСМ хозяйствам района.

Основные конкуренты организации: ОАО «Гомельагрокомплект», ОАО «Светлогорский агросервис», ОАО «Мозырягтехсервис», ОАО «Речицаагротехсервис», ОАО «Буда-Кошелево-агросервис».

Компания ОАО «Мозырягропромснаб» имеет ряд преимуществ перед своими непосредственными конкурентами, но также есть и ряд факторов, по которым компания уступает свои позиции. Преимущество компании состоит в том, что она оказывает более широкий спектр услуг, предоставляя возможность штучного подбора товара для своих клиентов, а также предоставление последним офисных площадей на территории АБК (административно-бытового комплекса), хотя такое же помещение имеется у ОАО «Гомельагрокомплект».

Еще одно преимущество компании – она оказывает свои услуги по более низким ценам. Это обусловлено тем, что компания относительно молода и еще стремится закрепиться на рынке за счет более гибкой ценовой политики. В то время как ее основной конкурент существует на рынке давно и уже имеет сложившийся круг постоянных клиентов, а также отлаженные механизмы работы складского терминала.

К слабым сторонам ОАО «Мозырягропромснаб» можно отнести низкий уровень подготовки складского персонала и качества части оказываемых услуг.

Отдельное структурное подразделение, осуществляющее логистическую деятельность в комплексе, на предприятии отсутствует. Отдельные логистические функции сосредоточены в службах снабжения, транспорта, в складском хозяйстве.

Основные логистические операции по распределению товаров и продукции, а также продвижению сервисного и технического обслуживания выполняет отдел сбыта и маркетинга (ОСиМ).

Можно предположить, что предприятие не нуждается в торговом агенте. На предприятии он выполняет только две функции: оформляет договоры купли-продажи, контролирует их выполнение.

Данные функции можно распределить между работниками ОСиМ. Так как договоры о купле-продаже на предприятии производятся через Интернет, то функции торгового агента по оформлению договоров можно переложить на специалиста по Интернету, а контроль за их выполнением до этого частично выполнял начальник ОСиМ, следовательно, он может полностью принять на себя эту функцию.

Экономический эффект от сокращения работника ОСиМ составит 5980 руб.

В целях стимулирования деятельности работников служб логистики и маркетинга ОАО «Мозырягропромснаб» по осуществлению логистической деятельности предлагается отправить специалистов предприятия на курсы повышения квалификации.

ЧДД проекта равен 5130 руб., что является высоким показателем для данного вида проекта. Так как ЧДД больше нуля – проект повышения квалификации специалистов эффективен. Затраты на повышение квалификации по организации логистической деятельности на ОАО «Мозырягропромснаб» окупятся в третьем квартале 2017 года.

Одним из направлений совершенствования сервисной логистики ОАО «Мозырягропромснаб» является осуществление технических сервисных и ремонтных услуг в отношении гидравлического и иного оборудования для сельскохозяйственной техники, обеспечение контроля качества продукции после продажи. Отдел технического контроля выезжает к наиболее стабильным потребителям продукции и проводит замер основных параметров соответствия продукции ТУ. В случае обнаружения дефектов предприятие обеспечивает замену продукции, а также использует полученную информацию для анализа ошибок при производстве и сбыте продукции, появление которых отражается на ее качестве.

При плановом размере рентабельности сервисного центра в 10 % объем годовой прибыли (экономический эффект) от его деятельности составит 15 360 руб.

Общий экономический эффект составляет 26 460 руб.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Воронков, А. Н. Логистика: основы операционной деятельности : учеб. пособие / А. Н. Воронков. – Н. Новгород : ННГАСУ, 2013. – 168 с.
2. Логистика : учеб.-метод. комплекс / авт.-сост. В. В. Ивашин, Е. А. Зубелик, Б. А. Гедранович ; под общ. ред. д-ра экон. наук проф. В. И. Кудрашова. – Минск : Изд.-во МИУ, 2012. – 168 с.
3. Смольский, А. П. Оценка эффективности деятельности организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://system-u.by/uslugi/expertiza/ip_expert/predmet_deyatelnosti/osenka_effektivnosti. – Дата доступа: 10.04.2017.

Н. Н. Крапиневич,

студент 4-го курса

Гомельский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время использование концепции логистики в управлении запасами рассматривается предприятиями в качестве одного из резервов по достижению конкурентного преимущества. Это объясняется усилением конкурентной борьбы как между товаропроизводителями, так и между посредниками, усложнением технологий производства и распределения продукции, появлением большого количества новых видов продукции и их

модификаций, которые предназначены для разнообразных и зачастую весьма специфических требований потребителя [1].

Ни одно современное производство не может обойтись без функций хранения сырья и материалов, полуфабрикатов и комплектующих изделий, инструментов и инвентаря. Возникновение запасов обусловлено естественными природными и экономико-технологическими условиями [2, с. 480].

Наибольшим удельным весом в материальных затратах Белорусско-Российско-Литовского СП «Ксант» ООО характеризуются расходы на следующие виды сырья, которые являются основными при производстве продукции:

– гидроксид алюминия (импортируемое сырье, страна-поставщик – Украина, г. Николаев);

– серная кислота (приобретается на внутреннем рынке, поставщик – ЗАО «Нафтан», г. Новополоцк).

При хранении на складе в твердом виде насыпным методом наблюдается постоянная порча алюминиевого сырья.

В табл. 1 представлена информация о нормах порчи такого сырья при соблюдении условий хранения и сложившейся фактической норме порчи сырья на Белорусско-Российско-Литовском СП «Ксант» ООО.

Таблица 1 – Нормы порчи алюминиевого сырья на СП «Ксант» ООО за 2016 год

Наименование показателя	Значение
1. Стоимость сырья, тыс. руб.	1284,2
2. Стоимость сырья, пришедшего в негодность, тыс. руб.	25,7
3. Процент пришедшего в негодность сырья, %	2,0
4. Норматив брака сырья, %	0,5
5. Отклонение от норматива, %	1,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных организации.

Для того чтобы сократить объемы порчи алюминиевого сырья на Белорусско-Российско-Литовском СП «Ксант» ООО, предлагается приобретение специальных контейнеров, в которых будет организовано хранение сырья, что позволит организации обеспечить требуемые условия хранения и снизить уровень порчи сырья до стандартных нормативов.

В табл. 2 произведен расчет потребности в таких контейнерах, исходя из их пропускной способности и среднего уровня запасов сырья в организации по данным за 2016 год, т. е. Белорусско-Российско-Литовскому СП «Ксант» ООО необходимо приобретение восьми контейнеров для того, чтобы обеспечить полное складирование и сохранность всего используемого сырья в производстве.

Таблица 2 – Расчет потребности в контейнерах для хранения алюминиевого сырья

Наименование показателя	Значение
1. Среднегодовой запас сырья, тонн	278,8
2. Вместимость одного контейнера, тонн	35
3. Расчетная потребность в контейнерах, ед.	7,97

Примечание – Источник: собственная разработка.

Поставщиком контейнеров может выступить компания Transportir (г. Минск). Стоимость одного контейнера составляет 2859 руб. Тогда совокупные расходы на оснащение склада организации контейнерами составит:

$$2859 \text{ руб.} \times 8 \text{ ед.} = 22,9 \text{ тыс. руб.}$$

В табл. 3 произведен расчет реальной экономии и экономического эффекта от использования контейнеров.

Таблица 3 – Расчет потребности в контейнерах для хранения алюминиевого сырья на СП «Ксант» ООО

Наименование показателя	Фактическое значение	С учетом использования контейнеров
1. Стоимость сырья, тыс. руб.	1284,2	1284,2
2. Процент пришедшего в негодность сырья, %	2,0	0,5
3. Стоимость сырья, пришедшего в негодность, тыс. руб.	25,7	6,4
4. Размер экономии, тыс. руб.	–	19,3

Примечание – Источник: собственная разработка.

Произведенные расчеты показывают, что оснащение склада Белорусско-Российско-Литовского СП «Ксант» ООО контейнерами для повышения сохранности алюминиевого сырья позволит организации снизить расходы на брак и порчу сырья на 19,3 тыс. руб. При этом вложения в приобретение таких контейнеров, составляющие 22,9 тыс. руб., окупятся менее чем за 2 года, что также подтверждает необходимость и экономическую эффективность предлагаемого мероприятия.

В целом реализация мероприятия позволит повысить эффективность производственного складирования основного вида сырья в организации и получить прирост прибыли, которая терялась при неэффективной организации складирования в организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ковалёв, М. Н. Моделирование и анализ промышленных рынков / М. Н. Ковалёв // Труд. Профсоюзы. Общество. Научно-практический журнал. – 2015 – № 3. – С. 26–27.
2. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности / В. И. Стражев [и др.] ; под ред. В. И. Стражева. – Минск : Выш. шк., 2016. – 694 с.

А. В. Кривашёнок,
студент 5-го курса
Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАБОТКИ ЗАКАЗОВ В ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ФРАХТБАЙ»)

«Управление заказами – одна из важнейших функций распределительной логистики, и именно управление заказами обеспечивает эффективное продвижение материальных потоков по логистическим цепям на пути от производителя к потребителю», – отмечает доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский

государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент Т. М. Розина [1, с. 77]. В широком смысле управление заказами – синтетическая функция, присущая управлению материальными потоками как на этапе материально-технического обеспечения, так и на этапе сбыта готовой продукции. Основной показатель в управлении заказами – портфель заказов. Портфель заказов – это совокупность заказов потребителей (покупателей), имеющих на определенную дату. Объем портфеля заказов организации зависит от многих внутренних и внешних факторов – общеэкономической ситуации, деловой активности, покупательского спроса, уровня загрузки производственных мощностей. Портфель заказов составляется на основе соответствующих заявок на поставку продукции, отражающих спрос потребителей [1, с. 77].

Соотношение времени выполнения отдельных этапов работ определяет структуру цикла (табл. 1).

Таблица 1 – Интегрированный логистический цикл исполнения заказа

Этап цикла	Группа операций
Получение заказа	Учет, обработка и оформление заказа
Техническая подготовка производства	Разработка технологии изготовления Организационная подготовка Освоение Организация перехода на выпуск нового изделия
Поставка исходных материально-технических ресурсов	Формирование заказа Выбор поставщиков Закупка материалов Доставка материалов Складирование
Подготовка к запуску в производство	Подбор необходимой оснастки Синхронизация Разработка плана-графика выпуска изделий
Изготовление заказа	Технологические операции Контроль производства Складирование запасов незавершенного производства
Поставка заказа	Складирование готовой продукции Комплектация заказа Отгрузка и доставка заказа покупателю

Исполнение заказов на предприятиях сферы услуг начинается с получения заказа от заказчика (покупателя), которое выполняется рядом действий с того момента, когда заказчик размещает или посылает заказ, и до момента, когда поставщик его получает.

Общество с ограниченной ответственностью «ФрахтБай», основным видом деятельности является: 1) деятельность автомобильного грузового транспорта; 2) прочая вспомогательная деятельность в области перевозок (экспедирование грузов).

Таблица 2 – Данные о способах доставки материалов, поступающих на предприятие

Наименование группы продуктов	Основные поставщики (организация, страна, город)	Вид используемого транспорта (привлеченный, свой)	Периодичность закупки
Топливо, ГСМ	ИООО «Белгазпромнефть-Белнефтепродукт», РБ	свой	ежемесячно

Автозапчасти	СООО «Автотракторс», РБ	привлеченный	ежемесячно
Вода питьевая	ООО «Наша вода плюс», РБ	привлеченный	ежемесячно

На основании данных табл. 2 видно, что ООО «ФрахтБай» использует наемный транспорт для осуществления доставки запасных частей на предприятие [2]. Для осуществления поставки материала от поставщика указывается порядок и условия поставки (передачи) товара. Товар передается на склад покупателя ООО «ФрахтБай». Можно сделать вывод, что все логистические функции организации выполняют два человека: директор предприятия и экспедитор по перевозке грузов, и успешная деятельность логистики зависит только от их компетентности и эффективности их работы.

Функциональность логистики отражает все аспекты повседневного удовлетворения фирмой запросов потребителей (покупателей), в том числе сбои и недостатки в обслуживании. Анализ «помех» совершенному исполнению заказов в ООО «ФрахтБай» представлен в табл. 3 [3].

Таблица 3 – «Помехи» совершенному исполнению заказов в ООО «ФрахтБай»

Ошибки при приеме заказа	+
Недостовверная информация	+
Неспособность соблюсти сроки доставки (задержки в рейсе)	+
Задержка с отправкой	+
Задержка с доставкой	+
Неполное оформление документации	+
Ошибки при переводе платежей	–
Досрочная доставка	+
Повреждение грузов при перевозке	+
Ошибки при выписывании счета	+
Начисление оплаты сверх тарифа	–
Неполная оплата счета потребителем	+

Для эффективного управления заказами на ООО «ФрахтБай» необходимо ввести на предприятии одну штатную единицу – менеджера по перевозкам. Менеджер необходим для осуществления совершенного исполнения заказа клиента на предприятии, для равномерного и бесперебойного исполнения заказа на всех этапах – обеспечения доступности заказов, получения заказов, взаимозачетов с покупателями, правильного оформления платежных и других документов, контроля за полной оплатой счетов. Необходимо настолько четко наладить весь процесс управления заказом, чтобы в нем не возникали сбои, в том числе и «брак в логистике». Менеджер по логистике позволит повысить качество обслуживания потребителей, сведет к минимуму недостатки в обслуживании и в итоге приведет к увеличению выручки и прибыли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Розина, Т. М. Распределительная логистика : курс лекций / Т. М. Розина. – Минск : БГЭУ, 2009. – 129 с.
2. Отчет по использованию топлива ООО «ФрахтБай» за 2015, 2016 гг.
3. Отчетные формы (баланс и приложение) ООО «ФрахтБай» за 2015, 2016 гг.

А. С. Прастакова,
студент 4-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ХАРАКТЕРИСТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВИТЕБСКОГО ФИЛИАЛА РУП «БЕЛТАМОЖСЕРВИС»

Республиканское унитарное предприятие «Белтаможсервис» на сегодняшний день является одним из крупнейших операторов на рынке логистических услуг Республики Беларусь. Основной вид деятельности – предоставление комплекса логистических услуг с применением статуса ЗРЛ-провайдера. Для данного этапа развития предприятия характерно предоставление услуг третьим лицам, выходящим за пределы простой транспортировки грузов, т. е. услуг со значительной добавленной стоимостью.

При анализе деятельности предприятия также учитывалась и организация его управления. На предприятии построена линейно-функциональная структура управления, т. е. ступенчатая иерархия. Из анализа организационной структуры ВФ РУП «Белтаможсервис» следует, что непосредственно руководство филиалом осуществляет директор, который находится в прямом подчинении у генерального директора. Отдельно можно выделить отделы таможенного декларирования, расположенные в Орше, Витебске, Верхнедвинске, Браславе.

Основной целью деятельности РУП «Белтаможсервис» является получение прибыли для финансирования таможенных органов и органов пограничной службы РБ. Основные виды деятельности: «Деятельность в области таможенного дела», «Хранение и складирование», «Предоставление прочих услуг потребителям», «Транспортно-экспедиционная деятельность» (табл. 1).

Таблица 1 – Структура выручки от оказания услуг, %

Наименование показателей	Годы			Изменение, п.п.	
	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
Таможенные услуги	12,9	14,5	14,7	+1,6	+0,2
СВХ и ТС	4,3	4,4	4,8	+0,1	+0,4
Услуги логистики	0,2	0,3	0,3	+0,1	–
Оказание услуг по перевозке грузов	0,02	0,02	0,02	–	–
Осуществление деятельности экспедитора	0,2	0,4	0,4	+0,2	–
Уборка территорий РПТО	0,2	0,2	0,2	–	–
Оказание услуг организации-поручителя	0,01	0,03	0,03	+0,02	–
Торгово-логистическая деятельность	82,1	80,1	79,6	–2,0	–0,5

Наибольшую долю в структуре выручки Витебского филиала занимает торгово-логистическая деятельность. На втором месте находится деятельность, связанная с оказанием таможенных услуг, далее идет деятельность, связанная с хранением товарно-материальных ценностей. Наименьшую долю в структуре выручки Витебского филиала занимает деятельность, которая связана с оказанием услуг по перевозке грузов, а также услуг, оказываемых предприятием в качестве организации-поручителя. В 2015 году наблюдается увеличение доли таможенных услуг – 0,2 п.п., СВХ и ТС – 0,4 п.п., уменьшение торгово-логистической деятельности – 0,5 п.п.

При анализе факторов внутренней среды деятельности предприятия выявлены следующие сильные стороны в деятельности предприятия: широкая номенклатура оказываемых услуг, большой опыт работы, обширная клиентская база, наличие

корпоративной системы, высококвалифицированный персонал, обширная складская сеть. Слабые стороны: недостаточная автоматизация складского учета, усложненная процедура страхования, вероятные срывы в поставках, недостаточное внимание к рекламе. При анализе факторов внешней среды деятельности был проведен PEST-анализ (табл. 2).

Таблица 2 – PEST-анализ ВФ РУП «Белтаможсервис»

	Возможности	Угрозы
Политические факторы	Взаимодействие с другими странами в рамках глобальных соглашений	Ужесточение законодательства в сфере транспортного обслуживания
Экономические факторы	Возможность оплаты услуг по Internet	Интенсивное развитие рынка транспортных услуг
Социальные факторы	Привлечение клиентов	Сезонность
Технологические факторы	Модернизация и обновление технических средств	Технико-технологические отклонения

Проанализировав логистическую инфраструктуру, можно сказать, что в общей структуре персонала можно выделить 79 человек, отвечающих за выполнение логистических функций. Их удельный вес в общей численности персонала составляет 53 %. Были рассмотрены некоторые аспекты логистической деятельности предприятия.

При осуществлении закупочной деятельности в ВФ РУП «Белтаможсервис» применяются следующие процедуры закупки: конкурентные процедуры – запрос ценовых предложений (стоимость закупки от 1000 до 8000 б. в.), открытый конкурс (стоимость закупки от 8000 б. в. и более); неконкурентная процедура – закупка из одного источника (стоимость закупки от 1000 б. в. и более). При проведении конкурентных процедур есть ряд особенностей. Одна из них – приглашение к участию в данных процедурах закупки размещается в открытом доступе в информационной системе «Тендеры» на сайте РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен».

Проанализировав складскую инфраструктуру ВФ РУП «Белтаможсервис», выявили, что большинство складских помещений, принадлежащих предприятию, можно отнести к классу «С» (по общепринятой классификации), что не соответствует требованиям клиентов при проведении переговоров (табл. 3).

Таблица 3 – Владельцы складских помещений Витебской области

	Наименование владельца	Общая площадь, м²	
СВХ	ОАО «Полоцк-Стекловолокно»	6447	
	ОАО «Нафтан»	3903,4	
	ОАО «Лепельский молочноконсервный комбинат»	4814,22	
	ВФ РУП «Белтаможсервис»	СВХ, г. Витебск	8159,33
		СВХ, г. Орша	6566,76
СВХ, г. Браслав		2353,9	
СВХ, г. Верхнедвинск		25,25	
ТС	ООО «Марко-Сервис»	634	
	ОАО «Нафтан»	288	
	ОАО «Полоцк-Стекловолокно»	397	
	ОАО «Нафтан»	1728	
	ООО «ТранзитСервисПлюс»	141,6	

ВТП РУП «Фармация»		39,9
ВФ РУП «Белтаможсервис»	ТС, г. Витебск	346,95
	ТС, г. Орша	132,18

Из данных таблицы следует, что для большинства предприятий осуществление деятельности в области складирования не является профильным. Данные организации преимущественно не предоставляют услуги по складированию сторонним организациям, в отличие от ВФ РУП «Белтаможсервис».

Таким образом, проанализировав текущую деятельность ВФ РУП «Белтаможсервис», можно выделить следующие направления развития: совершенствование деятельности по поиску и изучению коммерческих партнеров; повышение конкурентоспособности собственной торговой марки; внедрение программы комплексной автоматизации; разработка рекламной компании; разработка системы мотивации труда персонала. В настоящее время ведется строительство мультимодального логистического центра, расположенного в поселке Болбасово, который позволит повысить уровень оказываемых услуг и увеличить выручку предприятия от оказания логистических услуг.

А. В. Пушко,
студент 3-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Понятие «логистическая деятельность» (ЛД) очень часто используется как синоним слова «логистика». Многие его не отличают от таких терминов, как «логистическая система», «логистическая операция», «логистическая функция». Поэтому проанализируем значение этих терминов. Американские ученые Д. Ламберт и Д. Сток в книге «Стратегическое управление логистикой» рассматривают логистическую деятельность как часть системы логистического управления, при эффективном внедрении которой обеспечивается логистический сервис. Саму ЛД авторы рассматривают как совокупность следующих видов деятельности: обслуживание потребителей; прогнозирование спроса; управление запасами незавершенного производства; логистические коммуникации; грузопереработка; обработка заказов; упаковка; поставка запасных частей и оказание помощи потребителям при обслуживании; выбор мест размещения производственных и складских помещений; поставки; логистика обратных потоков; управление перевозками и транспортировкой грузов; складирование и хранение [1, с. 18].

При этом, выделяя все эти виды ЛД, авторы отмечают необходимость рассматривать ЛД как некую интегральную функцию, «...сеть взаимосвязанных видов деятельности, в основном предназначенных для управления потоком материалов и персоналом как внутри самой компании, так и в цепях поставок» [1, с. 23].

Уотерс выделяет немного другой набор видов ЛД [2, с. 26]: поставки или закупки; входные транспортные потоки или грузовые перевозки; приемка; складирование; контроль запасов; комплектация заказов; грузопереработка материалов (перемещение ресурсов в ходе операций, выполняемых в организации); внешние перевозки, управление физическим распределением; переработка, возврат продукции и утилизация отходов (логистика обратных потоков или обратная дистрибуция); выбор мест размещения объектов логистической инфраструктуры; коммуникации (информационный поток, сопровождающий материальный поток). Он также отмечает, что к ЛД могут быть отнесены другие виды деятельности

в зависимости от обстоятельств, но при этом очень важно, что все они должны выполняться совместно для обеспечения эффективного материального потока.

Совершенно другой точки зрения придерживается Сергеев В. И., который выделяет операционную логистическую деятельность, включающую некоторые виды деятельности, связанные с перемещением или хранением товаров, информации и финансов [3, с. 29]. В этом случае ключевым словом, объединяющим указанные выше виды деятельности, является понятие «операция», пришедшее в логистику из операционного менеджмента. Признаками операции являются изменения пространственно-временных, физических или химических свойств объекта; локализация места выполнения работы, составляющей операцию; отнесение этой элементарной работы к одному физическому лицу, машине (механизму), процессу или подразделению предприятия.

Под логистической операцией авторы понимают любое действие (или совокупность действий), связанное с возникновением или преобразованием основных (сопутствующих) потоков, не подлежащих дальнейшему делению (декомпозиции) в рамках задач управления и контроллинга существующей или проектируемой логистической системы. Совокупность логистических операций образует логистическую функцию, которые, в свою очередь, определяют виды операционной логистической деятельности.

Авторы выделяют следующие логистические функции: транспортировка, управление заказами, информационно-компьютерная поддержка, складирование, грузопереработка, упаковка, сбор и возврат товаров.

Как видим, ведущие ученые под логистической деятельностью понимают набор традиционных видов деятельности предприятий. По нашему мнению, такое представление не дает четкого отличия логистической деятельности от транспортной, складской, производственной и т. п. Поэтому у многих людей, не связанных с логистикой, создается мнение о том, что логистика – это всего лишь замена хорошо известного действия на модное слово.

Попробуем сформулировать собственное видение сущности логистической деятельности предприятий. По определению Большого энциклопедического словаря, любая деятельность – это специфическая человеческая форма отношения к окружающему миру, содержание которой составляет его целесообразное изменение в интересах людей. Деятельность включает в себя цель, средства, результат и сам процесс.

Исходя из определения логистики Европейской логистической ассоциации и содержания деятельности вообще, дадим следующую трактовку логистической деятельности, представленную в табл. 1.

Таблица 1 – Трактовка логистической деятельности

Средства	Основной процесс	Цель	Результат
– ресурсы (материальные, информационные, трудовые, финансовые); – инфраструктура (транспортная, складская, манипуляционная, упаковочная, информационная)	Управление движением и размещением товаров и/или людей как системой, обеспечивающее процессы: – транспортировки; – грузопереработки; – упаковки и маркировки; – управления движением запасов; – размещения и локализации;	В нужном количестве и правильного качества, в правильное время и место, правильному потребителю, с оптимальными затратами	Решения по перемещению и размещению ресурсов

	<ul style="list-style-type: none"> – складирования товаров; – обслуживания клиентов; – сбора и возврата товаров; – информационно-компьютерной поддержки; – таможенных операций; – вспомогательных операций; – дополнительных услуг (сервиса) 		
--	---	--	--

Таким образом, сущность логистической деятельности заключается в поиске рациональных (оптимальных) решений по управлению движением и размещением товаров и/или людей как единым целым, как системой. Это означает, что необходимо управлять стыками разных процессов, которые обеспечивают движение и размещение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гаджинский, А. М. Логистика / А. М. Гаджинский : учебник. – М. : ИТК «Дашков и К», 2004. – 368 с.
2. Джеймс, С. Д. Современная логистика / под ред. С. Джеймс [и др.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 356 с.
3. Сергеев, В. И. Логистика в бизнесе : учебник / В. И. Сергеев. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 255 с.

А. Л. Руденко,
 студент 1-го курса
 Витебский филиал
 Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
 «Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современном понимании логистика – наука о планировании, организации, управлении, контроле и регулировании движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя. Это сравнительно молодая наука, и логистический бизнес в белорусском государстве начал развиваться совсем недавно.

Логистика является по сути той интегрирующей концепцией планирования, которая способствует формированию системного подхода к деятельности фирмы и ее партнеров [1, с. 7].

Республика Беларусь имеет особое геополитическое положение – она расположена в центре Европы. Не имея прямого выхода к морю, являясь внутриконтинентальным государством, призвана играть роль транзитного коридора [2, с. 6].

Через территорию республики проходят самые короткие дороги, соединяющие страны Западной Европы со странами СНГ, а также Южную и Центральную Европу с Северо-Западными регионами России и странами Скандинавии (Минск – 215 км от Вильнюса, 470 км

от Риги, 550 км от Варшавы, 580 км от Киева, 750 км от Москвы, 1060 км от Берлина). Поэтому особая роль в политике государства отводится развитию логистики.

В Республике Беларусь разработана Республиканская программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016 – 2020 гг. Эта программа включает развитие транзитного потенциала Республики Беларусь, пунктов пропуска через Государственную границу Республики Беларусь» [3, с. 1].

Цель программы – создание условий и реализация мероприятий, обеспечивающих развитие и эффективное использование транзитного потенциала, планомерность проведения работ по обустройству приграничной инфраструктуры для защиты экономических интересов и безопасности страны в пунктах пропуска через Государственную границу [3, с. 2].

В качестве показателей, которые должны быть достигнуты в 2016 – 2020 гг. через реализацию мероприятий, следует считать: объем логистических услуг; количество логистических центров и их площадь; пропускная способность автодорожных пунктов пропуска через Государственную границу Республики Беларусь; общий объем доходов (выручки) от различных видов деятельности в сфере транзита, который складывается из показателей, характеризующих доходы от транзита нефти, стоимость услуг по транзиту природного газа, доходы от транзита в сфере транспорта (за исключением трубопроводного транспорта).

В результате реализации программы планируют создать 36 логистических центров общей площадью около 1200 тыс. м², пропускная способность автодорожных пунктов пропуска через Государственную границу Республики Беларусь составит более 35 тыс. автомобилей в сутки.

Таким образом, основными направлениями развития логистической системы Республики Беларусь должны стать:

- совершенствование транспортной инфраструктуры на основе реконструкции и модернизации путей сообщения, искусственных сооружений, терминалов и средств связи;
- повышение качества и перечня оказываемых услуг;
- создание условий для развития транспорта, возрастания мобильности населения и оптимизации товародвижения;
- создание современной транспортной инфраструктуры, обеспечивающей конкурентоспособность транзитных и внутренних маршрутов на уровне международных требований;
- развитие транспортно-логистических центров, обеспечивающих полный цикл услуг по доставке грузов клиенту «от двери до двери»;
- интеграция в международные транспортно-логистические сети;
- создание условий для оптимального взаимодействия всех видов транспорта, увеличение объемов и повышение эффективности перевозок грузов.

В настоящее время реализуются мероприятия по созданию логистического центра в районе Национального аэропорта «Минск», логистического центра «Прилесье», мультимодального промышленно-логистического комплекса ООО «ИПЛ Комплекс», на территории общества с ограниченной ответственностью «Оршанский авиаремонтный завод», логистических центров холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» и в сервисной зоне пункта пропуска через Государственную границу Республики Беларусь «Каменный Лог», транспортно-логистического центра иностранного общества с ограниченной ответственностью «ВЛАТЕ Логистик» и др.

Наиболее перспективными в настоящее время являются такие проекты, как «Шелковый путь» и «Великий камень».

Главное направление «Нового шелкового пути» – из Европы через Среднюю Азию в Китай (протяженность около 6500 км, из которых 4000 км пройдет по китайской территории – от Тихоокеанского побережья до Синьцзян-Уйгурского автономного района). Путь пройдет через Казахстан, Узбекистан, Туркменистан, Иран, Ирак, Сирию и Турцию,

а оттуда – и в Европу: через Болгарию, Румынию и Чехию в Германию. Планируются также ответвления от главного пути в сторону многих других окрестных стран. В сухопутной части «Нового Шелкового пути» предполагается строительство трех железнодорожных коридоров. Северный коридор пройдет через территорию России, а центральный и южный – через территорию Центральной и Средней Азии, в том числе через Казахстан, входящий вместе с Россией в Евразийский экономический союз. В последствии железнодорожные коридоры будут дополнены автомобильными. Новые транспортные коридоры должны сократить сроки перевозки грузов из Китая в Европу с нынешних 45 – 60 суток морским путем до 10 – 13 дней сухопутным путем. Это позволит существенно оптимизировать поставки и удешевить многие китайские товары, укрепить положение Китая на европейских и азиатских рынках, а также занять новые рынки в Африке и на Ближнем Востоке. Для Республики Беларусь крайне важно встроиться в трансевразийские транспортные коридоры, упрочив тем самым свое положение в качестве транзитной страны, и стать полноценным «евразийским мостом» между странами Востока и Запада. Участие Республики Беларусь в проекте и рост транзита через ее территорию позволит резко усилить окупаемость вложений в транспортную инфраструктуру.

«Великий камень» (Китайско-Белорусский индустриальный парк) – это объект, строительство которого предусматривало межправительственное соглашение между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой. Такое название сохранялось за ним до 1 июля 2014 г., т. е. до даты выхода нового Указа президента Беларуси от 30 июня 2014 г. № 326 «О деятельности китайско-белорусского индустриального парка «Великий камень»». Вновь принятый законодательный акт изменил название грандиозного проекта. «Великий камень» – так теперь именуют эту строящуюся промышленную зону. Такое название дала парку белорусская деревня, находящаяся на его территории. Реализация проекта находится в активной стадии. Помимо промышленной зоны, на территории парка будут размещены жилые кварталы, торгово-развлекательные и офисные комплексы, а также научно-исследовательский и финансовый центры. Можно сказать о том, что в Беларуси строится международный современный экогород, обладающий инновационными, высокотехнологичными и конкурентоспособными производствами с огромным экспортным потенциалом. Преимущества ведения бизнеса: стать резидентами КБИП могут компании любой страны. Главное, чтобы направление их бизнеса соответствовало тем, которые будут вестись в «Великом камне». Став резидентом парка, компания получит льготы, откроет свое производство в выгодной географической зоне, имеющей удобные для бизнеса транспортные коридоры. При этом у нее появится возможность беспроцентной продажи своего товара на рынке стран, создавших Единое экономическое пространство, и перевозки их в находящуюся неподалеку Западную Европу.

Таким образом, Республиканская программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016 – 2020 гг., проекты «Шелковый путь» и «Великий камень» будут способствовать тому, что логистика станет действительно важной движущей силой развития экономики Республики Беларусь и повышения конкурентоспособности отечественных организаций бизнеса. Однако не стоит забывать о значительных факторах, содействующих этому процессу: необходимо совершенствовать законодательную и нормативную базу в области логистики; привлекать инвестиции в логистическую инфраструктуру; повышать уровень квалификации персонала организации в области логистики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фёдоров, Л. С. Общий курс транспортной логистики : учеб. пособие / Л. С. Фёдоров, В. А. Персианов, И. Б. Мухаметдинов. – 2-е изд. – М. : КНОРУС, 2013. – 312 с.
2. Карбанович, И. И. Международные автомобильные перевозки : учеб. пособие / И. И. Карбанович. – Минск : Юнипак, 2004. – 257с.

3. Республиканская программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016 – 2020 гг. [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 18 июля 2016 г., № 560 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

В. В. Святская,
студент 3-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ МАТЕРИАЛЬНЫХ ПОТОКОВ С ПОТРЕБНОСТЯМИ ПРОИЗВОДСТВА

Управление организацией в современных условиях предполагает постоянное совершенствование хозяйственного механизма, и в частности его важнейшего инструмента материального стимулирования. Как показывает анализ практики деятельности белорусских предприятий, этому вопросу уделяется недостаточно внимания. Действующие системы материального стимулирования консервативны, не пересматриваются годами и, как следствие, неадекватны требованиям внутренней и внешней экономической среды, что значительно снижает их роль в управлении.

В настоящее время достаточно много уделяется внимания логистике как современному методу управления материальными, финансовыми, информационными потоками. Но реализации логистических подходов в производственно-хозяйственной деятельности предприятия также слабо увязаны с системой материального стимулирования работников за конечные результаты работы.

Отдел материально-технического снабжения Минского отделения Белорусской железной дороги занимается снабжением структурных подразделений (филиалов) Минского отделения Белорусской железной дороги товарно-материальными ценностями. Основной задачей специалистов по закупке является планирование поставок в оптимальном объеме и постоянный контроль за выполнением этих поставок [1, с. 40].

Финансовые потоки на закупку материалов регулируются системой бюджетирования, в которой определены основные направления логистических затрат и их объемы.

Так, фактические затраты отдела на закупку и складирование составили в 2016 году 73,79 млрд неденоминированных рублей, при этом доля затрат на закупку составила 97,6 %. Высокий удельный вес затрат на закупку требует в свою очередь нормирования материальных запасов, их сбалансированности с потребностями производства и оказания услуг [2, с. 60]. Плановым бюджетом на 2016 год на эти цели предусматривалось 74,1 млрд рублей. Экономия финансовых средств составила 0,32 млрд рублей. Но ни одного рубля экономии не направлено на стимулирование работников отдела, т. е. практически не задействован важнейший инструмент управления – «стимул».

Действующая система бюджетирования материальных потоков, как показывает практика, должна быть увязана с системой материального стимулирования [3, с. 25–26]. Если фактические расходы на закупку, складирование превышают предусмотренные бюджетом, то соответствующие работники теряют право на текущее премирование. При наличии экономии целесообразно до 50 % ее направлять на разовое премирование соответствующих должностных лиц и специалистов по логистике.

Для совершенствования бюджетирования в данной организации необходимо осуществить ряд мер, способных повысить ее эффективность. Необходимо:

- определить круг должностных лиц, ответственных за принятие и исполнение бюджета, строго разграничив права и обязанности между ними;
- разработать положение «О премировании и материальной ответственности за исполнение бюджета», ознакомив с ним исполнителей. Эта система должна предусматривать направление части экономии бюджетных средств на стимулирование работников с целью повышения их материальной заинтересованности в оптимизации затрат на закупку и складирование материальных ресурсов, а также определять нижнее пороговое значение экономии бюджета, которое будет учитываться при начислении премии, чтобы подразделения умышленно не экономили на необходимых расходах и не перекладывали ответственность на других лиц.

Такой подход, на наш взгляд, положительно отразится на эффективности использования финансовых средств на логистику закупок и складирование материальных ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Афанасенко, И. Д. Логистика снабжения : учеб. для вузов // И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. – СПб. : Питер, 2010.
2. Управление затратами на предприятии : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. Г. А. Краюхина. – СПб. : Бизнес-пресса, 2006.
3. Иванов, В., Денисенко, А. Управление денежными потоками : сущность, содержание, проблемы и направления их решения // Труд, Профсоюзы. Общество. – 2011. – № 4. – С. 23–26.

В. Ю. Ткачёва,
студент 4-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ШВЕЙНОЙ ПРОДУКЦИИ

Согласно Государственному стандарту Республики Беларусь, логистика определяется как «комплекс наук о способах и методах управления материальными, информационными, финансовыми и другими потоками с целью оптимизации товародвижения за счет рационального взаимодействия производственной, транспортной, банковской, таможенной, информационной и других подсистем экономики» [1].

Новизна логистического подхода позволяет товаропроизводителям совершенствовать сбытовую деятельность посредством развития сетевых товаропроводящих структур.

В последнее время все больше авторов, среди которых Аникин Б. А., Родкина Т. А. [2], Розина Т. М., Ефремов А. А., уделяют внимание развитию цепей поставок и преобразованию их в сетевые структуры, называемые товаропроводящими сетями (ТПС). Значимость развития ТПС для белорусских предприятий определена на уровне государственного управления [3].

В Республике Беларусь легкая промышленность традиционно является одной из важнейших отраслей по производству потребительских товаров в промышленном комплексе.

Анализ статистических данных по виду экономической деятельности «Текстильное и швейное производство» показывает увеличение объема промышленного производства и прибыли от реализации продукции в 2010 – 2015 гг., что показано на рис. 1.



Рисунок 1 – Динамика объема производства и прибыли от реализации продукции, товаров, работ, услуг, в % к предыдущему году

Примечание – Источник: разработано автором по данным www.belstat.gov.by.

Но снижение ряда показателей говорит о наличии проблем, что видно на рис. 2.



Рисунок 2 – Динамика показателей результативности, в % к предыдущему году

Примечание – Источник: разработано автором по данным www.belstat.gov.by.

Удельный вес данного вида экономической деятельности в общем объеме промышленного производства в 2010 – 2015 гг. снизился с 3,4 до 2,8 %. Снизилась среднесписочная численность работников предприятий на 27,5 % в 2015 году к уровню 2010 года. Снизилось количество предприятий-производителей: 2010 год – 1577, 2013 год – 1715, 2015 год – 1552. Рентабельность продаж показывает волнообразную динамику и снижается на 10,3 п.п. к уровню 2011 года. Эффективность сбытовой деятельности производителей отражается в уровне запасов готовой продукции. По состоянию на 1 сентября 2016 г., отношение складских запасов к среднемесячному объему производства текстильных изделий, одежды, а также изделий из кожи и меха составляло 263,1 %.

Одним из крупнейших предприятий Республики Беларусь по производству верхней мужской и женской одежды является ОАО «Знамя индустриализации». Предприятие выпустило в 2015 году 434 тыс. шт. изделий, что, однако, на 35 тыс. шт., или на 7,5 %, меньше, чем в 2014 году. Выручка от реализации продукции в этом же году составила 66 072 млн руб., что на 810 млн руб., или на 1,2 %, меньше, чем в 2014 году. Прибыль от реализации в 2015 году составила 2 млн руб., но чистый убыток в этом же году составил 1559 млн руб.

SWOT-анализ показал, что благодаря высокому качеству производимой продукции

предприятие положительно зарекомендовало себя на рынке швейных изделий, также на предприятии отмечаются высокие показатели производительности труда. Однако одной из слабых сторон предприятия является недостаточный уровень развития логистической системы, нехватка собственных средств и инвестиций для полной модернизации производства, недостаточная эффективность сбытовой деятельности, отсутствие стратегии развития оптимальной товаропроводящей сети.

В результате ABC/XYZ-анализа выходного товарно-материального потока в группу АХ были отнесены виды изделий: костюмы и комплекты, кроме трикотажных, мужские или для мальчиков; пальто, полупальто, плащи, теплые куртки, включая лыжные, ветровки, штормовки и аналогичные изделия, кроме трикотажных, женские или для девочек; пальто, полупальто, плащи, теплые куртки, включая лыжные, ветровки, штормовки и аналогичные изделия, кроме трикотажных, мужские или для мальчиков. В категорию АУ отнесены: одежда форменная. Данные позиции ассортимента отличаются наибольшим сбытом и стабильностью спроса.

Исходя из анализа существующей сети сбыта ОАО «Знамя индустриализации», было выявлено, что 87,6 % продукции от общего объема реализации поставляется на внутренний рынок Республики Беларусь. Слабо развита товаропроводящая сеть на рынке Российской Федерации. Поэтому совершенствование товаропроводящей сети на основе методов логистики важно для развития сбытовой деятельности предприятия.

Прогнозирование спроса на швейную продукцию на рынке Российской Федерации, построение степенной линии тренда на основании данных о динамике импорта швейной продукции в 2013 – 2016 гг. выявило рост спроса. Прогнозное значение по линии тренда (формула 1) в 2017 году составило 36 417,5 тыс. долларов:

$$y = 31833 x^{0,0835} (R^2 = 0,958) \quad (1)$$

Вместе с тем в Республике Беларусь отмечается уменьшение объема производства швейных изделий пальто и костюмов, что видно из графика рис. 3. Это создает «окно» возможностей для наращивания собственного производства и экспорта наиболее конкурентоспособной продукции ОАО «Знамя индустриализации» на российский рынок.

Логистический подход предполагает оптимизацию товародвижения. Поэтому предлагается проектирование оптимальной конфигурации и структуры товаропроводящей сети швейной продукции.



Рисунок 3 – Динамика объемов производства текстильных швейных изделий, тыс. шт., в Республике Беларусь

Примечание – Источник: разработано автором по данным www.belstat.gov.by.

Для количественной оценки оптимальности принимаемых решений необходимо применять математический аппарат моделирования. Для построения экономико-математической модели распределения продукции ОАО «Знамя индустриализации» мы отразили имеющиеся запасы готовой продукции, а также возможный объем производства продукции из собственного сырья. Учли логистические издержки при поставке продукции субъектам ТПС на территории Российской Федерации. Согласно найденному плану, запасы готовой продукции полностью покроют потребности большинства субъектов ТПС. Остальная продукция, произведенная за год, покрывает потребности остальных субъектов, а излишняя продукция может быть направлена отдельно в распределительный центр для покрытия потребностей других регионов Российской Федерации.

Математическая модель данной задачи, нацеленной на оптимизацию товародвижения внутри товаропроводящей сети швейной продукции, имеет следующий вид:

$$\begin{cases} F = \sum \sum c_{ij} x_{ij} \rightarrow \min, \\ \sum x_{ij} = a_i, i = 1, 2, \dots, m, \\ \sum x_{ij} = b_j, j = 1, 2, \dots, n, \\ x_{ij} \geq 0 \end{cases}$$

Проверим необходимое и достаточное условие разрешимости задачи:

$$\sum a = 124 + 150 = 274 \text{ тыс. ед. (запасы готовой продукции и возможное производство)}$$

$$\sum b = 86,8 + 31,5 + 31,2 + 24,6 + 8,5 + 7 + 17,2 + 9,8 + 9,6 + 8,7 = 234,0 \text{ тыс. ед. (потребность звеньев ТПС)}$$

Как видно, суммарная потребность швейной продукции производства ОАО «Знамя индустриализации» в звеньях ТПС меньше объема произведенной продукции и запасов готовой продукции на предприятии. Следовательно, модель исходной транспортной задачи является открытой. Чтобы получить закрытую модель, необходимо ввести дополнительную (фиктивную) потребность, так называемую потребность распределительного центра, равную 39,1 тыс. ед. готовой продукции (274 – 234,9). Решение задачи в среде MS Excel представлено на рис. 4.

Таким образом, минимальные логистические издержки в товаропроводящей сети швейной продукции на территории Российской Федерации составят:

$$F(x) = 22,8 \times 86,8 + 23,4 \times 31,5 + 23,4 \times 5,7 + 23,4 \times 25,5 + 26,4 \times 24,6 + 30,6 \times 8,5 + 25,2 \times 7 + 36,6 \times 17,2 + 48,6 \times 9,8 + 43,2 \times 9,6 + 51 \times 8,7 + 0 \times 39,1 = 649,638 \text{ тыс. руб.}$$

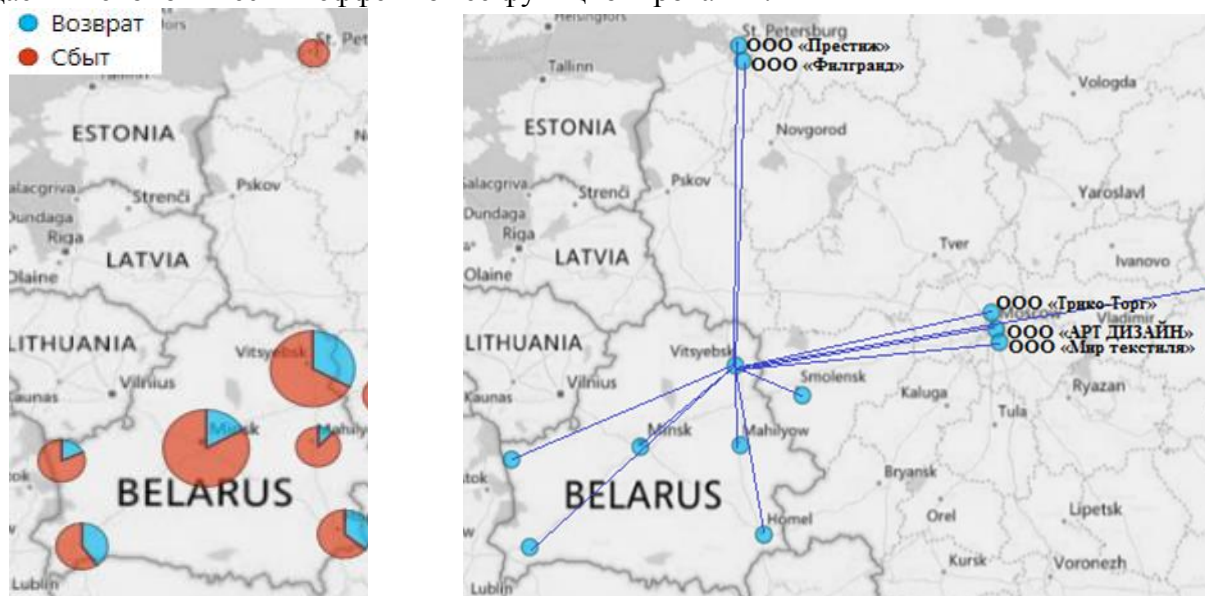
Поставщики	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Запасы готовой продукции	2,28	2,34	2,34	2,64	3,06	2,52	3,66	4,86	4,32	5,1	0		
Производство	2,28	2,34	2,34	2,64	3,06	2,52	3,66	4,86	4,32	5,1	0		
Искомый план													
	0	7,4	31,2	24,6	8,5	7	17,2	9,8	9,6	8,7	0	124	124
	86,8	24,1	0	0	0	0	0	0	0	0	39,1	150	150
	86,8	31,5	31,2	24,6	8,5	7	17,2	9,8	9,6	8,7	39,1		
	86,8	31,5	31,2	24,6	8,5	7	17,2	9,8	9,6	8,7	39,1		
Минимальные затраты составят		649,64											

Рисунок 4 – Экономико-математическая модель задачи распределения швейной продукции ОАО «Знамя индустриализации» в MS Excel

Примечание – Источник: разработано автором.

Кроме критерия минимума логистических издержек при формировании

товаропроводящей сети, необходимо учесть критерий максимизации прибыли от сбыта продукции в сетевой структуре. Исходя из этого, нами была предложена конфигурация расширенной товаропроводящей сети швейной продукции ОАО «Знамя индустриализации». В левой части рис. 5 отражена существующая ТПС, в правой части – предлагаемая ТПС и ожидаемый экономический эффект от ее функционирования.



Прогноз увеличения объема сбыта швейной продукции: +898 700 руб.

Рисунок 5 – Логистические карты существующей и предлагаемой конфигурации товаропроводящей сети ОАО «Знамя индустриализации»

Примечание – Источник: разработано автором.

Логистический подход к формированию товаропроводящей сети предполагает оптимальное размещение распределительного центра для швейной продукции. Для этого нами был использован метод центра тяжести. Координаты центра тяжести грузовых потоков, т. е. точек, в которых может быть размещен распределительный центр, были определены по следующим формулам:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i G_i}{\sum_{i=1}^n G_i},$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i G_i}{\sum_{i=1}^n G_i},$$

где X и Y – координаты распределительного склада;

X_i и Y_i – координаты i -го потребителя;

G_i – величина грузопотока от склада до i -го потребителя;

n – число потребителей.

Полученным координатам центра тяжести (55,40 с. ш. 37,70 в. д.) максимально приближенно соответствует город Одинцово. Расположение здесь распределительного центра позволит максимально эффективно обеспечивать города Московской области и другие регионы Российской Федерации продукцией ОАО «Знамя индустриализации».

В условиях инновационной экономики, когда функционируют электронные рынки, необходимо продвигать продукцию посредством электронных каналов сбыта. Анализ сбытовой деятельности предприятия показал, что распределение продукции происходит

только через традиционные каналы сбыта, а электронные каналы не используются.

В ходе ABC/XYZ-анализа реализованной продукции мы выяснили, что 15 % объема реализации занимает форменная одежда (военная, милицейская и т. п.).

Анализ электронных рынков показал, что на электронных торговых площадках (далее – ЭТП) проводятся торги на производство швейных изделий форменной одежды. Следовательно, внедрение электронных каналов распределения форменной одежды производства ОАО «Знамя индустриализации» в ТПС предприятия является своевременной мерой.

При проектировании электронного канала сбыта были проанализированы основные электронные торговые площадки Российской Федерации. Анализ количества торгов в год по швейной продукции представлен на рис. 6.

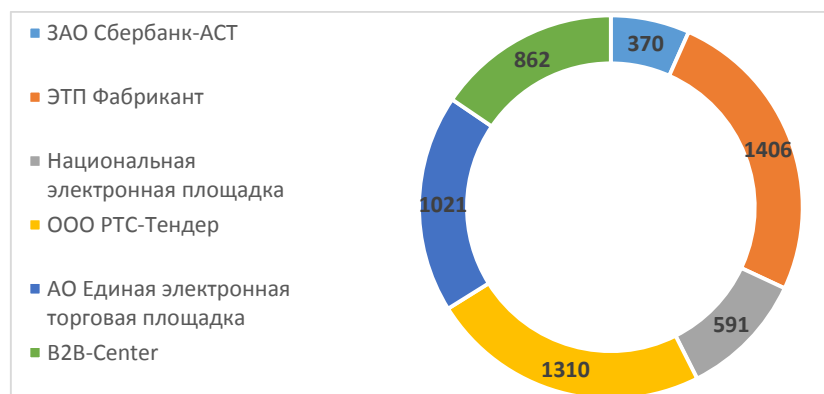


Рисунок 6 – Годовое количество торгов по швейной продукции на ЭТП

Примечание – Источник: разработано автором.

В результате многокритериальной оценки рейтинговым методом для включения в электронный канал сбыта была выбрана ЭТП «Фабрикант». На ЭТП «Фабрикант» был сформирован возможный портфель заказов на форменную одежду.

От внедрения электронного канала распределения продукции в товаропроводящей сети ОАО «Знамя индустриализации» ожидается эффект по сбыту продукции посредством ЭТП и увеличения выручки от реализации на 448,07 тыс. руб.

Таким образом, логистический подход к формированию оптимальной конфигурации товаропроводящей сети швейной продукции ОАО «Знамя индустриализации» на рынке Российской Федерации позволяет достичь расширения рынков сбыта предприятия, роста объема производства швейной продукции из собственного сырья, увеличения прибыли от реализации, а также повысить узнаваемость торговой марки для дальнейшей интеграции предприятия в цепи поставок на новых рынках сбыта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Логистическая деятельность. Термины и определения : СТБ 2047-2010. – Минск : Белстандарт, 2011. – 12 с.
2. Аникин, Б. А. Логистика. Теория и практика. Управление цепями поставок / Б. А. Аникин, Т. А. Родкина. – М. : Проспект, 2014. – 186 с.
3. О товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 24 дек. 2013 г., № 1137 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

Секция 5

Личность. Профсоюзы. Общество

Секция 5.1. Психология

А. М. Баксолова,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ГИБРИС-СИНДРОМ КАК ПАТОЛОГИЯ ПРОВОДИМОЙ ПОЛИТИКИ

Власть развращает. Абсолютная власть развращает абсолютно.

Е. Шварц

Политика, ее формирование и развитие принадлежат к важнейшим основным этапам формирования народа и государства. В наши дни проводимая политика существенно влияет на общество. Однако те люди, которые и зарождают это политическое развитие, также влияют на окружающих и сами поддаются влиянию власти. Анализируя связь между психическим состоянием мировых лидеров и проводимой ими политикой, можно прийти к такому выводу, что обладание большой властью во многих случаях вызывает профессиональную деформацию личности – гибрис-синдром (Hubris syndrome), слепую, враждебную здравому смыслу самонадеянность [2].

Медицинским термином слово «гибрис» не является. Термин «гибрис» впервые был использован в Древней Греции, так как надменность и излишняя уверенность в себе государственных лидеров, которая в любой момент может обернуться в презрение, породила у греков серьезные опасения. На наш взгляд, гипертрофированного нарциссизма в современном обществе больше, чем в древнем. У древних народов для подавления этих качеств существовали неплохие приемы: специальные рабы, которые принадлежали римским цезарям, ходили за ними, постоянно напоминая им, что цезарь – такой же обычный человек, как и все остальные.

Какая же связь гибристического поведения с некоторыми типами личности? Может ли существовать склонность к гибрис-синдрому? И вдобавок к этому склонны ли люди с таким типом личности к политической карьере?

Данный синдром можно найти в клинической картине некоторых категорий психических заболеваний. Это гиперактивность с недостатком внимания у взрослых, зависимость от психоактивных веществ, а также от алкоголя, биполярное расстройство, гипомания, нарциссическое и параноидное расстройство личности. Большую связь эти заболевания имеют с наследственностью. Тем не менее, нужно учесть, что так называемая «связь с заболеваниями» не указывает на то, что высокомерие представляет собой исключительно симптомом болезни.

К восемнадцатилетнему возрасту проявляется большое множество личностных синдромов, которые следуют за человеком всю жизнь. Проведенное исследование 2006 года в Великобритании обнаружило, что расстройства личности предопределяются у 4,4 % всей популяции. Однако в отличие от данного заболевания, гибрис-синдром выражается в более поздние годы и вследствие этого не может рассматриваться в качестве расстройства личности.

Гибрис-синдром отличается и в ином отношении: синдром обнаруживается в поведении лидера только с пребыванием у власти (и только после того, как он успел определенное время ее использовать), однако с потерей власти пропадает. Следовательно,

гибрис-синдром – больше профессиональная деформация личности и характера, нежели его исконная особенность, которая является приобретенной, а не врожденной патологией и имеет временный характер. Вся вероятность психологической деформации четко определяется обстоятельствами, в которых политик исполняет государственную службу. Основными внешними факторами являются:

- крайне возрастающий успех в достижении и удержании в своих руках власти;
- политическая ситуация, наибольшим образом благоприятная для упрочения личного авторитета лидера;
- продолжительность пребывания у власти.

Также гибрис-синдром неразрывно соединен с влиятельностью. Влиятельность – его предшественник. При утрате этой влиятельности человеком, как правило, и сам синдром угасает. В конечном итоге все зависит от того, насколько долго сам человек пробыл на высокой должности, проработав в команде, возглавляя ее [1].

Аура всемогущества может развиваться вокруг лидера любого уровня, но все зависит от должности человека, и чем она выше, тем больше риск. Ведь даже при демократических выборах лидеры находятся в постоянном окружении почитания и привилегий. Их личные взгляды заимствуются партиями, создавая при этом так называемый «менталитет бункера».

Гибрис-личность наиболее типична для глав правительств, независимо от того, являются ли они демократическими или нет. После абсолютных монархий развившиеся демократические общества обладают социальными механизмами, ограждающими их в некотором смысле от лиц, которые склонны к расстройствам. Эти механизмы – Кабинет министров, Парламент и СМИ – не всегда приносят результат. Управление и регулирование деятельности правителя становится сложной задачей при властных лидерах и отсутствии этих подавляющих механизмов. Лидеры государств прошлого века, которые имели гибрис-личность, могут быть обнаружены как среди диктаторов, так и среди демократов.

Самым вероятным кандидатом для выявления гибрис-синдрома выглядит Франклин Рузвельт, который в 1937 году проиграл битву с конгрессом за реформу судебной власти. Обладая достаточной хитростью, жестокостью и оптимизмом, он также, к счастью, имел и хорошее чувство юмора, и цинизм, которые не давали ему утратить связь с демократическими ориентирами. Эти развившиеся качества, ранее возникшие вследствие полиомиелита как реакция на болезнь, стали опорой для завоевания в 1930-х гг. власти и помогли мобилизовать страну в борьбе с экономической депрессией и для участия в войне [1]. У президентов Америки с признаками гибрис-синдрома – Теодора Рузвельта и Джонсона – было ретроспективно диагностировано биполярное расстройство. Вудро Вильсон и Ричард Никсон обладали еще большей высокомерностью, однако Вильсон мучился от развивающейся деменции, в то время как Никсон был крайне зависим от алкоголя. Джон Кеннеди был крайне высокомерен, однако он страдал от болезни Аддисона и совместно с обязательными по его болезни препаратами кортизола и тестостерона крайне часто обращался к наркотикам. В добавок ко всему Кеннеди был чрезмерно циничен и имел хорошее чувство юмора, чтобы приобрести гибрис-синдром.

Диктаторы, страдающие высокомерием, – Сталин, Мао, Пол Пот, Мугамбе, и это только незначительная часть. Бенито Муссолини был высокомерен, однако существует вероятность, что он был биполярен, так же как и Мао Цзедун. Вероятный кандидат на гибрис-синдром – Гитлер. Крайне возросло его высокомерие в период с 1936 по 1941 гг., однако в его личности имеется слишком много иных аспектов, так что дать объективную оценку здесь невозможно.

Интересны те политические лидеры, которые не выявили неких психических отклонений на момент вступления на должность. А именно те, кто развил свое величие и превосходство не из-за заболевания, а вследствие неумеренного упоения властью.

Четыре политических лидера выработали данный синдром за время нахождения в должности: Ллойд Джордж, Маргарет Тэтчер, Джордж Буш-мл. и Тони Блэр [1].

Маргарет Тэтчер, бесспорно, в истории занимает довольно значимое место. Все стало понятно со времени ее членства в палате общин, а именно когда она выступала в составе таких политиков, как Ллойд Джордж, Черчилль и Эттли. Хотя уже в 1980 году ощущалось, что реалистическое восприятие фактов стало ее оставлять. Ее налоговые инновации были весьма неэффективны и непопулярны. После падения Берлинской стены она всячески отторгала воссоединение Западной и Восточной Германии, хотя это было основным вопросом политики на тот момент. Она заявляла об опасении перед «Великой Германией» и в личных разговорах довольно эмоционально высказывалась о «Четвертом Рейхе». Она предупреждала Джорджа Буша – старшего, что если они не будут осторожны, то немцы «войдут в мир так, как не смог в свое время Гитлер» [1].

То, что она совершенно неправильно оценивала политические императивы, направлявшие немецкое общество к воссоединению, указывало на то, что ее политические выводы и суждения определялись ее предубеждениями и уверенностью в собственной правоте. К завершению премьерства Тэтчер один из политических деятелей заявил, что она «не в своем вагоне», а один из ее собственных министров заявил журналисту, что она становится «безумной, совершенно безумной». Все очевидней расцветала ее гордыня, 30 октября 1990 г. в период ее выступления в Палате общин после возвращения со встречи Евросоюза в Риме в адрес членов палаты она сделала несколько достаточно агрессивных заявлений. Эта сцена была довольно ярко описана политическим обозревателем «Гардиан» Хьюго Янгом: «Это выразилось в односложной брутальности, озаглавив один из самых известных ее парламентских моментов. Вскочив с гневом, с голосом, разносящимся по всей палате, она смогла поразить даже тех, кто был близко знаком с ее словарем в течение 11 лет. «Нет? Нет?» – выкрикнула она. Ее глаза, вероятно, направляли свой взор к полям и морям, холмам и долинам, где люди острова никогда не готовы были сдаваться».

Гибрис-синдром является профессиональным риском всех лидеров, были ли они бизнесменами, военными, политиками или академиками. Большое количество политиков проявляют этот синдром в своем характере, совершенно отличающимся от других [2]. Тем не менее, не каждым лидером могут быть развиты эти качества. Отдельные политики имеют четкий личный внутренний образ, тем самым защищая себя от опьянения властью, не давая ей взять над собой контроль. Среди таких людей были президент Гарри Трумэн, премьер-министр Клемент Эттли, канцлер Гельмут Шмид, премьер-министр Джеймс Каллаган. Все они достигли огромного успеха в своей сфере, однако он не завладел их разумом и волей.

Власть есть сильнодействующий наркотик, вести борьбу с которым в силах не каждый политик. Чтобы остаться невосприимчивым к нему, стоит начать комбинировать здравый смысл, чувство юмора, порядочность, скептицизм и даже цинизм, помогающие воспринимать власть как дар в пользу служения народу и влияния на ход событий, а некоторых случаях и определять его [3, с. 15].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Owen, D. In *Sickness and in Power: Illnesses in Heads of Government During the Last 100 Years* / D. Owen. – Westport, Connecticut, Praeger Publishers, 2008, – 420 p.
2. Owen, D. *Hubris syndrome* / D. Owen. – Clinical Medicine, 2008.
3. Молчанова, Е. С. Реабилитация политической психиатрии: нездоровое общество и психические расстройства / Е. С. Молчанова // Историческая психология и социология истории. – 2012. – № 2. – С. 5–17.

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ПОКОЛЕНИЙ

С момента появления человечества существует глобальная проблема взаимоотношений поколений. Это всегда являлось сложным и актуальным явлением. Многие авторы рассуждают о причинах и решениях проблем взаимоотношений между отцами и детьми: почему же самые близкие люди, кровные родственники не могут найти общий язык? Почему существует так много разных трений и разногласий? Почему молодое поколение не понимает и не хочет понимать старших?

Априори столкновение различных жизненных позиций детей и их отцов происходит в современном мире ежеминутно. Взгляды на жизнь в разное время в обществе различны, и то, что было нормой или даже правилом примерно лет сорок назад, потеряло свою актуальность в наше время. С точки зрения Жуковой, изменяются жизненные стандарты, политическая ситуация в стране, социальные, материальные и культурные ценности, что также влияет на жизненную позицию человека и является основанием для возникновения конфликтов [1, с. 313–317].

Конфликты и сложные взаимоотношения между поколениями кроются в различных причинах. Единой причины проблем не существует, таких причин абсолютное множество. Неудовлетворенность друг другом и молчаливый протест, накапливающиеся на протяжении многих лет; особенности построения отношений в семье, обычно это неприемлемое поведение членов семьи, материальные проблемы, несовместимость интересов, бытовые трудности, социальное положение сторон, разница в моральных ценностях поколений и другие считаются камнем преткновения [2, с. 61–69].

Одной из значимых причин проблем во взаимоотношениях поколений является то, что старшее поколение в семье не хочет видеть, что их дети растут, и вместе с этим у них появляются свои ценности и убеждения, кардинально противоположные видению мира их родителей, и дети не хотят мириться с этим положением дел. Старшее поколение диктует свои условия и правила жизни, возможно, исходя из лучших побуждений и желая передать свой опыт молодому поколению, но данное вмешательство неизбежно приводит к конфликту. Молодые люди не желают жить по правилам родителей, они хотят построить собственную жизнь, пусть даже путем проб и ошибок. Они считают, что у них достаточно знаний, и возраст не является препятствием для собственного мнения о вещах. Такие разногласия вызывают конфликт между сторонами, и возможность прояснить саму суть проблемы теряется. Во время споров и взаимных обвинений проблема отношений между отцами и детьми только обостряется, и в такой ситуации выхода нет [3, с. 231–239].

Стоит отметить, что молодое поколение не всегда идет против старших, все зависит от обычаев и традиций семьи, а также от воспитания. Часто люди, которые с детства следуют семейным ценностям, планируют свою жизнь, не отказываясь от советов и опыта родителей. Существует также тенденция выбирать карьеру под влиянием родителей и строить свою семью на примере своих предков.

Источником проблемы взаимоотношений между поколениями также является уменьшение внимания общественности к институту семьи как таковому. Например, в нашей стране за последние двадцать лет изменились социокультурные ценности, молодое поколение часто не видит своего места в обществе и находится в некоторой неопределенности [4, с. 93–100]. Существуют различия в ценностных ориентациях и предпочтениях молодежи и пожилых людей, которые проявляются в предпочтениях частного и общественного производства и потребления. Делению поколений способствует тот факт, что молодое поколение

использовало данные возможности для восходящей мобильности, а старшее поколение соскользнуло вниз по статусной лестнице.

Нестабильная политическая ситуация, внедрение идеологии вседозволенности порождают бесконтрольную распущенность как норму жизни. В умах молодежи формируется ошибочное мнение о бесполезности пожилых людей, и вместо уважения и чести старики получают негативное отношение к ним. Поскольку молодое поколение не имеет четкого представления о жизни пожилых людей, оно стремится драматизировать их социальное положение. Пожилые люди воспринимаются как больные, бедные, одинокие, не имеющие социальной значимости люди, которые не способны воспринимать что-то новое. Так рождаются стереотипы, когда вероятностный характер информации о реальности превращается в категорическое суждение детерминированного характера [5, с. 315–321].

Для эффективного взаимодействия поколений необходимо попытаться изменить негативные представления о старости и о пожилых людях в лучшую сторону. Один из способов изменить стереотипы – повысить осведомленность о геронтологических проблемах других возрастных групп, в частности молодежи. Частые контакты между поколениями также стимулируют позитивное отношение к старости и пожилым людям, и чем раньше дети начинают взаимодействовать со старшим поколением, тем лучше будут отношения между ними.

Поиск доверия и понимания является одним из ведущих способов решения проблемы взаимоотношений поколений. Доверительные отношения в семье, когда ребенок может обращаться со своими проблемами к взрослым, не дожидаясь порицания и запретов, но зная, что мама, папа или бабушка попытаются проникнуть в суть дела и будут настолько лояльными, насколько это возможно, ведут к взаимопониманию, снижению конфликтности и социальному равновесию. В противном случае молодой человек замкнется в себе, что приведет его либо к депрессии и неуверенности на всю жизнь, либо к безудержному протесту, который впоследствии приведет к конфликтам между сторонами [6, с. 20–24].

Важно помнить, что семья – это «крепость», которую должны оберегать и защищать. Французский писатель и филолог-полиглот Анри Этьен опубликовал в сборнике «Первые шаги» пословицу: «Если бы молодость знала, если бы старость могла» – иносказательно: сожаление о невозможности совместить энергию молодых и опыт пожилых, о пренебрежительном отношении молодежи к советам старших, о сегодняшних детях и завтрашних мамах и папах, и о том, что вся жизнь человека будет зависеть, по сути, от того, как и на каких принципах будут строиться отношения в семье.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Жукова, С. А. Культура межпоколенных взаимоотношений / С. А. Жукова // Культура, власть, идентичность: новые подходы в социальных науках ; под ред. Е. Р. Смирновой. – Саратов : Издательско-коммерческое предприятие «Волжский сад», 1999. – С. 313–317.
2. Бобахо, В. А., Левикова, С. И. Современные тенденции молодежной культуры: конфликт или преемственность / В. А. Бобахо, С. И. Левикова // Общественные науки и современность. – 1996. – № 3. – С. 61–69.
3. Гаман, О. Преемственность поколений / О. Гаман // Человек. – 1996. – № 5. – С. 38–54.
4. Дементьева, И. Ф. Трансформация ценностных ориентаций в современной российской семье / И. Ф. Дементьева // Вестник РУДН, серия Социология. – 2004. – № 1 (6). – С. 93–100.
5. Вдовина, М. В. Конфликтные взаимоотношения поколений в семье и их регулирование / М. В. Вдовина // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 3. – С. 315–321.

6. Афанасьева, А. Н. Исторический процесс и смена поколений / А. Н. Афанасьева // Преемственность поколений как социальная проблема. – М., 1973. – С. 20–24.

М. Д. Городенская,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ВЛИЯНИЕ ЭТИКИ НА ИССЛЕДОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Наука стала мощным фактором роста благосостояния общества. Тот факт, что она занимает особое положение по отношению к обществу в целом и к участникам научно-исследовательской деятельности в частности, определяет уникальный характер этического компонента научного сознания.

Понятие «этика» происходит от древнегреческого слова «этос», обозначающего обычай, нрав, характер. Предметом данной философской дисциплины являются мораль и нравственность.

Как было сказано выше, важнейшим фактором построения этических требований в сфере науки является ее исключительная роль в обществе, развитии сфер образования и культуры, поиске истины и использовании научных открытий и достижений во благо людей, а не во зло им. В данной работе первостепенное значение имеет рассмотрение этики научного исследования, в частности исследования в социальной психологии.

Вопрос применения этики в психологии до сих пор остается весьма спорным. Сторонники данного вопроса заявляют о необходимости защищать права человека, в то время как его противники утверждают, что этика лишь тормозит научный прогресс. Применяемые в психологии этические постулаты призваны защищать общество и провозглашать базовые этические принципы. Оппоненты данной точки зрения, тем не менее, приводят доводы, что этика затрудняет процесс исследования, так как в какой-то мере ограничивает и оказывает давление на ученых.

Британское психологическое общество определяет этику как наивысшие профессиональные стандарты, а также выделяет четыре главных принципа, которыми должны руководствоваться психологи: уважение, компетентность, ответственность и добросовестность [1, с. 7]. Американская психологическая ассоциация, одно из наиболее влиятельных объединений профессиональных психологов в мире, к базовым принципам относит благодеяние и непричинение вреда, верность и ответственность, добросовестность, справедливость, а также уважение к правам и достоинствам человека [2, с. 3–4]. Оба кодекса провозглашают схожие принципы, призванные гарантировать доверие между сторонами эксперимента, а также обеспечить его безопасность.

Оформление социальной психологии в экспериментальную науку произошло в XX в. [3, с. 8], когда все большее внимание психологов уделяется роли человека в обществе. Социальная психология – раздел психологии, занимающийся изучением закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, а также психологических характеристик самих групп [4].

Помимо исполнения общих правил этики психологов, социальные психологи обязаны следить за процессом исследования. Тем не менее, существует некоторое количество экспериментов социальной психологии, признанных неэтичными – эксперимент «Маленький Альберт», эксперимент Милгрэма, Стэнфордский тюремный эксперимент. Несмотря на свою репутацию и несоответствие этическим принципам, подобные эксперименты все-таки имеют огромный вес и занимают определенную нишу в социальной психологии. Это, в свою очередь, ставит вопрос об этике как препятствии на пути поиска истины, появления новых знаний. Полагаем, что наличие строгой этики все же необходимо при проведении экспериментов

социальной психологии, а каждый социальный психолог, в свою очередь, должен уделять ей соответствующее внимание.

Успешное исследование включает в себя множество факторов. На первый взгляд таким будет казаться любое исследование, достигшее своей цели, в ходе которого было совершено или доказано открытие. Таким образом, ключевыми составляющими эффективного эксперимента являются, во-первых, четкая цель и соответствующие ей методы, во-вторых, общедоступность и открытость эксперимента для общества, в-третьих, справедливая и здоровая обстановка проведения эксперимента (в том числе исключение какой-либо дискриминации).

Вышеперечисленные факторы соответствуют этическим требованиям, однако для данной работы актуально рассмотрение и аргументов против использования этики в научных исследованиях. К последним можно отнести противоречие этики самой сущности социальной психологии, ее вмешательство в процесс исследования, а также различное толкование этики.

Социальная психология ставит перед собой цель в какой-то мере улучшить существующее общество, сделать людей более понимающими и менее безразличными друг к другу посредством проведения и демонстрации экспериментов. Однако кодекс этики зачастую затрудняет подобные эксперименты. Для примера рассмотрим эксперимент «Яма отчаяния», проведенный Гарри Харлоу. Суть эксперимента заключалась в отделении детенышей обезьян от их матерей с целью проявить последствия изоляции для обезьян. В результате обезьяны получили сильный психологический удар и были неспособны возвратиться к нормальному состоянию. Данный эксперимент демонстрирует следствие изоляции для обезьян, а также и для людей. Несмотря на ценный результат проведенного исследования, очевидно, что этические требования были нарушены по отношению к животным; мы можем проследить, что к обезьянам никогда не относились с должным вниманием, а лишь как к предмету эксперимента. Всем известно, что обезьяна и человек принадлежат к одному биологическому отряду, т. е. выбор данного вида животного обеспечил возможность интерпретировать полученный результат для людей, однако можно утверждать, что права животных в данном эксперименте были существенно нарушены. «Все животные равны. Но некоторые животные равны более, чем другие» – Джордж Оруэлл [5]. В условиях эксперимента животные заслуживают соответствующего условия проживания хотя бы ввиду того, что мы, люди, использовали их жизни для исследования какого-либо вопроса.

Одним из вопросов этики исследования до сих пор остается осведомленность участников эксперимента. Сегодня мы можем наблюдать множество ставших столь популярными социальных экспериментов, снятых, например, на скрытую камеру, заведомо без осведомления участников. Очевидно, что подобное проведение исследования противоречит какой-либо этике, однако определенно повышает точность результата.

Таким образом, верным станет утверждение, что для успешного эксперимента в социальной психологии этика необходима. Воздвигая перед собой цель гуманизации общества, необходимо помнить, что результат эксперимента, проведенного негуманными методами, гуманным априори считаться не может. Исследования, признанные неэтичными, не могут являться эталоном или даже признаваться научными. Процесс исследования должен быть оценен так же высоко, как и его результат; во внимание в первую очередь должны приниматься права человека и исключение какого-либо неравенства. В эпоху глобализации именно этические ориентиры способны отстаивать интересы отдельного человека и общества в целом, используя открытия во благо людям.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Code of Ethics and Conduct [Electronic resource] / Ethics Committee of the British Psychological Society // The British Psychological Society. – Mode of access: [http://www.bps.org.uk/system/files/Public %20files/aa %20Standard %20Docs/inf94_code_web_et_hics_conduct.pdf](http://www.bps.org.uk/system/files/Public%20files/aa%20Standard%20Docs/inf94_code_web_et_hics_conduct.pdf). – Date of access: 09.05.2017.

2. Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct [Electronic resource] // American Psychological Association. – Mode of access: <https://www.apa.org/ethics/code/principles.pdf>. – Date of access: 09.05.2017.
3. Горбунова, М. Ю. Социальная психология / М. Ю. Горбунова. – М. : Изд-во «ВЛАДОС-ПРЕСС», 2006. – 223 с.
4. Андреева, Г. М. Социальная психология : учеб. для вузов / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 363 с.
5. Оруэлл, Дж. Скотный двор [Электронный ресурс] / Дж. Оруэлл. // Электронная библиотека Максима Мошкова. – Режим доступа: <http://www.lib.ru/ORWELL/animalfarm.txt>. – Дата доступа: 09.05.2017.

А. В. Гутовский,
студент 2-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

ОСОБЕННОСТИ ОПОСРЕДОВАННОГО ОБЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Одним из основных признаков современного общества является стремительное развитие компьютерных информационных технологий и систем телекоммуникаций. Темпы роста и развитие интернет-ресурсов впечатляют. Интернет стал новым элементом повседневной реальности и сферой жизнедеятельности огромного числа людей. В результате у пользователей компьютерных сетей, проводящих значительную часть жизненного времени в виртуальном пространстве, возникают новые интересы, мотивы, цели, установки, а также формы психологической и социальной активности, напрямую связанные с этим новым пространством.

Опосредованность общения в интернет-среде можно выделить как характеристику, принципиально отличающую его от традиционного общения. С одной стороны, речь идет о том, что люди общаются при помощи компьютера, не имея прямого физического контакта, т. е., помимо письма и говорения, в процесс общения вовлечены технические средства-посредники (компьютер, клавиатура, экран, наушники, видеокамера и software, программное обеспечение). С другой стороны, между природным миром и человеком возникает некая среда-посредник, которая со временем превращается в самодостаточную реальность, замещающую реальность как таковую. Технологически продуцируемая «виртуальная реальность» утрачивает статус принадлежащей исключительно сфере техногенных феноменов и становится реальностью, позволяющей определить контуры реалий социально-философского, антропологического и культурологического порядка, с которыми человек столкнулся в эпоху постмодерна и изучение которых представляется актуальным [1, с. 1004].

Тема общения, опосредованного сетью Интернет, изучалась многими учеными. Так, Е. Н. Галичкина в своей диссертации определила данное явление как «общение, осуществленное при помощи технических средств» [2, с. 83]. Т. В. Жеребило назвал общение, опосредованное сетью Интернет, дистантным [3]. Важную особенность глобальности компьютерного пространства отметил М. Кастельс. Интернет и подобные ему сети не только преодолевают временные и пространственные барьеры за счет возможности моментального распространения информации, но и само разворачивание событий «превращается в плоский синхронный горизонт без начала, без конца и без какой-либо последовательности» [4, с. 429].

Размывание границ и существование виртуальной коммуникативной реальности актуально (пока действует порождающая ее реальность) приводят к важным следствиям глобальности – самореферентности виртуальной коммуникации (формированию собственного времени, пространства и законов), поливременности и полибытийности,

«дающим участникам коммуникации одновременно присутствовать в разных коммуникационных актах» [5, с. 279].

Виртуальное общение характеризуется физической непредставленностью собеседников [6], отсутствием достоверной информации о коммуниканте, физические и статусные параметры оказываются скрытыми или искаженными. Анонимность общения в сети Интернет является источником неограниченных возможностей конструирования виртуального образа и возможности построения различных форм виртуальной самоидентификации и самопрезентации.

З. С. Завьялова отмечает, что из-за отсутствия физической представленности собеседников основной функцией субъекта виртуальной коммуникации становится функция персонализации информации [7, с. 45]. Скорее, выражение собственного видения и мнения по поводу того или иного события или факта, чем его объективное изложение, становится основой формирования информационного пространства.

Еще одной характерной чертой интернет-коммуникации является наличие большого количества компьютерного сленга. Это ведет к изменениям дискурса общения. Такой модифицированный дискурс может послужить основанием не считать речь пользователей сети письменной или устной. Письменная речь «использует книжный язык, употребление которого достаточно строго нормировано и регламентировано», она отличается от устной «большей подготовленностью, независимо от времени и условий протекания, употреблением более развернутых, литературно оформленных речевых оборотов» [8, с. 67]. Дискурс интернет-коммуникации представлен симбиозом языковых средств, знаков, картинок и элементов видео, т. е. может быть определен как клиповый дискурс.

Специфической чертой интернет-общения является использование смайликов (от англ. smile – улыбка), или эмотиконов, т. е. определенных графических единиц, созданных для выражения эмоций коммуникантов. Смайллик по своей сути является графемой, состоящей из пунктуационных знаков, букв и цифр традиционного письма. Так, например, смайллик, состоящий из двоеточия и закрывающейся круглой скобки, обозначает улыбку, смайллик из двоеточия и открывающейся круглой скобки – грусть, а смайллик, созданный путем прибавления к точке с запятой закрывающейся скобки, показывает хитрую или саркастическую, в зависимости от контекста, улыбку и т. п.

В настоящее время на многих сетевых ресурсах имеется возможность дополнения текстовых сообщений изображениями, и смайлики представляются уже в виде небольших пиктограмм, содержащих картинку с отображением той или иной эмоции, которую хотел выразить пользователь.

В этой связи необходимо говорить также о креолизованности компьютерных текстов. Под креолизованностью следует понимать сочетание вербальных и невербальных средств передачи информации. Общение при помощи сети Интернет переосмысливает функции креолизованности, делая ее одним из основных средств передачи компенсаторной эмоциональности, что значительно расширило границы текстового дискурса, позволив сочетать не только различные текстовые коды в рамках одного текста, но и включать в него мультимедийные элементы.

Таким образом, общение, опосредованное Интернетом, есть специфический способ передачи информации, обеспечивающий межличностное взаимодействие, обладающий своеобразными чертами: глобальностью, самореферентностью, наличием собственного сленга, использованием эмотиконов, креолизованностью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шахмартова, О. М., Болтага, Е. Ю. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности / О. М. Шахмартова, Е. Ю. Болтага // Известия ПГУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 1002–1008.

2. Галичкина, Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) : дис. ... канд. филол. наук / Е. Н. Галичкина – Астрахань, 2001. – 212 с.
3. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – Изд. 5-е, испр. и доп. – Назрань : ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
4. Кастельс, М. Информационная эпоха. Экономика, общество, культура / М. Кастельс. – М., 2000. – 606 с.
5. Каптерев, А. И. Информатизация социокультурного пространства / А. И. Каптерев. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 512 с.
6. Горошко, Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы [Электронный ресурс] / Е. И. Горошко. – Режим доступа: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=76>. – Дата доступа: 28.03.2017.
7. Завьялова, З. С. Реальный и виртуальный субъекты сетевой коммуникации: специфика интеракции / З. С. Завьялова // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 343. – С. 45–47.
8. Основы теории коммуникации / под ред. проф. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2006. – С. 262.

А. С. Дерябина,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА КАК ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЧЕЛОВЕКА

Словосочетание «компьютерные игры» и иные понятия виртуального мира стали неотъемлемой частью нашего общества. Трудно представить жизнь современного человека без погружения в иную реальность хотя бы раз в сутки. Что такое виртуальная реальность и как ее понимают? Виртуальная реальность есть некий продукт искусственного изменения реальности и отношения к ней. Это некое пространство, созданное с помощью компьютерных технологий, воспринимаемое как реально существующее [1].

Фраза «виртуальная реальность» относительно новая, и интерес к данному понятию действительно ощутил по количеству публикаций и научных работ на эту тему. Исследованию виртуальной реальности посвящено достаточно большое количество работ социологов, психологов, философов, педагогов, культурологов, политологов. Идея виртуальной реальности возникла во второй половине XX в. в ряде специальных наук – в физике и психологии. Первым слово «виртуальный» в этой связи упомянул А. А. Брудный в 1964 году [2, с. 151–153].

Тема влияния виртуальной реальности компьютерной игры на человека в настоящее время изучена достаточно мало. Реальность, в которой находится человек, приходит через чувства. Другими словами, весь опыт реальности для человека – это комбинация сенсорной информации и мозговых механизмов восприятия этой информации. Тогда разумно предположить, что, если студент сможет представить свои чувства с помощью выдуманной информации, его восприятие реальности также изменится в ответ на это. Человеку будет представлена версия реальности, которой на самом деле нет, но с его точки зрения будет восприниматься как реальная. Это то, что называют виртуальной реальностью.

Что такое компьютерная игра? Это медиа, это текст или это искусство? Игра дает возможность принять на себя роль конкретного или существующего персонажа. Известный Science Game Center – центр, где создаются игры для продвижения науки и для обучения. Как пример можно взять игру, где все математические символы заменены очень милыми

динозавриками. Человек думает над обычной головоломкой, но при этом решает сложное уравнение [3].

Еще один пример одной из самых популярных во всем мире компьютерной игры и отличный пример виртуальной реальности – The Sims – видеоигра (симулятор жизни). Данная игра представляет собой виртуальный мир, где игрок может управлять жизнью персонажей – «симов». Смысл игры заключается в управлении семьей. The Sims не привязана к сюжетной линии, и персонажем можно управлять вечно. Основная цель игрока заключается в постоянном удовлетворении основных потребностей персонажей. Эта игра – отличная возможность осуществлять мечты, гулять, кушать и просто жить, но, к сожалению, виртуально. Плюсы этой игры и виртуального мира в целом на примере «симов» в том, что благодаря подобным играм, управляя персонажем, можно продумать дизайн интерьера своего реального жилья, отвечать за него, тем самым воспитывая в себе чувство ответственности. В виртуальном мире человек попробует то, что в реальной жизни не осмелился бы сделать; развивает внимание, логическое мышление; при прохождении игры на иностранном языке может освоить его.

Заслуга современных новых технологий в том, что они дают возможность ощутить «реальный» мир, путешествовать, ходить по улицам и при всем этом находится в виртуальной реальности. Шлем виртуальной реальности – устройство, позволяющее частично погрузиться в мир виртуальной реальности, создающее зрительный эффект присутствия в заданном пространстве. Представляет собой конструкцию, надеваемую на голову, снабженную видеозэкраном и акустической системой. Название «шлем» достаточно условное: он гораздо больше похож на очки, чем на шлем. Шлем создает объемное изображение, демонстрируя два изображения – по одному для каждого глаза.

Зачем нужна виртуальная реальность? Что делает разработку виртуальной реальности необходимой для человека? Потенциальная ценность развлечений очевидна. Фильмы и видеоигры – хорошие примеры. Индустрия развлечений в конце концов многомиллиардная, и потребители всегда увлекаются новинкой. В виртуальной реальности есть много других, более серьезных тем, такие как лекарственные препараты, архитектура, спорт, искусство. Виртуальная реальность может привести к новым и захватывающим открытиям в этих областях, которые влияют на нашу повседневную жизнь.

Виртуальная реальность – это ответ, если где-то слишком опасно, дорого или непрактично делать что-то в реальности. От стажеров – летчиков-истребителей до медицинских практиков – стажеров-хирургов виртуальная реальность позволяет нам совершать «виртуальные риски», чтобы получить реальный опыт. По мере того, как стоимость виртуальной реальности снижается и она становится более распространенной, можно ожидать более серьезных применений, таких как образовательные или продуктивные. Виртуальная реальность может существенно изменить способ взаимодействия с нашими цифровыми технологиями.

Некоторые люди используют компьютерные игры как побег от реальности. Интернет-зависимость – чрезмерное использование интернета. Данное явление не является психическим расстройством по медицинским критериям, однако приводит к весьма неблагоприятным последствиям. Долгое прохождение в интернете приводит к бессоннице, ухудшению памяти (ибо нет интеллектуальной нагрузки), ухудшению зрения, осанки (при работе за компьютером), человек утрачивает навыки общения в реальной жизни и также не видит ее красок.

Для студентов и молодежи в целом погружение в виртуальный мир – весьма болезненная тема. Компьютерные игры требуют определенного количества часов для прохождения того или иного уровня, и стремящиеся к знаниям студенты не могут позволить себе потратить бесценные минуты и часы на прохождение игры. Виртуальный мир порой отнимает личное время студента и не дает возможности погрузиться в мир реальный, существующий. За всю историю человечеству приходилось общаться вживую, каждый год мы учимся этому, общаясь с коллегами, друзьями, членами семьи, в то время когда ученые

и психологи пишут книги об общении и тайнах общения жестами. Это очень увлекательный и нужный процесс, и человек не должен заменять мир виртуальный на мир уже созданный. Нужно выразить слова благодарности создателям виртуальной реальности за создание научных и развивающих игр, которые становятся альтернативой классовому обучению. Виртуальная реальность – это создание виртуальной среды, представленной чувствам человека таким образом, что он ощущает ее, как если бы действительно был там. Виртуальная реальность использует множество технологий для достижения этой цели и представляет собой технически сложный механизм, который учитывает восприятие и познание человека. Это развлечение и серьезное использование. Технология становится все более дешевой и широко распространенной. Люди могут увидеть сегодня много инновационных применений для этой технологии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Демильханова, А. М. Образ Я и виртуальная реальность [Электронный ресурс] / А. М. Демильханова : материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / отв. ред. И. А. Алешковский, П. Н. Костылев, А. И. Андреев. – М. : МАКС Пресс, 2009.
2. Демильханова, А. М. Проблема зависимости от Виртуальной Реальности / А. М. Демильханова // Искусственный интеллект: философия, методология, инновации : материалы первой международной конференции. – М., 2006. – С. 151–153.
3. Ветушинский, А. С., Галанина, Е. В. Философия и культура 2016 [Электронный ресурс] / А. С. Ветушинский, Е. В. Галанина // Онтология видеоигр: объекты, миры и среда. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=27541227>. – Дата доступа: 28.03.2017.

А. А. Климович,
студент 1-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ В БЛОГАХ

Как существо социальное, человек всегда нуждается в коммуникации. Однако в связи с развитием технологий взаимодействие людей изменилось. На смену эмоционально окрашенному непосредственному общению пришло общение опосредованное. Одной из форм такого общения является блог или веб-сайт, основное содержимое которого регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа [1]. Людей, ведущих блог, называют блогерами. Термин «блог» был придуман Йорном Баргером 17 декабря 1997 г. Первым блогом считается страница Тима Бернерса-Ли, где он начиная с 1992 года публиковал новости [2].

Сегодня количество пользователей, пришедших в сеть для того, чтобы увлекательно провести время, пообщаться или найти друзей, постоянно увеличивается. Это связано с тем, что в современном мире потребность людей в общении растет. Представляется интересным проанализировать блог с точки зрения коммуникации.

Блог – это социомедийный феномен, который дает возможность его создателю и куратору сообщать информацию, факты и свое мнение по различным вопросам интернет-сообществу. Как для «читателей», так и для «писателей» можно выделить два направления коммуникативной мотивации в использовании блогов – общение со знакомыми и расширение круга общения.

С точки зрения психологии, ведение блогов является более «мягким», щадящим вариантом общения и презентации себя, нежели посредством традиционного межличностного взаимодействия, что позволяет осуществлять не непосредственную и сиюминутную коммуникацию, а опосредованную и отсроченную. В таком случае многие блогеры получают возможность с большим внутренним комфортом формулировать свои мысли и реагировать на чужие сообщения. Ведь в оффлайне качеством прекрасного собеседника могут блеснуть далеко не все.

В условиях современной жизни, ее стремительного ритма, постоянной нехватки времени для непосредственного межличностного взаимодействия важно, что общение посредством блога не регламентировано некими временными рамками, т. е. можно вести, читать блог и оставлять новые записи и комментарии в любое время суток, обеспечивая связь с любым адресатом коммуникативного сообщения из любой точки мира.

Блоги позволяют преодолевать ограничения, накладываемые социальными условностями. Блог является очень демократичным и представляет широкие возможности для самовыражения средством коммуникации. Блог удовлетворяет потребности пользователей в самовыражении и творчестве. Публичность блога вынуждает продолжать его вести, а также заставляет учиться грамотно структурировать свои мысли [3].

Сама процедура общения в блогах также протекает с меньшей долей условностей и жестких правил, присущих традиционному общению: в Интернете не обязательны требования вежливости и сразу более или менее понятны контекст и личность, пишущая и отвечающая.

При общении посредством блога отсутствует контакт «один на один», «с глазу на глаз», что дает ощущение некой психологической безопасности, столь необходимой для искреннего самораскрытия. Однако большая часть достоверной информации все-таки передается посредством невербальных средств общения (поза, жесты, мимика, взгляд), которые свойственны исключительно традиционному общению и необходимы для того, чтобы создавать и поддерживать психологический контакт, регулировать течение процесса общения; придавать новые смысловые оттенки словесному тексту, направлять истолкование слов в нужное русло; выражать эмоции и оценки.

Очень важным является вопрос, насколько блог приватен? Здесь стоит заметить, что интимным может быть только тот продукт, который закрыт и создан исключительно для самого себя; во всех остальных случаях, даже если он предназначен для связи с любимым человеком и близким другом, это уже коммуникация, средство самопрезентации. Блогер на своей страничке предоставляет читателям информацию о себе. Попытки поиграть в другой пол и возраст теперь характерны разве что для сайтов знакомств. Игра с идентичностью в блогах часто приводит к раскрытию и публичному порицанию обманщика [3].

Таким образом, можно заключить, что характерными чертами блог-общения являются: со стороны автора – демократичность, креативность, публичность, высокая степень персонализации; с стороны посетителя – анонимность, демократичность, временная отсроченность. Блоггерство, несомненно, представляет интерес для дальнейшего исследования как социальный, лингвистический и психологический феномен современного общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Блог [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Блог>. – Дата доступа: 14.04.2017.
2. Блогосфера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Блогосфера>. – Дата доступа: 14.04.2017.
3. Публичность частных дневников: об идентичности в блогах Рунета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/ko17-pr.html>. – Дата доступа: 14.04.2017.

Н. С. Лукьянчик,
студент 1-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ВО ВЗАИМООТНОШЕНИИ ПОЛОВ

Смысл жизни – один из самых сложных вопросов, который когда-либо возникал. Многие люди задумывались над понятием смысла жизни, существования – ведь это непосредственно влияет на их жизнь. Определение отношения к конечной цели существования, предназначения человечества, человека как биологического вида, а также человека как индивидуума – одно из основных мировоззренческих понятий, имеющих огромное значение для становления личности [1].

Конечная цель любого живого организма – передача своих генов потомству, т. е. размножение. В случае животных размножение чаще всего половое: детям передаются гены обоих родителей, а не одного. Отсюда вытекает, что половым партнером будет обладатель наиболее хороших и полезных генов.

На данный момент существуют ДНК-тесты, которые помогают выявить вероятность рисков заболеваний у будущих потомков партнеров, содержащих определенные гены. Животные же выясняют качество наследственной информации по косвенным признакам: выпадение шерсти, маленькие рога – вряд ли показатели хорошего здоровья и, как следствие, наличия хорошего генофонда. Самые крепкие особи тратят ресурсы собственного организма на яркие перья, большие рога. Поэтому самки уделяют повышенное внимание внешним свойствам при выборе партнера.

У каждого представителя животного мира свойства, определяющие существо привлекательным в качестве полового партнера, индивидуальны: у некоторых данные свойства совпадают, а у некоторых имеются специфические, характерные только для этого вида [2]. Для человека как представителя своей собственной культуры наиболее общими будут нормальный вес, т. е. не худой и не толстый, пропорциональность тела, наилучший цвет кожи.

Как отмечают некоторые специалисты, в области невербального общения лицо – самая честная часть тела [3]. Хотя пластическая хирургия достигла определенных успехов в данном вопросе, все равно грубые недостатки лицевой части тела исправлять не научилась. Человек узнает друг друга по лицам, это и отличает нас от обезьяны. Поэтому человек, у которого неправильные гены, отражающиеся на лице, отбор не пройдет. Симметрия лица – одно из наиболее важных свойств при выборе партнера. Асимметричность – признак нарушения внутриутробного развития. Однако идеально симметричное лицо для мужской половины – один из признаков склонности к многоженству [4]. Также следует отметить, что асимметричность может развиваться и из-за внешних факторов: взросление в плохих условиях, при нехватке пищи, с хроническими заболеваниями.

В 1990-е гг. Грошев и Бодалев выявили еще несколько черт лица, помимо симметрии, которые нам кажутся привлекательными. Это соответствие своему полу (феминность лица у женщин и маскулинность у мужчин), а также обыкновенность [5].

Феминность лица проявляется в выпуклости щек и губ. Женский половой гормон эстроген определяет места отложения жира в организме, и его повышенная концентрация вызывает накопление жира как раз в этих местах. Если худоба у дамы проявляется даже там, скорее всего, плодотворной она не будет: у ее организма просто нет на это ресурсов. А одно из проявлений маскулинности – выдающиеся надбровные дуги, однако они характерны не для всех рас. Обыкновенность заключается в определенных чертах лица, которые тем более красивыми их считают, чем чаще они встречаются в популяции [6].

Наиболее привлекательными являются лица женщин, у которых расстояние между глазами составляет около 46 % от всей ширины лица [7].

Главный орган человека, который контролирует деятельность всего организма человека, обладает определенной системой, которая отвечает за обработку и распознавание лица. Часть мозга, ответственная за зрительную информацию, выделяет относительно простые признаки, такие как очертания лица, расположение на нем глаз, носа и губ. Далее полученная информация поступает в другую часть головного мозга, которая анализирует сложные признаки, такие как направление движения губ, зрачков, выражения лица.

Больше количество элементов лица делают данную задачу довольно сложной. Но как мы видим, мозг в процессе эволюции адаптировался и анализирует каждый элемент в отдельности и все элементы в совокупности и находит лицо, отсеивая при этом все неживые объекты. В итоге он все равно обнаружит «чистое» лицо, которое и возьмет за основу. Однако некоторые женщины выносят решение о привлекательности мужчины как партнера на основании мнения подруг. Чем больше скажут, что человек привлекателен, тем больше этому поверят [6].

Если строение участков мозга, отвечающих за восприятие красоты и собственного тела, нарушено, то возможно развитие дисморфофобии. Данному расстройству подвержено около 2 % населения Земли. Структура мозга, собирающая и анализирующая зрительную информацию, в большинстве случаев нарушена. Недостаток нейронных связей вызывает неполную картину.

При восприятии красоты в организме человека активируются некоторые части головного мозга, такие как миндалевидное тело и вентральная область покрышки. Миндалевидное тело играет, пожалуй, важнейшую роль в формировании эмоций, именно данная структура участвует в формировании как отрицательных, так и положительных эмоций. Вентральная область – это начало дофамина. Именно эта структура ответственна за развитие зависимости от никотина, кокаина, героина. Все эти области начинают свою деятельность при взгляде и наблюдении за привлекательным лицом, но стоит сделать важную ремарку – в зависимости от сексуальной ориентации.

Если показывать красивые лица лицам традиционной ориентации одного с ними пола, все эти области будут молчать. Можно сделать вывод, что удовлетворение им приносит только вид потенциального партнера. Если показывать гетеросексуальным мужчинам много лиц подряд, чередуя в случайном порядке некрасивые с более привлекательными, можно наблюдать, что испытуемые чуть дольше задерживают взгляд на красивых женских лицах. Однако при возможности для участников самим сменять картинки на мониторе нажатием кнопки оказывается, что они медленнее переключают красивые изображения [7].

Красота влияет на действия человека не только в контексте половых отношений. Грудные дети чаще улыбаются, когда смотрят на красивых людей. Красивые студенты получают более высокие отметки на экзаменах, к ним более снисходительны преподаватели. Людям вообще больше нравится смотреть на привлекательные лица, независимо от пола их носителей. Хуже того, за аналогичные преступления красивым женщинам-подсудимым выносят менее строгие приговоры, чем некрасивым.

Почему судьи и преподаватели больше доверяют красавчикам и красавицам? На данный вопрос есть ответ. Дело в том, что миндалевидное тело спокойно воспринимает невзрачные лица, зато активируется, когда человеку показывают уродливые или, наоборот, прекрасные лица. Также активация миндалевидной области обеспечивает проявление эмоций страха и отвращения. От его работы также зависит, насколько мы доверяем тому или иному человеку. Вот и получается, что некрасивые лица, активируя миндалевидное тело, вызывают отвращение, а красивые, напротив, внушают доверие [8].

Рядом с привлекательностью стоит такая категория, как любовь. Любовь во многом можно объяснить с точки зрения различных наук, таких как психология, физиология, нейробиология.

Любовь, как и все наши другие эмоции, регулируется мозгом, это не что иное как гормональный процесс. Этот процесс состоит из нескольких стадий:

1. Сексуальное влечение, способствуют гормоны:

- тестостерон (муж. гормон);
 - эстроген (жен. гормон).
2. Симпатия, способствуют нейромедиаторы:
 - дофамин;
 - серотонин;
 - адреналин.
 3. Привязанность, способствуют гормоны:
 - окситоцин;
 - вазопрессин.

Сексуальное влечение побуждало искать того самого партнера. Симпатия помогала определиться с выбором. В ходе эволюции привязанность делала нас с объектом любви еще ближе.

Именно на выбор того самого партнера влияет большое количество факторов. Однако важнейший – индивидуальный запах. Он содержится в каждой клетке нашего организма в виде белка гистосовместимости (главный комплекс). Этот комплекс мы получаем как совокупность генов, которую мы наследуем, как и все другие гены, от родителей. Вариантов этого белка бесчисленное количество, поэтому при выборе партнера организм женщин пытается выбрать тот, у которого этот белок содержит большее количество генов, чем у нее самой. Эволюция сама позаботилась об этом, потому что чем лучше белок, тем крепче будет организм.

Подводя итог, следует сказать, что человек – биосоциальное существо, поэтому не стоит недооценивать роль социальных факторов в его поведении. Важнейшее отличие вида *Homo sapiens* от других в том, что наши действия гораздо меньше, чем у других, обусловлены биологическими причинами. Люди способны контролировать свои «звериные» проявления, удерживая их в тех ситуациях, когда их проявление социально неприемлемо и небезопасно. Поэтому на данный момент человечество выживает не благодаря естественному отбору, а труду медиков и педагогов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адлер, А. Наука жить / А. Адлер : пер. с англ. / Е. А. Цыпин. – М. : Академический проект, 2014. – 60 с.
2. Адлер, А. Наука о характерах: понять природу человека / А. Адлер : пер. с англ. / Е. А. Цыпин. – М. : Академический проект, 2014. – 242 с.
3. Наварро, Д. Я вижу, о чем вы думаете : практическое руководство по невербальному общению от бывшего агента ФБР : пер. с англ. / Д. Наварро, М. Карлинс. – Минск : Попурри, 2010. – 333 с.
4. Psychology Today Magazine = Неполиткорректная природа человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ethology.ru/library/?id = 274>. – Дата доступа: 14.05.2017.
5. Грошев, И. В. Образ женщины в рекламе // Женщина. Гендер. Культура. – М. : МЦГИ, 1999. – 343 с.
6. Грошев, И. В. Психофизиологические различия мужчин и женщин. – М. : Московский психолого-социальный институт, 2005. – 464 с.
7. Бодале, А. А. Восприятие и понимание человека человеком. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
8. Скрипкина, Т. П. Психология доверия : учеб. пособие / Т. П. Скрипкина. – М. : Изд. центр Academia, 2000. – 263 с.

П. А. Маслѐнкина,
студент 1-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛИ ЛИЧНОСТИ

Становление и развитие личности как автономной, независимой от общества системы происходит на протяжении всей жизни человека, но особенно четко этот процесс прослеживается в детском и подростковом возрасте. Это время закладки многих факторов, которые будут служить ориентиром дальнейшего развития личности. Очевидно, что на становление и развитие личности особое влияние оказывают обстоятельства воздействия окружающей среды общества [1].

Каждый день мир постигают многочисленные изменения. Процессы глобализации, экономические и политические проблемы, социальные изменения – все это факторы развития и человека в целом. Если посмотреть на наш мир хотя бы 5 – 10 лет назад, что мы видим? Отсутствие мобильных телефонов у большинства населения, интернет также не был так распространен, мы не знали (именно наше поколение, хотя я считаю, можно говорить в целом и о наших родителях/родственниках), что такое инстаграм, фэйсбук и т. д. Многие не понимают, как связаны все эти нововведения в технологиях, хозяйственных отраслях с человеком. Но ведь человек – это и есть составная часть всего живого. Человек придумал и телефон, и социальные сети, и e-mail. Все эти приспособления сделаны руками именно человека. Конечно, развитие должно делать мир лучше, но... Не убивает ли оно наше сознание и не дает ли «обратного» развития?

Современная Беларусь как часть глобального информационного общества участвует в мировом информационном обмене, ее население может использовать передовые образцы средств вычислительной техники. Применяемые информационные технологии облегчают выполнение рутинных операций, облегчают жизнь каждого конкретного индивидуума. Но свобода использования технологий не всегда оказывает положительное влияние на развитие личности человека, его социализацию.

Масштабные социокультурные изменения, происходящие под воздействием процессов информатизации и компьютеризации, порождают исследования, связанные со становлением личности. Обновление информационной среды влечет за собой формирование новых культурных потребностей и интересов, активизирует адаптационные механизмы человека, расширяет поиск адекватных коммуникативных практик [1].

Будучи «продвинутыми», люди забывают о банальных человеческих ценностях. О любви, сострадании, благородстве, смелости. Теперь эти качества проявляются не «глаза в глаза», а благополучно написанным сообщением, которое призвано показывать себя в лучшем свете. Ведь никто не видит, какой ты есть на самом деле. Цель человека в современном обществе – спрятаться от настоящих человеческих чувств, пользуясь простотой скрытности в сети.

Главная цель развития личности, возможно, более полная реализация человеком самого себя, своих способностей и возможностей, возможно, более полное самовыражение и самораскрытие. Но эти качества невозможны без участия других людей, они невозможны в изоляции и противопоставлении себя обществу, без обращения к другим людям, предполагающего их активное соучастие в этом процессе. Очевидно, что в настоящее время безусловное влияние на развитие этих качеств оказывают анализируемые средства электронного обмена информацией между людьми.

В современном подростку мире, особенно в крупных и средних городах, формируются отличные от прежних лет ориентиры развития. Проникновение мобильных средств связи даже

в сельские поселения повышает роль информационного образа жизни. Последний включает в себя:

- 1) высокую степень информационных отношений между людьми, базирующихся на информационно-коммуникационных технологиях;
- 2) информационный аспект образа жизни [1].

Вследствие вышесказанного люди перестают «ощущать». Появляются корысть и алчность. Мы перестаем думать о других. Современному поколению гораздо важнее показать свою «крутизну». Люди встречаются друг с другом из-за денег, считая, что это позволит им самоутвердиться. Цель современного человека – показать себя, имея рядом с собой, например, «комфортную» вторую половинку.

Лишь немногие люди могут выбиться из этих сетей, лишь немногие продолжают самосовершенствоваться, не быть как все, идти вперед и жить чувствами. Наши цели должны быть честными, открытыми, яркими и искренними. Не «получить хорошую работу», а «заниматься тем, что любишь». Не «выйти замуж, нарожать потомство и ходить по магазинам за деньги своего мужа (т. е. по сути быть содержанкой)», а «встретить свою любовь, родить малыша, вырасти морально и материально вместе, развивая наши отношения». Таким образом, обществу предстоит еще работать и выдержать этот век эволюций, чтобы не потерять себя, быть хорошими людьми и дорожить человеческими ценностями. Наши цели также должны соответствовать нашему миру, быть справедливыми и объективными.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Довгаль, В. А. Информационные технологии в системе социализации личности [Электронный ресурс] / В. А. Довгаль // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-v-sisteme-sotsializatsii-lichnosti>. – Дата доступа: 10.04.2017.

А. В. Осипчик,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

УПРАВЛЕНИЕ ЭМОЦИЯМИ КАК ОСНОВА МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Преодолевать барьеры взаимопонимания, возникающие в различных ситуациях общения, непросто. Для этого нужно хорошо разбираться в нюансах человеческой психологии, в том числе и своей собственной. Значительно проще другое – самому не создавать эти барьеры. Чтобы не оказаться основным препятствием на пути к взаимопониманию с окружающими, человеку необходимо знать психологические правила общения и прежде всего научиться управлять своими эмоциями, которые чаще всего становятся источником межличностных конфликтов [1].

Управление эмоциями также является основой в межличностном общении. Многие вещи, которые нам говорят окружающие нас люди, могут вызвать у нас гнев, радость, смех и другие положительные (либо отрицательные) эмоции. Современная культура оказывает огромное влияние на эмоциональный мир человека. Можно наблюдать два противоположных процесса: повышение эмоциональной возбудимости и распространение апатии. Эти процессы нашли свое место в человеческом сознании благодаря процессам глобализации и распространения технологий на эмоциональный фон человека.

Например, по данным японских психологов, пятьдесят из ста детей, увлекающихся компьютерными играми, страдают эмоциональными расстройствами. У одних это проявляется в повышенной агрессивности, а у других – в глубокой апатии, утрате способности эмоционально реагировать на реальные события. Подобные явления, когда эмоциональные состояния человека начинают приближаться к полюсам, когда утрачивается контроль над эмоциями и умеренные их проявления все чаще сменяются крайностями, – свидетельство явного неблагополучия в эмоциональной сфере. В результате возрастает напряжение в человеческих взаимоотношениях. По данным социологов, три четверти семей подвержены постоянным конфликтам, возникающим по разным причинам, но проявляющимся, как правило, в одном – в неконтролируемых эмоциональных вспышках, о которых большинство участников впоследствии сожалеют.

Есть две категории людей, которые никогда не будут поняты окружающими, как бы они того ни хотели. Тех, кто постоянно удручен, погружен в горькие раздумья о несовершенстве человеческой природы: таких люди будут по возможности избегать, опасаясь заразиться мрачным настроением и пессимизмом. Иногда бывает трудно увидеть различие между болезненным состоянием депрессии, когда человек полностью утрачивает способность регулировать эмоции, и состоянием «ухода» в неприятные переживания, свойственным некоторым в общем-то здоровым людям, попадающим в сложные жизненные ситуации. Но различия все же есть. При болезненных состояниях отрицательные эмоции направлены главным образом внутрь, концентрируются вокруг собственной личности, тогда как «здоровые» отрицательные эмоции постоянно ищут жертву среди окружающих, чтобы выплеснуться в агрессивной вспышке или в горькой жалобе. Но поскольку большинство людей не могут выдерживать длительное воздействие тяжелой эмоциональной атмосферы, они начинают избегать общения с человеком, погруженным в неприятные переживания. Постепенно утрачивая привычные контакты, он вынужден переносить отрицательные эмоции на себя [1].

Неумение контролировать эмоции приведет к проблемам с окружающими.

Даже если вас очень любят ваши родители, друзья, муж/жена, коллеги, то рано или поздно они устанут от вашей неуравновешенности, а значит, вы рискуете остаться в одиночестве [2].

Процесс контролирования эмоций достаточно непростой. Для того чтобы справиться с эмоцией, вам нужно уловить момент, когда она начинает проявляться. Это происходит в течение нескольких секунд, и, если момент упущен, справиться с ней будет сложнее. Ваша задача – это предупредить возникновение нежелательной эмоции до того, как она проявится полностью. Если вы хотите управлять и справляться со своими эмоциями, вы должны первыми запускать нужные вам эмоции в конкретной ситуации. Это также будет отражаться и на других людях. Вы можете задавать настроение целой группе людей, учитывая, что эмоции передаются от одного человека к другому. Теперь что касается вашего тела. По положению вашего тела очень легко прочесть ваше состояние и эмоции. Опытный человек может сразу определить ваше состояние с первого взгляда. У человека, который может справляться со своими эмоциями, тело находится в расслабленном состоянии. Если человек не владеет этим, его тело находится в состоянии напряженном. При переживании негативных эмоций у многих людей можно заменить «дребезжание» тела. Оно становится неконтролируемым, и возникают своего рода нервные судороги. С этим состоянием вам уже тяжелее будет справиться. В этот момент вам необходимо заставить себя расслабить тело и успокоиться, сделав свое дыхание ровным и глубоким. Это одно из важнейших условий управления эмоциями.

Умение расслабляться в самых разных условиях и обстоятельствах, следить за спокойным состоянием своего тела даст вам возможность справляться со своими эмоциями [3].

Умение владеть эмоциями – одно из условий становления успешной личности. Люди будут тянуться к человеку, который выглядит так, будто ему все нипочем.

Эмоции часто возникают не в самый удачный момент, они мешают мыслить трезво. Очень важно уметь управлять эмоциями. Здесь можно дать несколько полезных и в некотором роде очевидных советов:

- следите за своим лицом, если вами вдруг овладевает гнев – не хмурьтесь, а постарайтесь принять спокойное выражение. Удивительно, но это помогает;
- следите за дыханием;
- попробуйте управлять мыслями. Не накручивайте себя.

Конечно, это сделать не так-то просто, поэтому практикуйтесь – и у вас обязательно получится.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Головаха, Е., Панина, Н. Управление эмоциями [Электронный ресурс] / Е. Головаха, Н. Панина. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/strah2.htm>. – Дата доступа: 10.05.2017.
2. Дневник успеха [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnevnyk-uspeha.com/psihologiya/upravlenie-jemocijami-sovety-ot-psihologa.html>. – Дата доступа: 10.05.2017.
3. VitaMig [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vitamarg.com/article/samorazvitie/5322-kak-upravlyat-emotsiyami>. – Дата доступа: 10.05.2017.

Д. Н. Тылецкая,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВОСПРИЯТИЕ РЕКЛАМЫ

Реклама – направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему [1, с. 9].

Очевидно, что сейчас реклама почти везде – от улиц до социальных сетей, однако она имеет смысл только тогда, когда на нее обращают внимание. Учитывая, что способность человека заострять внимание имеет свои пределы, сейчас рекламодатели активно борются за внимание простого обывателя, так как это самое внимание является чрезвычайно ценным ресурсом в перегруженном информацией мире.

Непроизвольное внимание интересует их больше всего, так как в большинстве случаев человек сталкивается с рекламой не по своей воле. Он читает то, что ему интересно, и иногда этим самым «интересным» бывает реклама. Потому она должна уметь привлечь непроизвольное внимание каким-то раздражителем.

Непроизвольное внимание – направленность и сосредоточенность психической деятельности человека, возникает и поддерживается независимо от сознания человека (деятельность захватывает человека сама по себе) [2, с. 20].

В зависимости от типа рекламы, наше внимание захватывается различными вещами. За привлечение внимания в рекламе отвечает сигнал первого уровня. В печатной рекламе это сочетание заголовка и иллюстрации, в наружной – визуальный скандал на тему рекламы или очень красивый текст на светлом фоне, в брошюре – обложка, в теле- и радиороликах – первые секунды эфирного времени, в пресс-релизе – первый абзац. Не всем удастся удержать внимание за такой короткий срок, ведь в это время зритель или читатель должен понять, что

рекламируется, оценить ценность показанного товара и испытать желание полностью изучить рекламу.

И потому невероятно важно уметь привлечь, а также удержать внимание зрителя, в частности его непроизвольное внимание. Опора на раздражители непроизвольного внимания лежит в основе приемов привлечения внимания [3]. К ним относятся необычные и оригинальные элементы рекламного сообщения, юмор и парадоксальные ситуации, личное обращение и повышенная интенсивность отдельных элементов рекламного сообщения.

Необычными и оригинальными элементами рекламного сообщения могут быть и содержание рекламы, и ее размещение, и форма подачи. Креатив является одной из ключевых тенденций в рекламе, так как он выделяет продукт среди остальных. Однако использовать такие элементы стоит достаточно аккуратно – креативная реклама должна быть уместной, смелой и интересной, но не должна переходить границы и злоупотреблять допустимой мерой игры на восприятии, иначе она будет банальной и вызовет неприязнь. Главным образом, здесь имеет место быть вторая причина привлечения непроизвольного внимания.

Следует отметить, что юмор невероятно важен: он связан с положительными эмоциями и всегда вызывает добрые чувства. Более того, реклама, которая вызовет хотя бы улыбку, более тепло оценивается зрителями и заставляет менее критично оценивать товар. Сюжетный юмор также положительно влияет на запоминание, и, более того, есть вероятность, что зритель расскажет об этой рекламе друзьям, особенно если юмор в рекламе качественный.

Личное обращение также привлекает внимание потребителя – оно по возможности должно побуждать к действию. Можно добавить повелительного наклонения и таким образом всеми силами поддерживать адресата в его намерениях приобрести товар. Однако опять же не стоит перебарщивать с личным обращением и делать его чересчур навязчивым. Необходимо правильно интерпретировать поведение покупателя и хорошо его чувствовать.

Повышенная интенсивность отдельных элементов рекламного сообщения также важна. Это могут быть и звуковые эффекты, и контрастное сочетание цветов, и огромные шрифты, и увеличение количества предметов (не один карандаш, а тысяча). С этим стоит также быть аккуратным, так как если все элементы будут большого размера или слишком яркие, то они будут слишком неприятны для взгляда и больше раздражать, чем вызывать приятные ощущения. Данный прием должен рассматриваться в качестве второстепенного по отношению к содержанию рекламы, т. е. даже если трудно придумать заголовок, привлекающий внимание, его можно сделать просто большого размера, так как интенсивность должна быть выше привычного фонового окружения или больше общепринятых норм использования.

Таким образом, необходимо обдуманно подходить к использованию различных средств и приемов при создании и размещении рекламы. Она не должна быть вульгарной, крикливой и проигрышной по сравнению с фоном и остальными элементами, где она размещена. Существует множество советов и рекомендаций по оформлению рекламы (некоторые из них, самые простые и, казалось бы, незначительные, могут негативно или позитивно повлиять на восприятие), однако нельзя злоупотреблять ни одной из них: казалось бы, смешная реклама может восприниматься как глупая (в плохом смысле этого слова), реклама с личным обращением – как панибратская и излишне принудительная, а в погоне за оригинальными элементами можно и вовсе превратить рекламу в фарс. Стоит также помнить, что захватить непроизвольное внимание не всегда удастся даже самым опытным людям в сфере рекламы, однако вышеперечисленные способы могут помочь понять, на что обращать внимание при создании и размещении рекламы с точки зрения психологии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пономарева, С. В. Реклама : учеб. пособие / С. В. Пономарева. – СПб., 2004. – 192 с.

2. Скринник, А. И. Основы психологии и педагогики : учеб.-метод. комплекс / А. И. Скринник. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2012. – 196 с.

3. Психология и социология рекламной деятельности. Внимание: характеристика, виды, свойства. Способы и приемы привлечения внимания в рекламе [Электронный ресурс] // Advance. – Режим доступа: <http://internet-advance.ru/psihologiya-i-sotsiologiya-reklami/vnimanie-harakteristika-vidy-svoystva-sposoby-i-priemy-privlecheniya-vnimaniya-v-reklame>. – Дата доступа: 08.05.2017.

О. А. Фефилова,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПРЕСТУПНИКАМИ РОЖДАЮТСЯ ИЛИ СТАНОВЯТСЯ?

При рассмотрении личности преступника возникает спорный вопрос о биологических и социальных факторах формирования преступных наклонностей. Для того чтобы понять причину преступных деяний, необходимо найти источник противоправного поведения или учесть психологические особенности субъекта. Поэтому вопрос соотношения социального и психологического фактора поведения весьма важен.

Основа проблемы соотношения социальных и биологических факторов заключается в том, от каких качеств зависит преступное поведение личности: от тех, которые он получил по наследству, или от тех, которые обрел в процессе жизни в социуме.

Точки зрения многих ученых на это счет расходятся, поэтому до сих пор нет однозначной позиции в том, рождается ли человек преступником или приобретает определенные качества в процессе адаптации в обществе. Существует три точки зрения, касающихся этой проблемы: 1) основную роль в формировании преступника играет социальная среда; 2) основным фактором преступного поведения является наследственность; 3) в отношении одних преступников действуют биологические факторы, а в отношении других – социальные.

Существует такое понятие, как социально-психологические факторы формирования личности преступника – это наблюдаемые или фиксируемые проявления социально-психологической реальности. Они влияют на все психологические проявления индивида: его восприятие, мышление, память, воображение, эмоции и волю [1, с. 162]. т. е. невозможно выделить только одну причину, которая подталкивает человека к преступлению. Причины наслаиваются друг на друга и в итоге имеют определенные последствия.

Споры о том, рождаются люди преступниками или становятся под воздействием внешних факторов, ведутся не одно столетие и являются актуальным вопросом XXI в. Теории врожденной преступности придерживался итальянский психиатр Чезаро Ломброзо. Он полагал, что преступника можно выявить еще в детстве по определенным внешним признакам. К таким признакам Ч. Ломброзо относил несимметричный овал лица, низкий лоб, развитые надбровные дуги, длинные руки, грубые черты лица. Данные внешние отклонения он объяснял следующим образом: если гены преступности человек имеет с рождения, значит, они не могут не сказываться на его внешнем виде [2, с. 86].

Теория врожденной преступности не получила должного внимания, так как она рассматривала только биологические факторы, не учитывая социальную составляющую в причине возникновения преступности. В наши дни теория Ч. Ломброзо не является актуальной, но, несмотря на это, в современном обществе продолжают споры о том, что преступные качества могут передаваться по наследству.

Многие современные ученые также полагают, что существует определенный ген агрессивности, который рано или поздно проявляется и способствует тому, что его обладатель

совершает преступление. Например, С. Медник считает: «... мы должны серьезно относиться к той мысли, что некоторые биологические характеристики, передающиеся по наследству, могут стать причиной вовлечения человека в преступную деятельность» [3, с. 105].

В подтверждение тому, что человек может родиться с преступными наклонностями, был проведен ряд исследований и экспериментов. Например, в Дании усыновленные дети преступников, воспитываемых в хороших семьях, все равно были склонны к агрессии и конфликтам, в отличие от родных детей данной семьи. В США проводилось исследование по разделению близнецов и воспитанию их в разных социальных условиях, но независимо от этого, если один из них имел судимость, то второй также был социально опасен и агрессивен. Все эти исследования подтверждают возможность существования гена преступности [4, с. 21].

Процесс формирования личности принято определять как социализацию – это особый процесс включения индивида в общество, выбор жизненных путей, формирование социальных связей, освоение определенных социальных ролей и функций [5, с. 275].

В период социализации появляются и закрепляются определенные реакции на возникающие жизненные обстоятельства, которые характерны именно для данного субъекта социальных отношений.

Полагаем, самую важную роль в формировании личности играет первичная социализация. В этот период ребенок бессознательно усваивает образцы поведения, реакции и действия. Именно поэтому главным фактором в формировании личности выступает семья, так как именно в этой социальной группе формируются наиболее важные психологические процессы. По мнению Л. Н. Клименко: «Большинство подростков принадлежит к неблагополучным неполным семьям, где родители злоупотребляют алкоголем, наркотическими средствами, избивают своих детей, тем самым заставляют их убегать из дома, семьи. А чтобы как-то существовать, они вынуждены бродяжничать, попрошайничать и воровать» [6, с. 51]. Мало того, что отношения в семье являются образцом поведения для ребенка, но также и условия воспитания влияют на его понятия о мире, т. е. если ребенок видит насилие и жестокость в своей семье, то для него это становится определенной нормой поведения.

Как показывает практика и исследования авторитетных психологов, таких как Е. А. Личко и Б. С. Братусем, повзрослев, преступник часто воспроизводит в своем поведении именно то, что осталось в его психике с детства. Таким образом, преступное поведение, на наш взгляд, можно считать определенным следствием первичной социализации.

Огромное влияние на формирование преступника оказывает социальная среда. В понятие социальной среды включены социальное окружение, общественное мнение, определенные нравственные нормы, которые сложились в обществе. По мнению В. М. Труша: «Личность преступника не существует вне общества, только общество может отнести какие-то поступки к разряду преступных, а само понятие преступника производно от преступления» [7, с. 216]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что именно общество зачастую подталкивает человека к преступным деяниям посредством влияния на человека.

Социальное окружение также играет важную роль в формировании личности преступника. Под влиянием группы у ее участников формируются установки и ценностные ориентиры. Влияние группы важно только потому, что ее члены находятся в повседневном общении, они имеют определенные связи, основанные на чувствах. Зачастую именно социальное окружение, группа, в которой существует человек, подталкивает его правонарушениям. Им может двигать конформизм, желание самоутвердиться, получить определенный статус.

В заключение важно отметить, что нет однозначного толкования того, становится ли личность на путь преступления посредством социальной среды или таковой рождается и гены преступности в последнем случае передаются по наследству. Различные авторы используют разные подходы к изучению этого вопроса, каждый автор акцентирует внимание на том или ином аспекте, который считает наиболее значимым.

Подводя итоги, важно сказать, что социальные и биологические факторы влияют на личность преступника в тандеме. Однако, на наш взгляд, данные факторы стоит рассматривать отдельно друг от друга. Биологическая теория происхождения преступности имеет место быть, но независимо от этого, полагаем, нельзя считать ее состоятельной, так как она отрицает наличие воли у человека. Никто не появляется на этот свет прирожденным убийцей, мошенником или насильником. Таким человек становится под влиянием определенных факторов, которые формируют личность преступника: воспитания, социальной среды, а также отдельных жизненных ситуаций, которые могут сделать человека жестоким и опасным для общества. Даже если с рождения у человека проявляются признаки агрессии по отношению к внешнему миру, именно семья и все окружающее ее общество должны направить эту агрессию в правильное русло.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Широбокова, Т. С. Современный уровень преступности несовершеннолетних и ошибки семейного воспитания, приводящие к формированию криминогенных качеств личности несовершеннолетнего преступника и их корректировка / Т. С. Широбокова // Научные исследования в образовании. – 2011. – № 10. – С. 159–171.
2. Ломброзо, Ч. Новейшие успехи науки о преступнике. / Ч. Ломброзо. – М., 1892. – 196 с.
3. Медник, С. Психология личности. / С. Медник. – М., 1978. – 203 с.
4. Мудрик, А. В. Социальная педагогика : учеб. для студентов пед. вузов ; под ред. В. А. Сластенина. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Изд. центр «Академия», 2000. – 200 с.
5. Берковиц, Л. Агрессия: причины, последствия, контроль. / Л. Берковиц. – М., 2001. – 516 с.
6. Клименко, Л. Н. Влияние семьи на формирование личности несовершеннолетнего преступника / Л. Н. Клименко // Вестник Таганрогского института имени А.П. Чехова. – 2007. – № 2. – С. 51–53.
7. Труш, В. М. Методика рассмотрения степени криминогенной зараженности личности преступника с позиций концепции динамической психиатрии Гюнтера Аммона / В. М. Труш // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2011. – № 5. – С. 214–224.

Секция 5.2. Философия

М. Д. Городенская,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

МИРОВОЕ ГРАЖДАНСТВО КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

Ни одно общество фактически не существует само по себе, являясь чем-то самодостаточным. Общество как сложная социальная система постоянно развивается на своей собственной основе. Достигая определенного уровня развития, определенное общество начинает контактировать с другими, тем самым формируя все более сложные связи и закладывая фундамент новым отношениям. Общеизвестным является факт, утверждающий, что человек по своей природе является не только биологическим существом, но и социальным. Из данной аксиомы можно сделать вывод, что человек изначально, исходя из своей социальной сущности, – член всего человеческого сообщества.

Понятие «гражданство» имеет как узкий, так и широкий смысл: в узком смысле данного понятия каждый человек – гражданин того или иного государства, в широком – гражданин всего человечества [1, с. 519]. Идея о так называемом мировом гражданстве получила довольно широкое распространение на современном этапе развития общества. Можно предположить, что данный феномен зародился относительно недавно, однако еще античные философы утверждали, что человек существует и развивается в двух сообществах – национальном и глобальном.

В шестой книге своего трактата «О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов» Диоген Лаэртский приводит цитату Диогена Синопского, который на вопрос, откуда он, сказал: «Я – гражданин мира» [2, с. 178]. Данное утверждение позволяет констатировать факт зарождения идей космополитизма еще в V в. до н. э.

Глобальное гражданство как широкое мировоззрение включает в себя множество вопросов и сталкивается с некоторыми проблемами и аспектами на пути своего становления. К последним можно отнести психологические, исторические, социальные, экономические, политические аспекты, а также вопросы культуры, экологии и другие. Очевидно, что построение мирового гражданства затрагивает каждый из вышеперечисленных аспектов как с положительной, так и с отрицательной стороны.

В процессе исторического развития в каждом государстве сформировались характерные для него менталитет, обычаи и традиции, а также национальный язык или языки. Очевидно, что разные страны прошли разные этапы развития, следовательно, находятся на различных экономических, политических и социальных уровнях. Таким образом, затрудняется культурное взаимодействие и взаимопонимание. Ярким примером данного явления может послужить ситуация, которая возникла с увеличением миграции в Европе. Разнообразие культур, языков, психологических и идеологических аспектов, так же как и различный образ жизни, мировоззрения, ценности, полагаем, является корнем данной проблемы.

Положение о том, что, объединяясь, люди сохраняют культуру, до сих пор остается весьма спорным. Размываются границы разнообразных культур, с лица Земли исчезают различные этнические и языковые меньшинства. Являясь представителем государства с двумя официальными языками, я могу быть свидетелем того, как национальный язык фактически находится на грани исчезновения. Причинами данного явления могли послужить нахождение государства в союзе с преимущественным использованием другого языка, а также несоответствующая языковая политика.

Несмотря на вышеперечисленные проблемы, а также необходимость поиска их решения, нельзя не согласиться, что глобальное гражданство имеет ряд преимуществ

и способно решить некоторые вопросы культурного взаимопонимания, языкового разнообразия, этнических ценностей. Более того, глобальное гражданство призвано повысить уровень правовой культуры, распространяя права и свободы человека и гражданина, моральные ценности, правовые убеждения.

Глобальное гражданство невозможно представить без единого образовательного пространства. Болонский процесс может послужить примером успешной интеграции в сфере образования. Своим участникам он гарантирует общедоступность, качество, финансирование образования, различные дополнительные курсы и т. д. Различные связи и программы объединения между университетами обеспечивают подготовку высококвалифицированных специалистов, повышают уровень культуры населения.

С другой стороны, век глобализации зачастую ассоциируется не только с глобальным прогрессом, но и с глобальными проблемами. Стабильность, порядок и устойчивое развитие на нашей планете сегодня зависит от взаимоотношений более чем 200 государств. Перед лицом опасности человечество должно объединиться и принимать совместные действия. Ни для кого не секрет, что границы государств не сыграют огромной роли в критических или катастрофических условиях, они не способны остановить увеличивающееся загрязнение, массовую бедность и голод.

Следует отметить, что для успешной интеграции и консолидации необходимо создание ряда правовых актов и международных договоров. Ратификация последних позволит обеспечить надлежащее исполнение прав и свобод человека, правосудия, принципов верховенства права, а также защиту природы, экологии и других сфер. Примерами подобных актов может послужить Всеобщая декларация прав человека, принятая Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций, содержащая следующие положения: «Все люди рождаются свободными и равными в своем достоинстве и правах» (ст. 1), «Каждый человек должен обладать всеми правами и всеми свободами без какого бы то ни было различия, как-то в отношении национального происхождения» (ст. 2) [3]. Международным пактом о гражданских и политических правах провозглашается, что всякое выступление в пользу национальной, расовой или религиозной ненависти, представляющее собой подстрекательство к дискриминации, вражде или насилию, должно быть запрещено законом (ст. 20) [4].

Подводя итог, можно сказать, что идея воплощения глобального гражданства не является простой и требует участия и интереса со стороны всего человечества. Некоторые критики космополитизма называют его прикрытием империалистических идей, однако полагаем, что на самом деле это труд людей, готовых провозглашать права и свободы человека, защищать слабых, а также бороться с несправедливостью, неравенством и дискриминацией.

В первую очередь люди должны замечать друг в друге общечеловеческие качества, присущие каждому из нас, – чувство справедливости, равенства, свободы, морали и добродетели. Полагаем, что человечество уже находится на пути построения мирового гражданства, однако переход на данный этап станет возможен лишь с активным участием всего земного населения, а также необходимыми международными договорами и соглашениями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Спиркин, А. Г. Философия : учебник / А. Г. Спиркин. – М. : Гардарики, 2006. – 736 с.
2. Лаэртский, Д. Жизнь, учения и изречения знаменитых философов. / Д. Лаэртский. – М. : Aegitas, 2014. – 1457 с.
3. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] : принята резолюцией 217 А (III) Генеральной Ассамблеи ООН, 10 декабря 1948 г. // Организация Объединенных

Наций. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml. – Дата доступа: 07.04.2017.

4. Международный пакт о гражданских и политических правах [Электронный ресурс] : принят резолюцией 2200 А (XXI) Генеральной Ассамблеи от 16 декабря 1966 г. // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol.shtml. – Дата доступа: 07.04.2017.

А. С. Дерябина,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СЕРЕН КЬЕРКЕГОР – «СМЫСЛ ЖИЗНИ»

Наша жизнь – это игра, правила которой нам неизвестны.

Серен Кьеркегор

Вопрос о смысле жизни интересует философов и других исследователей на протяжении многих тысячелетий. Сам вопрос, как известно, является двусмысленным и, возможно, расплывчатым. Расспрашивая о смысле жизни, можно спросить о сущности жизни, о цели жизни, о том, что и как важно, или о множестве других вещей. Обстоятельства, в которых человек задает вопрос о смысле жизни, включают те, в которых один обеспокоенный либо чувством неудовлетворенности, либо перспективой будущих плохих событий, другой молодой душой, третий озадачен диссонирующей множественностью вещей и хочет найти какое-то единство во всем многообразии. А возможно, человек потерял веру в старые ценности и хочет знать, как жить счастливо сейчас.

Самая знакомая форма вопроса(ов) о смысле жизни – это просто: «В чем смысл жизни?» Хотя форма вопроса одна, когда задается вопрос, может быть озвучен любой (или более) из нескольких различных вопросов. Вот некоторые из них:

1) В некоторых случаях ищущий старается найти ядро, внутреннюю реальность или сущность, лежащие в основе какого-то явления; 2) В других случаях речь идет о точке, цели, объекте жизни; 3) Иногда вопрос о смысле жизни – это вопрос о том, важны ли наши жизни и что-либо, что мы делаем в них. 4) То, что беспокоит собеседника, – это диссонанс, множественность и хаотический характер его кажущейся, эмпирической жизни, такой, какой она фактически существует; 5) Иногда спрашивающий действительно задается вопросом, имеет ли смысл продолжать, и его вопрос: «Стоит ли жить?».

Крупным европейским философом XIX в., изучавшим традицию мышления о смысле жизни, был датский философ Сорен Кьеркегор (1813 – 1855). Кьеркегор не был академиком. Источниками его интереса были его «личные демоны», его врожденные склонности к вине, депрессии, беспокойству и страху, его осознание растущего сомнения вокруг; его учения унаследованного христианства и его мучительная неспособность соответствовать его собственным христианским идеалам, прежде всего из-за его воплощения и его сопутствующей склонности к вещам плоти, особенно чувственности и пола. Из всего этого возникло то, что представляется серьезным случаем ненависти к себе, что, в свою очередь, вызвало серьезное исследование смысла его жизни.

Трудно определить, какими были взгляды Кьеркегора на все подряд, потому что он постоянно использовал юмор, сатиру, парадокс и иронию, а тем более потому, что он говорил разными голосами и писал с разных точек зрения под разными псевдонимами.

Тем не менее, стандартная точка зрения заключается в том, что Кьеркегор был в основном христианином. Он утверждал, что жизнь человека может быть значимой и достойной жизни, только если человек искренне и страстно верит в христианского Бога [2].

Другой способ описать общую философию Кьеркегора состоит в том, чтобы охарактеризовать ее с точки зрения его трех этапов или уровней жизни. Нужно совершить восхождение от низшей стадии, эстетической (чувственной) через высшую, этическую стадию и до высшей стадии, религиозной, которая включает в себя две нижние ступени. Только тот, кто достиг религиозной стадии, может иметь действительно значимую жизнь и, следовательно, жизнь достойную.

Каким бы ни был взгляд Кьеркегора, мы можем сделать следующие наблюдения о вещах, которые Кьеркегор сказал о смысле жизни:

1. Идея состоит в том, что хотя жизнь часто бессмысленна, она не должна быть таковой.

2. Вторая интересная идея Кьеркегора состоит в том, что смысл имеет какое-то отношение к единству. В осмысленной жизни все ее разнообразные аспекты объединяются в единое целое. Один преследует какую-то одну цель, которой подчинено все в жизни.

3. Третий момент состоит в том, что можно придать смысл своей жизни или в том, что человек может приобрести смысл в жизни, делая что-то вроде посвящения себя чему-то.

4. Значение не происходит из абстрактного, объективного знания любого рода, будь то философское, научное, историческое или даже богословское. Это происходит от какой-то веры, которая страстно приобретает и живет ежедневно.

5. Один подход XX в. к проблеме смысла жизни состоит в том, чтобы видеть, принимать и греться более или менее счастливо в абсурдности жизни.

6. В Кьеркегоре обнаруживается мысль о том, что жизнь имеет смысл постольку, поскольку она каким-то образом связана с Бесконечным. Ничто конечное не может дать смысл жизни [3].

Таким образом, взгляды С. Кьеркегора полны противоречий и различных уровней понимания. Его особый взгляд на жизнь позволил более основательно рассмотреть понятие «смысл жизни». Выбор как обязанность становится частью данного понимания смысла жизни.

Единственное, что необходимо выбрать человеку, – это быть самим собой. Не сделав такого выбора, он представляет собой всего лишь обычного благополучного обывателя, проживающего жизнь саму по себе.

Благодаря изучению деятельности этого великого человека, автор сделал для себя вывод, что у каждого из нас есть призвание, которое нужно выполнить. Следует помнить, что ничего на Земле не происходит просто так, у всего есть свой сокровенный замысел. Поэтому любыми событиями следует уметь наслаждаться.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кьеркегор, С. Наслаждение и долг / С. Кьеркегор. – Изд. Киев, 1994. – 504 с.
2. Кьеркегор, С. Жизнь. Философия. Христианство / С. Кьеркегор. – СПб., 2004. – 238 с.
3. Гайденок, П. М. Трагедия эстетизма. Опыт характеристики мирозерцания С. Кьеркегора / П. М. Гайденок. – М., 1997 – 198 с.

Н. С. Лукьянчик,
студент 1-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СПРАВЕДЛИВОСТЬ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩАЯ ЦЕННОСТЬ

Справедливость – такой же необходимый для жизни продукт, как хлеб.
Карл Бёрн.

Справедливость – одна из самых противоречивых и в то же время самых важных концепций. Философия пытается рассмотреть в справедливости не только определение, а саму природу данной дефиниции и явления в целом как один из ключевых этических и социальных принципов. Философские концепции справедливости появляются еще в Древней Греции, но стоит заметить, что на сегодняшний день ситуация ничуть не изменилась, и до сих пор единая точка зрения в данном вопросе отсутствует [1, 2]. Философы не просто разрабатывали теории справедливости, но и применяли их к социальным вопросам, таким как наказание, равные возможности для женщин, война, рабство, имущественные права, международные отношения.

Западные философы рассматривают справедливость как самую фундаментальную из всех добродетелей для упорядочивания межличностных отношений и создания, и поддержания стабильного общества [4].

В основном законе Соединенных Штатов Америки (США) в преамбуле говорится, что одной из основных целей Конституции является «установление справедливости» [3]. Американская мысль очень много внимания уделила данному принципу. Джеймс Мэдисон в «Записках Федералиста» писал, что справедливость должна быть целью всего правительства и всего гражданского общества, что люди должны быть готовы рисковать даже свободой в ее преследовании [5]. Справедливость – это неизменный американский идеал. Американских школьников заставляют запомнить и провозгласить «Залог верности», который заканчивается словами «со свободой и справедливостью для всех». Американская философия видит в людях свободных и равных, морально автономных, рациональных агентов, которые не обязательно являются эгоистами. Джон Ролз считает, что для общества требуются два принципа: первый требует равенства при назначении основных прав и обязанностей, а второй заключается в социальном и экономическом неравенстве [6]. Поскольку неравенство в отношении богатства и власти справедливо только в том случае, если оно приводит к компенсирующим преимуществам для всех. Выходит, что справедливость – социальная добродетель как требование равных основных свобод для всех граждан даже в отношении социально-экономических ресурсов.

Ни одно общество не является абсолютно справедливым. Даже «почти» справедливые общества могут иметь несправедливые законы. И тут вытекает, что граждане могут согласиться с несправедливым законом и повиниться ему, а могут участвовать в противоречащем закону акте для пересмотра данного положения. Это один из принципов демократии, власти большинства. Но, с другой стороны, данные действия могут быть неоправданными, и тогда люди будут нести ответственность. Выступления Мартина Лютера Кинга оказались оправданными и существенно повлияли на дальнейшее развитие общества. И тут возникает парадокс, т. е. мы предполагаем в обществе развитие плюрализма и защиту любого мнения и убеждения. В обществе всегда будут возникать свои собственные течения, нормы, принципы, которые не будут санкционироваться государством, но будут поддерживаться и исполняться людьми. В этом и проявляется справедливость вне зависимости от основания норм, будь то религиозные, философские, моральные – все должны быть терпимы друг другу и уважать принципы каждого. Так произошло и в период принятия американской Конституции, во многом большинство участников конвента имели свои собственные убеждения и только благодаря уважению и терпимости каждого смогли принять

данный документ, который существует более двухсот лет. Социальное сотрудничество, условия которого справедливы и взаимны, могут способствовать благу на пользу всего общества.

Основной принцип справедливости заключается в необходимости уважать отдельных субъектов общества и их права. За вопросами справедливости, справедливого распределения социальных благ и услуг со стороны права следит правосудие: осуществляя правосудие, данный орган определяет способы для обращения с теми, кто нарушает правила.

В конечном итоге понятие справедливости зависит от позиции самого человека. Различные концепции справедливости ставят ее в зависимость от правовой системы государства, равенства, свободы, религиозных учений. Справедливость касается как предписывающего характера того, что справедливо, что должно быть сделано, так и ответа на действия, которые идут вразрез со справедливым, включая возмездие. Некоторые считают смертную казнь справедливым наказанием, некоторые – нет. Данное понятие носит исключительно субъективный характер, так как построено на личных убеждениях. Однако в обществе должна быть справедливость, без данной категории невозможно рациональное и успешное развитие социума. Справедливость как бы наставляет и в то же время ограждает людей от «поворота не туда».

Справедливость в нашем понимании – равноправие в различных отношениях, предполагающее уважение достоинства другого на основе осознания своего нравственного идеала как высшей ценности, как меры себя и другого.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Блэкберн, С. Платон: «Республика» / С. Блэкберн : пер. с англ. / Л. Мазитова – М. : АСТ: АСТ Москва. – Владимир : ВКТ, 2009. – 246 с.
2. Аристотель. Политика : пер. с древнегреч. / С. М. Роговин ; примеч. А. Филиппов. – М. : РИПОЛ классик, 2010. – 580 с.
3. The Constitution of the United States [Electronic resource] // America's Founding Documents, National archive es. – Mode of access: <https://www.archives.gov/founding-docs/constitution/>. – Date of access: 10.05.2017.
4. Рассел, Б. История западной философии и ее связи с политическими и социальными условиями от античности до наших дней / Б. Рассел : пер. с англ. – М. : Лит.-изд. агентство Акад. проект, 2000. – 766 с.
5. The Federalist Papers [Electronic resource] // The Federalist Papers, Congress.gov resources. – Mode of access: https://www.congress.gov/resources/display/content/The_Federalist_Papers/. – Date of access: 10.05.2017.
6. Rawls, J. A theory of justice / John Rawls. – Cambridge : The Belknap Press. – Harvard Univ. Press, 1999.

П. А. Маслёнкина,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ДАОСИЗМ В КУЛЬТУРЕ

Изучая такую разновидность китайской культуры, как даосизм, в первую очередь следует сказать об ее уникальности и неповторимости. Эта часть культуры отличается особым философским смыслом и направленностью. Это философское учение формировалась более двух тысяч лет и, несмотря на такую продолжительность существования, популярна и в наши

дни. Основателем даосизма считается китайский философ Лао-Цзы, который в VI в. до н. э. написал книгу «Дао Дэ Цзин» (Daodejing), изложив в ней основные принципы Дао [1].

Итак, начнем с определения даосизма. По сути, даосизм – это древнекитайское учение по философскому принципу, которое продвигает идею нравственного развития человека естественным путем. Конечно же, ответить на вопрос «что такое даосизм?» пытался уже не один ученый, и существуют различные точки зрения:

- это философское учение, «выродившееся» в начале эры в религию;
- именно даосская религия является проявлением этого учения, а все что было вне ее, просто не считается;
- подчеркиваются даосские утопические идеи, которые провозглашают даосизм оппозиционным и вольнодумным направлением;
- также существует мнение, что даосизм ни к какой религии не относится, а его связывают с императорскими властями и имперской идеологией.

Существуют так называемые «заповеди даосизма».

1. Дао – бытие и изменение Вселенной в самом общем смысле, так называемый «путь», по которому должны следовать люди, являющиеся проявлением совокупности всех форм и аспектов даосизма.

2. Естественность (цзыжань) – принятие все таким, каково оно есть. Важны спонтанность, следование естественному стилю жизни. Наше сущее «выходит» из нас самопроизвольно, без приказа.

3. Жизненная сила (ци) (важны энергия, «дыхание»). Существует ци как универсальная составляющая вселенной, ци как своеобразный наполнитель человеческого тела и ци как сердце, т. е. регулятор чувств. Часто ци рассматривается как начало развития Вселенной.

4. Антитеза Инь-Ян. Даосы не верят в крайности, для них очень важна взаимосвязь всех вещей. Не существует отдельно добра и отдельно зла. Примером этому является символ Инь-Ян: черное – Инь, белое – Ян. Инь связано со слабостью и пассивностью, Ян – с силой и активностью. Однако и в Инь существует Ян, и наоборот. Вся природа балансирует между этими двумя энергиями [4].

5. Дух (шэнь) – является центром нашего существа. Это то, что делает нас людьми. Животные не имеют шэнь. Шэнь в нашем теле должен сначала иметь и использовать ци, или энергию. Когда ци наполнена, шэнь оживлен.

6. Простота (пу) (буквально «необработанный кусок дерева») – олицетворяет энергию нетронутых природой предметов, если проще, то простоту души, душу пу.

7. Изначальная природа (чжи). Природа человеческого бытия изначально была основана на таких понятиях, как справедливость, чуткость, искренность. Также оно включает в себя ум-знание.

8. Правдивость (чжэнь). Человек должен быть честен в первую очередь с самим собой. Правдивость представляется как залог развития человека внутри и снаружи за счет открытости внутри самому себе.

9. Неумелость (чжо). Все прекрасно, что сделано своими руками. Великое мастерство подобно неумелости.

10. Единое (и). Вообще понятие разделения было не присуще для даосизма, т. е. все вещи и все существование человека объединяется в одно целое.

11. Скрытость (сюань). Эту черту даосизма раскрывает легенда «Меч духа», в которой говорится: «Посреди этой смертельной опасности, когда все замерли в ожидании, думая, что Лу Сюань не сможет избежать смерти, Лу Сюань быстро перевернулся в другую сторону», т. е. смысл ее таков: не показывай своему врагу и в принципе людям все свои главные козыри и таланты, оставляя некоторые самые важные на ответственный случай [1].

12. Пустота (сюй). Познание осуществляется благодаря тому, что «сердце» достигает «пустотного единства и покоя. «Пустотность» здесь подразумевает также отсутствие разделения сознания, психики и объекта, а «покой» – выход за границы обычного способа

мышления. Достижение «пустотного единства и покоя» означает приведение разума в состояние «великой чистоты и просветленности» [2].

13. Пресное (дань) – неброскость поэтического или живописного произведения, обладающего скрытой внутренней силой и потаенной эмоциональностью. Эти качества предполагали свершение творческого процесса в состоянии внутренней гармонии и покоя.

Существенны в даосской теории были именно внутренние стремления человека. Даосизм предполагал «материализацию» мыслей, т. е. сила мысли имела большое значение. Мало иметь в себе силы – нужно еще уметь ими управлять. Также важна была сила духа, которая несла в себе тот же смысл «материализации». Еще были известны силы сердца, красоты. В частности, все эти особенности даосизма проявлялись во многих даосских сказках.

В настоящее время в Китайской Народной Республике опубликовано значительное число исследований по даосизму. Однако в целом объектами этих исследований являются такие классические философские тексты, как «Дао-дэ Цзин» и «Чжан-цзы», тогда как вся религиозная даосская традиция, выраженная в текстах Дао Цзяна, остается, за редким исключением, вне поля зрения исследователей. Кроме того, китайские ученые зачастую недостаточно четко придерживаются научного историзма и в своих трудах занимаются определением содержания тех или иных категорий даосской мысли, оторвав их от исторического и социально-культурного контекста. Тем не менее, ряд исследований китайских ученых представляют значительный интерес. Весьма плодотворным представляется, например, подход Тан Ицзе к изучению даосской доктрины психофизического единства и взглядов на жизнь и смерть (Тан Ицзе, 1981, с. 50–59) и анализ отношения Цао к школе «Небесных наставников» Чэнь Шоуши (Чэнь Шоуши, 1979, с. 81–90). [2, с. 10–30].

Даосизм в современном виде – это своеобразная религия, с пышными обрядами и ритуалами, красивыми храмами и глубочайшим эзотерическим содержанием, основанном на древних сакральных техниках для совершенствования тела, ума и духа [4]. И хотя сегодня считается, что даосизм переживает очередной упадок, однако цель его существования продолжает себя оправдывать – он приводит все новых искателей к пониманию того, что именно внутренняя жизнь человека является самой важной на этой земле. Таким образом, я считаю идею и направление даосизма самым рефлексивным и простым для человека, так как оно включает в себя жизненные понятия, в которых найдет себя каждый человек. Для этого направления свойственны несовершенство и простота, что делает его гибким и произвольным. Когда человек делает что-то по велению сердца, по велению неба – это и есть то самое правильное решение, которого от него ждет судьба и внутри себя он сам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Легендарный Китай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://azialand.ru/daosizm-v-kitae/>. – Дата доступа: 09.05.2017.
2. Электронная библиотека Института философии РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASHa6632ca063a53ae5ccbca6>. – Дата доступа: 09.05.2017.
3. Торчинов, Е. А. Даосизм. Опыт историко-религиоведческого описания / Е. А. Торчинов. – СПб. : Андреев и сыновья, 1993. – 310 с.
4. КОСМОС.ИНФО свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cosmozz.info/nauka/psikhologiya/religiya/daosizm/533-daosizm.html>. – Дата доступа: 09.05.2017.

КАТЕГОРИИ ЛЮБВИ («ИСКУССТВО ЛЮБВИ») ПО ЭРИКУ ФРОММУ

В философии присутствует множество определений такого понятия, как «любовь». Они встречаются и в узком, и в широком смыслах. Например, в широком смысле любовь считается одной из наивысших ценностей человечества. В более узком смысле любовь является отношением к другой личности.

Люди очень часто заиклены на каких-то вещах, которые не дают им открыть свои чувства и по-настоящему полюбить.

Во все времена во всех культурах перед человеком стоит один и тот же вопрос: как преодолеть отделенность, как достичь единства, как выйти за пределы своей собственной индивидуальной жизни и обрести единение – проблема состоит в том, чтобы тебя любили и чтобы ты возбуждал чувство любви к себе. А это требует умения и определенных усилий как со стороны мужчин, так и со стороны женщин [2].

По мнению большинства людей, полюбить может каждый, но трудно найти именно тот объект, который достоин любви.

Также важно различать первоначальную близость с настоящими чувствами. Эта близость не может перерасти во что-то большее, а при узнавании друг друга лучше она будет исчезать, пока вы не поймете, что это было всего лишь физическое влечение. Пресыщенность друг другом убивает то, что осталось от их первоначального волнения.

Любовь – ответ на проблему человеческого существования

Очень важна проблема отделенности. Быть отделенным – это значит, что человек не способен овладеть миром – вещами и людьми, которые его окружают. Т. е. мир вокруг меня давит на человека, создает какие-то условия для развития одиночества, что тяготит и мешает жить, но каким-либо образом противостоять ему и покорить его невозможно. Таким образом, отделенность – это источник напряженной тревоги. Кроме того, она рождает стыд и чувство вины. Человек должен покинуть свой купол одиночества.

Также Фромм утверждает, что в любви важно давать, а не отдавать. Давать – проявлять наивысшую силу, когда человек отдает, он показывает, что он что-то значит и на что-то способен. Давая определение активной формы любви, Фромм заявляет: «Любовь – это активная заинтересованность в жизни и развитии того, что мы любим» [1].

Таким образом, Фромм утверждает, что любовь требует определенных знаний, которые человек получает с опытом на протяжении всей жизни [1].

Объекты любви и ее виды

Фромм считал, что любовь задает человеку путь жизни и его отношение к миру в целом. Таких типов Эрих Фромм выделяет пять:

- материнская любовь (основное условие развития и утверждения жизни ребенка, т. е. мать должна дать ребенку стимул любить мир и жизнь, обеспечивая ребенка всем необходимым для этого);
- братская любовь (Фромм понимает под братской любовью «ответственность, заботу, уважение, знание какого-либо другого человеческого существа, желание продлить его жизнь»);
- эротическая любовь (два человека решают вышеназванную проблему, т. е. проблему одиночества, они достигают чувства преодоления одиночества, однако, поскольку они отделены от всего остального человечества, они остаются отделенными и друг от друга, и каждый из них отчужден от самого себя);

- любовь к себе (если ты любишь себя, то ты любишь всех остальных так же, как и себя);
- любовь к Богу (Фромм доказывает необходимость любви к Богу и с точки зрения парадоксальной логики. «Не может вообще человек познать, что такое Бог. Одно он знает хорошо: что не есть Бог: «Так, не довольствуясь ничем, разум стремится к обладанию высшим из всех благ») [1].

Псевдолюбовь

Первой формой разложения любви Фромм считает привязанность одного или обоих партнеров к фигуре одного из родителей. При этом различается привязанность к фигуре матери или к фигуре отца.

Вторая форма псевдолюбви, которая нередко встречается, – «великая любовь», или любовь-поклонение. Человек, подверженный этой форме, «отчужден от своих собственных сил и проецирует их на любимого человека, которого почитает как высшее благо, воплощение любви, света, блаженства» [1].

Третья форма – сентиментальная любовь. Ее сущность в том, что любовь переживается только в фантазии, а не здесь и сейчас в существующих отношениях с другим реальным человеком [1].

Четвертая форма псевдолюбви – использование проективных механизмов: собственные недостатки проецируются на любимого человека, часто такая проекция является взаимопроекцией [1].

Все эти формы любви характеризуют многообразие взаимоотношений между людьми и дают возможность определить свое отношение к ним.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фромм, Э. Искусство любить: исследование природы любви / Э. Фромм. – М. : Педагогика, 1995. – С. 103.
2. Пятифан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=99265>. – Дата доступа: 10.05.2017.

О. А. Фефилова,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

НРАВСТВЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Проблема осмысления нравственности всегда интересовала человечество, и это отражено во многих философских учениях. Философские представления о нравственности начали свое формирование еще во времена Сократа, когда на первый план философской мысли ставится не природа, а человек.

Для каждого общества характерна своя система нравственных норм и ценностей. Нравственные ценности являются важной составляющей духовной жизни социума. Они являются основой для построения общественного мнения, которое выражает сложившиеся в данном обществе представления о добре и зле, должном и недолжном, справедливом и несправедливом. Очевидно, что нравственность играет важную роль в формировании общества и личности в целом, именно поэтому вопрос утраты нравственных ориентиров является актуальной проблемой социальной философии.

Резкое падение нравов произошло еще в XX в., и эта тенденция происходит в двойном размере в XXI в. Падение нравственности произошло, во-первых, под влиянием мировых

войн, именно они кардинально изменили представления человечества о нравственных и безнравственных поступках. Война обесценила жизнь человека, а условия, в которых она проходила, способствовали утрате моральных ценностей и принципов. Во-вторых, уничтожение нравственных ценностей обусловлено бурным развитием науки и техники, в результате чего человек стал превалировать над природой.

В наши дни общество переживает сложные изменения, которые связаны с утратой ценностных ориентиров, ложным понятием морали, а также массовым изменением социальных стереотипов. Общество трансформируется, и на первый план выходят не принципы морали и нравственности, чести и достоинства, а принципы рыночной борьбы и конкуренции.

На современном этапе в обществе сложилось ложное понимание брака и семьи в целом. Государство не может и не хочет бороться с этой проблемой. Незарегистрированные браки не несут никаких юридических последствий, и отец не обязан платить алименты родившемуся в таком браке ребенку по закону, но с точки зрения морали это считается аморальным поступком. Все больше детей рождаются вне брака, что влечет за собой ряд проблем: нет ответственности членов семьи друг перед другом, легкомысленное отношение к семейным ценностям и традициям.

Помимо этого, в современном обществе нормой считается обман, насилие, террор, вандализм и нажива. Коррупция проникает во все сферы человеческой жизни. В современном мире купить и продать можно все, включая жизнь человека. Этические нормы давно отошли на второй план, подтверждением этому служит легализация во многих странах мира эвтаназии, суррогатного материнства, клонирования человека. Все эти проблемы обусловлены развитием науки и техники, которое общество уже не в силах остановить. В развитии технологий, конечно, есть определенные плюсы, но, развивая такие направления технологий, как клонирование человека, нельзя забывать об индивидуальности и достоинстве человека как основе нравственности.

Современная правовая система не закрепляет в себе основных принципов морали. Это является основной проблемой, так как современное общество живет согласно нормам, которые диктует законодатель, и если даже система права не будет строиться на принципах и нормах нравственности, общество может навсегда забыть о том, что такое мораль и зачем она нужна. В белорусском законодательстве есть ряд несогласованностей права с нравственными принципами.

В ст. 24 Конституции Республики Беларусь прописано, что смертная казнь до ее отмены может применяться в соответствии с законом как исключительная мера наказания [1]. С точки зрения нравственных норм смертная казнь аномальна по своей природе, но в нашей стране смертная казнь санкционирована государством и является нормой.

Ст. 230 Гражданского кодекса Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. предусматривает, что нашедший вещь вправе потребовать вознаграждение в размере до 20 % [2]. С точки зрения морали корысть и нажива не считаются нормой, но с точки зрения права это считается законным.

Согласно белорусскому законодательству любая женщина может написать отказ от своего ребенка в роддоме. С позиции нравственности этот поступок считается аморальным, но с позиции права – это допустимо. И таких примеров можно привести очень много.

Основным направлением решения нравственных проблем должно стать:

- во-первых, закрепление моральных норм в правовой системе. Это поможет сделать нравственные нормы легализованными, за их неисполнение будет определен ряд санкций. Только так возможно закрепить в сознании современного общества моральные устои;
- во-вторых, необходима слаженная работа всего общества для устранения негативных тенденций. Сегодня, когда требуется объединение и концентрация усилий для решения острых социальных и нравственных проблем, важна активная позиция каждого человека, находящегося в социуме;

- в-третьих, человек не может родиться глубоко нравственным, так как нравственность является продуктом воспитания, именно поэтому весьма важно в воспитании будущего поколения делать акцент на нравственных ориентирах и ценностях [3, с. 67]. Недостаток нравственного воспитания общества в конечном счете может привести к окончательному нравственному разложению общества. Современное образование должно закладывать в создание будущего поколения основные принципы и нормы нравственности.

Нельзя не согласиться с мнением О. Ю. Бурновой: «В основе нравственного формирования человека как личности лежит именно приобретение и накопление нравственных знаний, которые способствуют освоению норм морали, системы нравственных ценностей, оценок действий, поступков и поведения людей по нравственному критерию добра и зла и развивают нравственные чувства людей, формируют устойчивые мотивы и их нравственное поведение» [4, с. 87]. Именно поэтому важно накапливать нравственный опыт, который в дальнейшем поможет обществу в формировании моральных принципов и ориентиров.

В заключение важно отметить, что нравственные проблемы для современного человечества не являются приоритетом, так как устои, которые диктует нам современная реальность, ставят на первый план экономические проблемы. Если общество в ближайшее время не начнет восстановление моральных ориентиров, оно может не рассчитывать на будущее.

Для того чтобы изменить сложившееся положение, необходимы изменения как законодательной системы, так и системы образования. Только это будет способствовать изменению сознания общества и закреплению нравственных принципов в его основе. Важно отметить, что все эти действия только в совокупности могут дать результат.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-3 : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 10 нояб. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 29.10.2015 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

3. Новгородцев, П. И. Право и нравственность / П. И. Новгородцев. – М., 1995. – 113 с.

4. Бубнова, О. Ю. Проблема трансформации нравственных ценностей в современном российском обществе : дис. ... канд. философ. наук: 09.00.11 / О. Ю. Бурнова – М., 2005. – 183 с.

Секция 6

Инновационная экономика и менеджмент

Я. С. Вергашонок,
студент 3-го курса,
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Современному менеджменту присуще признание увеличения роли человеческого фактора, и поэтому самый главный потенциал современной организации состоит в ее кадрах. Осуществление поставленных целей и стратегических задач, планов на ближайшее время развития любого предприятия/организации предполагает выполнение его сотрудниками конкретных действий и операций, которые в совокупности образуют производственное поведение.

Мотивация персонала в современном менеджменте является самым актуальным вопросом. Все руководители организации, которые хотят работать с высокой производительностью труда благодаря эффективной работе своих подчиненных, обязаны в первую очередь заботиться о стимулировании работы сотрудников [5, с. 43]. Отсюда следует, что главная задача современного менеджмента – создание тех условий труда, благодаря которым потенциал всех сотрудников используется самым лучшим образом.

Человеческие ресурсы и их целесообразность использования в организации/предприятии зависит не только от компетенций и потенциала сотрудников, но и от их желания работать, иными словами, от уровня трудовой мотивации персонала. Отсюда следует, что мотивация трудовой деятельности есть не что иное, как центральная ось и стратегическая функция в управлении персоналом. Большинство руководителей понимают важность мотивации персонала, но из-за отсутствия конкретной системы мотивации, которую можно применить к данному предприятию и работнику, их работа по данному вопросу неэффективна.

На данный момент существуют основные теории мотивации и стимулирования. Все они разнообразны и множество раз описывались в литературе, связанной с управлением. Все известные теории мотивации нацелены на поиск и отражение универсального подхода, который применим к каждому человеку в каждой организации.

Учитывая практику разработки системы мотивации в малых организациях/предприятиях, необходимо в первую очередь выявлять те признаки, которые непосредственно дают возможность делать выводы о том, что уровень мотивации на низком уровне, и, как следствие, эффективность труда на низком уровне. Исходя из этого, руководству необходимо принять присутствие проблем в области трудовой мотивации персонала. В результате всех исследований состояния мотивации в организации, все выявленные признаки стоит поделить на явные и косвенные.

Явные признаки отрицательного состояния системы мотивации персонала в организации/предприятии малого бизнеса – это:

- уход небольшого количества сотрудников за последние полгода, которых все устраивало, по мнению руководства организации;
- подбор персонала на возникшие вакансии работает неэффективно;
- при наличии возможности продвижения по карьерной лестнице нет желающих среди персонала;
- частая смена руководителя и изменения в самой структуре управления организации.

Косвенные признаки отрицательного состояния системы мотивации персонала в организации/предприятии малого бизнеса – это:

- отсутствие желания продвигать идею организации, безразличие к работе, своеобразная «апатия»;
- атмосфера и настроение в помещениях организации «отрицательные» и «угнетающие»;
- трудовая деятельность пассивная;
- корпоративные мероприятия проходят на низком организационном уровне из-за неучастия в них сотрудников [2, с. 89].

Когда станут известны те признаки, которые дают возможность утверждать, что уровень мотивации на низком уровне, нужно разработать систему диагностики имеющейся системы мотивации. Данная система диагностики включает в себя 3 этапа, которые реализуются в течение 30 – 60 дней:

1. Первый этап – предварительный. В ходе данного этапа проводится анализ и сбор данных уже имеющейся структуры мотивации и ее компонентов, в том числе и анализ организационной структуры малой организации/предприятия и статистических данных по сотрудникам. При завершении данного этапа создается программа исследования, которая включает план мероприятий и формирование анкет.

2. Второй этап – исследовательский. В рамках данного этапа проводятся интервьюирование и анкетирование всего персонала для того, чтобы выявить различные стимулы и рычаги, эффективно воздействующие на каждого сотрудника данной организации индивидуально, в соответствии с его потребностями. При завершении данного этапа на обработку передается вся собранная информация.

3. Третий этап – аналитический. В рамках данного этапа проводится промежуточный и обобщающий анализ информации, которая была получена. Проходит процесс формирования аналитического отчета, разработка рекомендаций по оптимизации, усовершенствованию, либо созданию более эффективной системы мотивации персонала [4, с. 55].

С целью выполнения поставленных задач, которые возникают на втором этапе диагностики системы стимулирования – исследовательском, применяется чаще всего конкретная система/модель:

Возникшая потребность → Мотив или демотив → Производственное поведение → Рабочая ситуация → Контроль рабочей ситуации → Внешние стимулы и рычаги.

Предложенная система/модель эффективно функционирует именно в небольших организациях/предприятиях. В данных организациях руководитель окружен небольшим количеством сотрудников и в работе использует индивидуальные методы взаимодействия с каждым сотрудником. Данная система/модель дает возможность акцентировать внимание на цели разработки модели системы мотивации в организации/предприятии. Этой целью является формирование руководителем конкретного механизма продуктивного и положительного решения возникшей рабочей ситуации [3, с. 186].

Каждому руководителю нужно и наиболее важно получать от каждого сотрудника конкретный результат его работы. Данный результат имеет название «рабочая ситуация». Данная ситуация следует из рабочего поведения сотрудника. Рабочая ситуация имеет конкретные критерии. Исходя из них, можно говорить об эффективности работы сотрудника. Для работы с каждым своим сотрудником любому руководителю в первую очередь нужно составить конкретный перечень для дальнейшего контроля.

С целью дальнейшего влияния на рабочий процесс сотрудников руководитель должен применять различные внешние стимулы. Любому руководству необходимо знать, какие стимулы приводят к конкретной потребности человека. Рабочая ситуация как итоговый результат возникает из потребности при взаимодействии мотива и производственного поведения [1, с. 59]. Иными словами, все потребности человека, побуждающие его к активности, возникают из-за его внутреннего состояния, целей и ориентиров, характера и пр. Как итог, у человека появляется мотив либо демотив. Мотивом в этой системе/модели служит

стремление к деятельности, работе, которое связано с желанием удовлетворить свои потребности человеком.

Цель работы и деятельности сотрудника под влиянием мотива приводит к производственному поведению, а также к конкретному рабочему результату (ситуации) либо к пути развития рабочей ситуации (отрицательная, положительная или нейтральная деятельность/результат).

При развитии организации в положительном или нейтральном результате рабочей ситуации руководством может ничего не предприниматься до тех пор, пока рабочая ситуация не начнет ухудшаться. До этого случая можно проводить периодический контроль.

При ухудшении рабочей ситуации нужно изменить внешние стимулы. Руководством могут применяться разные методы мотивации конкретного сотрудника индивидуально. И как итог, все этапы данной системы/схемы будут повторяться.

На основе данной модели в рамках второго этапа исследования руководством проводится анкетирование персонала, с помощью которого и определяются наиболее необходимые внешние рычаги и стимулы, которые будут эффективны для конкретного сотрудника в данной организации, учитывая его личные потребности. Данная модель позволяет руководству выработать эффективную индивидуальную систему мотивации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Горгорова, В. В. Мотивация персонала, стратегия мотивации, материальное стимулирование, нематериальное стимулирование, эффективность мотивации персонала / В. В. Горгорова, Л. А. Кобина // Инженерный вестник Дона. – 2013. – Т. 27, № 4. – С. 236.

2. Жданкин, Н. Восемь правил эффективной мотивации, или как правильно мотивировать персонал / Н. Жданкин // Управление персоналом. – 2008. – № 3. – С. 32–39.

3. Кузнецов, С. А. Недостатки системы мотивации в России как следствие несовершенной системы управления персоналом / С. А. Кузнецов // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 6. – С. 207.

4. Меркушова, Н. И. Совершенствование системы мотивации в контексте процесса управления персоналом в новых экономических условиях / Н. И. Меркушова, Е. Б. Гаффорова // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2007. – № 1. – С. 49–57.

5. Новиков, В. С. Российская специфика мотивации персонала в условиях кризиса / В. С. Новиков, Е. А. Карчанова // «Социально-экономический ежегодник-2013»: сб. науч. ст. – Краснодар, 2013. – С. 67–70.

А. В. Войтеховский,

студент 4-го курса

Гомельский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

УСЛУГИ ФАКТОРИНГА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Платежеспособность является одним из показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия. Одним из приоритетов в системе повышения платежеспособности, является повышение оборачиваемости дебиторской задолженности и сокращение ее размеров. Способ, с помощью которого можно достичь снижение дебиторской задолженности, – услуги факторинга.

Факторинг – услуга для участников экономической деятельности по предоставлению

отсрочки выплаты. Факторинг в Республике Беларусь объединяет три стороны, а именно: банк, продавца товара (услуги) и покупателя. Иногда может быть задействована и четвертая сторона в качестве посредника, которая предоставляет участникам сделки цифровую и информационную платформу [1].

Суть деятельности банков в рамках договора факторинга заключается в кредитовании продавца, когда первые выкупают дебиторскую краткосрочную задолженность, которая в большинстве случаев не превышает ста восьмидесяти дней. Продавец и банк действуют на основании заключенного договора, согласно которому поставщику товаров и услуг предоставляются счета-фактуры и прочие платежные выписки.

Банк дисконтирует вышеперечисленные документы, выплачивая покупателю процент стоимости, после чего производит доплату недостающей суммы продавцу, при этом удерживая с него процент за кредит, а также комиссию за предоставленные услуги.

Преимущества применения факторинга для предприятия [3]:

- снижает риск нехватки ликвидности (риски возникновения кассовых разрывов, недостатка средств для покрытия важных текущих затрат);
- минимизирует свои валютные риски (риски неблагоприятного изменения курсов обмена иностранных валют) за счет того, что финансирование предоставляется в день отгрузки товара;
- помогает избежать рисков, связанных с неисполнением получателем своих обязательств по оплате за отгруженный товар;
- предоставляет контрагентам отсрочку платежа с целью повышения конкурентоспособности своих товаров;
- получает дополнительную прибыль за счет увеличения объема продаж, получив от банка необходимые оборотные средства;
- получает финансирование без оформления залога при наличии постоянных и достаточных оборотов по счетам предприятия в банке.

Недостатки применения факторинга [3]:

- необходимость предоставления информации о дебиторах;
- ограниченность финансового потока объемами продаж;
- в факторинге используются только поставки, расчет по которым идет в безналичной форме.

Проведем анализ эффективности использования факторинга на предприятии СП ОАО «Спартак» для уменьшения дебиторской задолженности. В табл. 1 приведен список должников предприятия за приобретенные товары.

Таблица 1 – Задолженность дистрибьюторов за кондитерские изделия СП ОАО «Спартак» на 2015 год

Наименование организации	Остаток по оплате, млн руб.
ЧТУП «Гомельская УБ»	12 284
Гомель, ОАО «Сахарторг»	4365
Гомель, ОАО «ТабакВинТорг»	1518
Гомель, СООО «Конфетофф»	26 804
Брест, ОАО «Продтовары»	2140
Брест, ОАО база «Бакалея»	2036
Брест, ЧУП МРТБ	3424
ЧУП «Пинская МРТБ»	3179
Витебск, ОАО «Ника»	8216
Витебск, УБ	8862
Гродно, УП бакалея	1717
Итого по дистрибьютерам	74 543

Примечание – Источник: собственная разработка на основании отчета.

Предположим, согласно табл. 1, организация передаст долг на факторинговое обслуживание банку сумму дебиторской задолженности 74 543 млн руб.

Для проведения операции по факторингу воспользуемся услугами ОАО «Банк БелВЭБ». Банк осуществляет финансирование производственных и торговых компаний под уступку денежного требования (факторинг) на условиях, приведенных в табл. 2. Для рассмотрения банком сделки на предоставление факторинга необходимо предоставить пакет документов по аналогии с документами для получения кредита [2].

Также следует уточнить, что срок финансирования под уступку денежного требования (факторинга) определяется с учетом требований законодательства Республики Беларусь.

Плата за факторинг устанавливается в договоре факторинга в виде дисконта. В основе расчета дисконта лежит процентная ставка, которая определяется с учетом стоимости привлеченных банком ресурсов, стоимости услуг банка за ведение учета оплаты денежных требований, маржи, надежности покупателей (плательщиков), конкурентной среды на рынке факторинговых услуг [2].

Таким образом, исходя из условий финансирования под уступку денежного требования (факторинга), которые предлагает банк, в табл. 2 проведем расчет эффективности использования данного метода.

Таблица 2 – Условия факторинга банками Республики Беларусь

Показатель	Условия	Расчетное значение	Сумма
Тип факторинга	Открытый и скрытый факторинг	Открытый	–
Валюта финансирования	Белорусские рубли, Иностранная валюта	BYN	–
Отсрочка платежа, дней	30 – 120	30	–
Размер финансирования, %	70 – 90	80	50 634,4
Процентная ставка и дисконт	1 – 2	1,3	678,3
Размер факторинга, млн руб.	–	74 543	52 858,4

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2].

Расчет финансирования под уступку денежного требования (факторинга) по условиям банка, приведенным в табл. 2, показал уменьшение первоначальной суммы, переданной на факторинговое обслуживание. Использование данной операции положительно отразится на оборачиваемости дебиторской задолженности даже с учетом процентной ставки и дисконта.

В табл. 3 рассмотрим, какую выгоду получит предприятие СП ОАО «Спартак» в результате применения операции факторинга, как изменится оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности и как отразится на платежеспособности использование данного метода.

Анализируя табл. 3 и рис. 1, наблюдаем очевидные положительные изменения. Дебиторская задолженность уменьшилась на сумму 52 858,4 млн руб., данную сумму используем на погашение кредиторской задолженности. Коэффициенты оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности имеют значительное увеличение – на 28 % и 42 % соответственно. Высокая оборачиваемость дебиторской задолженности отражает улучшение платежной дисциплины покупателей, своевременное погашение покупателями задолженности перед предприятием и (или) сокращение продаж с отсрочкой платежа.

Таблица 3 – Расчет экономического эффекта от внедрения факторинга, млн руб.

Показатели	До внедрения	После внедрения	Изменение (+/-)	Темпы роста (снижения), %
1. Выручка от реализации продукции, работ, услуг	1 157 178	1 157 178	–	100
2. Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ и услуг	995 458	995 458	–	100
3. Долгосрочные активы	540 529	540 529	–	100,00
4. Краткосрочные активы	450 947	398 088,6	–52 858,4	88,28
5. Долгосрочные обязательства	100 869	100 869,0	–	100,00
6. Краткосрочные обязательства	223 404	170 545,6	–52 858,4	76,34
7. Кредиторская задолженность	177 894	125 035,6	–52 858,4	70,29
8. Собственный капитал	667 203	667 203,0	–	100,00
9. Заемный капитал	324 273	271 414,6	–52 858,4	83,70
10. Дебиторская задолженность	230 179	186 320,6	–52 858,4	77,90
11. Итог бухгалтерского баланса	991 476	938 617,6	–52 858,4	94,67
12. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	4,84	6,21	1,37	128,37
13. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	5,60	7,96	2,37	142,27
14. Коэффициент собственности	0,67	0,71	0,038	105,63
15. Коэффициент заемного капитала	0,33	0,29	–0,04	88,41
16. Коэффициент финансовой зависимости	0,49	0,41	–0,08	83,70
17. Коэффициент текущей ликвидности	2,02	2,33	0,32	115,64
18. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,50	0,57	0,07	113,28
19. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,33	0,29	–0,04	88,41

Примечание – Источник: собственная разработка на основании бухгалтерской отчетности организации за 2015 год.

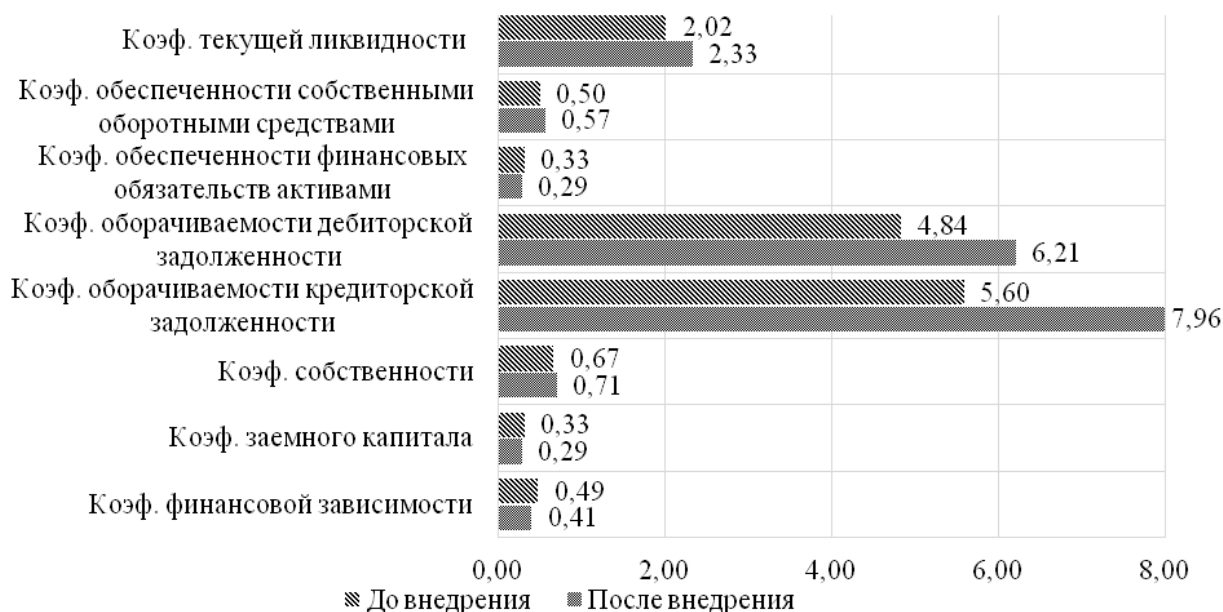


Рисунок 1 – Эффект от внедрения факторинга на СП ОАО «Спартак», %

Примечание – Источник: собственная разработка на основе табл. 3.

Высокая оборачиваемость кредиторской задолженности может свидетельствовать об улучшении платежной дисциплины предприятия в отношениях с поставщиками, бюджетом, внебюджетными фондами и др.

Также видны снижения коэффициента заемного капитала на 0,04, коэффициента финансовой зависимости на 0,08, это говорит о снижении зависимости организации от кредиторов.

Коэффициенты текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами и обеспеченности финансовых обязательств активами также имеют положительные изменения, что характеризует улучшение платежеспособности на предприятии.

Таким образом, при увеличении доли услуг факторинга для партнеров по экономическим отношениям предприятию становится выгодно предоставлять отсрочку выплаты за товар. Данный метод является альтернативной формой кредитования в рамках пополнения дефицита оборотного капитала и эффективным способом уменьшения дебиторской задолженности для предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 284 с.
2. Сайт ОАО «Банк БелВЭБ» [Электронный ресурс] : тарифы на выполнение операций и оказание услуг ОАО «Банк БелВЭБ». – Режим доступа: <http://www.belveb.by>. – Дата доступа: 16.03.2017.
3. Колчина, Н. В. Финансы организаций (предприятий) : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. В. Колчина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 383 с.

Н. А. Выбиранец,

студент 3 курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

В настоящее время политические деятели и экономисты часто применяют такой термин, как «инновации». Данный термин тесно сопряжен с такими понятиями, как «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное развитие» и т. д.

Показателем экономической эффективности любой институциональной системы считается результат инновационного развития. Имеется большое число трактовок этого термина, но изучив научную литературу, стоит сделать вывод, что инновационное развитие – это итоги реализации ряда новшеств абсолютно во всех сферах экономики, а кроме того, и в системе управления всей институциональной структурой, вызвавшей повышение социально-экономической эффективности всего национального хозяйства. Но стоит отметить, что отдельный интерес в настоящее время приобретает исследование опыта регулирования инновационных отношений, эффективных с точки зрения результативности исследовательских процессов сообществ.

Международная школа INSEAD провела исследования и вывела мировой рейтинг инноваций: Соединенные Штаты Америки занимают 10-е место (разделяя его с Люксембургом), Япония – 25-е; лидирующие позиции у Швейцарии, Швеции, Сингапура и Великобритании. Этот показатель основывается на расчете Глобального индекса инноваций и представляет собой ежегодное исследование, включающее расчет целого комплекса показателей стран мира, а также позволяет получить представление об уровне инновационного развития национальных экономик. Не уделяя излишнего внимания определенным мероприятиям, которые используются в ходе управления инновационной средой развитых стран, можно сделать вывод, что их принципы и методы регулирования научно-исследовательской деятельности подобны друг другу [1].

США. В Соединенных штатах Америки традиционно применялся подход, в котором правительство отвечало за развитие фундаментальных наук, обеспечение национальной безопасности и военно-технического прогресса. Но с начала девяностых годов государство наряду с крупными промышленными предприятиями принимает активное участие в поддержке всех стадий научно-технического прогресса. Главной формой хозяйственных связей между государством и прочими субъектами является программно-целевая, основанная на федеральном контракте. Данный контракт выступает как инструмент управления программами, в которых объектами государственного финансирования являются не организации, исполняющие работу в рамках этого контракта, а конкретные научно-исследовательские проекты. Но в то же время инновационные процессы в Америке являются предметом постоянного контроля от государства, которое активно пользуется широким спектром инструментов воздействия на них, среди которых можно выделить финансовые рычаги (налоговые и кредитные льготы). Законодательная система страны включает в себя нормативы, которые призваны облегчить коммерческое использование результатов интеллектуальной деятельности разработавшим их институтам, что в то же время облегчает взаимодействие между отдельными участниками НИОКР. Одним из ключевых компонентов американского научно-исследовательского комплекса принято считать инновационные кластеры (Силиконовая долина – информационные технологии, Такома – аэрокосмическая техника, Миннеаполис – медицинское оборудование), главной целью которых является мотивация университетов, научно-исследовательских центров и компаний к созданию и коммерциализации инновационных технологий [2].

Великобритания. В Великобритании широкое распространение имеет применение в практике государственного финансирования исследований системы «двойной поддержки». Данная система подразумевает 2 вида финансирования:

1. Стратегическое финансирование. Оно производится через единовременные субсидии, которые могут быть потрачены исследовательскими коллективами в соответствии со своими приоритетами и программами развития.

2. Проектное финансирование (со стороны исследовательских советов). Оно осуществляется на конкурсной основе и призвано способствовать развитию конкуренции между различными разработками.

Германия. В Германии активно применяется кластерный подход, особенно в автомобильной промышленности. Кластерный подход в Германии используется в интересах стимулирования инвестиций в науку, создания новых методов поддержки государством сектора исследований и разработок и обеспечения интеграции инноваторов в общеевропейское и мировое исследовательское пространство. В стране разработана специальная программа развития полюсов конкурентоспособности [3].

Пространственный механизм инновационного развития также стремительно применяется в зарубежной практике, причем, как правило, он находит применение в кластерной политике, сфере регулирования территорий-драйверов экономического роста и вопросах развития инфраструктурных элементов. Подходы к организации территориальных форм инновационного развития в разных странах существенно различаются друг от друга, при этом различия выражаются как в специфике их функционала, так и в принципах их размещения в пространстве.

Например, Великобритания создает значительное количество инновационных центров, которые выполняют роль стратегических драйверов экономического развития на региональном уровне.

В Германии к основным задачам инновационных промышленных комплексов относят: налаживание эффективной коммуникации между их участниками, учебными заведениями, научно-исследовательскими структурами и органами власти. Стоит отметить, что особенность немецких кластеров и инновационных центров состоит в том, что они имеют независимость от центральных органов управления (земли имеют большую самостоятельность и осуществляют собственные программы развития) [3].

Изучив зарубежный опыт инновационной политики, можно выделить следующие основные отличительные черты инновационной политики развитых стран:

– ориентацию на формирование единого научного пространства. Главным приоритетом развития инновационной составляющей можно назвать создание комплексной разветвленной сети элементов инновационной деятельности, которая охватывает различные территориальные единицы и обеспечивает эффективное взаимодействие всего многообразия субъектов, так или иначе участвующих в инновационных процессах;

– эластичность. Эластичность заключается в непрерывном мониторинге инновационной деятельности, адаптации применяемых инструментов к меняющимся обстоятельствам, а также готовности к постоянному введению новейших методов развития научно-исследовательского сектора.

Таким образом, исследовав зарубежный опыт стимулирования и поддержки инновационной деятельности, можно наблюдать широкий диапазон используемых механизмов, среди которых важную роль играет пространственный механизм. Стоит отметить, что повсеместно используются способы изменения плотности инновационной среды, модификации характеристик насыщенности экономического пространства – создаются новые пространственные формы, инфраструктурные элементы, предпринимаются шаги по включению их в хозяйственную деятельность территории. Наравне с общими принципами воплощения таких инструментов на практике, каждая страна реализует индивидуальный подход к организации территориальных форм инновационного развития, базирующихся на

специфике протекающих в ней экономических процессов, культурно-исторических особенностей и целевых ориентиров дальнейших преобразований.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Международный опыт формирования региональных промышленных кластеров : аналитический доклад. – Екатеринбург : ЦРЭИ УрГУ им. А. М. Горького, 2010.
2. Опыт Европы, США и Индии в сфере государственной поддержки инноваций // Российский юридический журнал. «Экономика и право». – 2011. – № 1. – С. 171–183.
3. Киселев, В. Н., Рубвальтер, Д. А., Руденский, О. В. Инновационная политика и национальные инновационные системы Канады, Великобритании, Италии, Германии и Японии / В. Н. Киселев, Д. А. Рубвальтер, О. В. Руденский // ЦИСН. Информационно-аналитический бюллетень. – 2009. – № 6. – С. 73.

Н. А. Выбиранец,
студент 3 курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ В ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночных отношений одной из ключевых проблем является оценка риска финансово-хозяйственной деятельности предприятий, которая приобретает независимую абстрактную и практическую роль. Нестабильность экономической среды, внутри которой функционируют предприятия, порождает потребность систематического анализа финансового состояния. Но стоит отметить, что главным объектом изучения обязаны быть финансовые риски предприятия и возможные мероприятия по их снижению.

Риск – неясность, которая связана с перспективой негативных ситуаций и результатов в процессе осуществления проекта, когда вероятности, связанные с различными последствиями, имеют все шансы оцениваться на основе данных предшествующего периода [1].

Финансовый риск – уровень неопределенности, которая сопряжена с комбинацией заемных и собственных средств, применяемых с целью финансирования предприятия или объекта собственности. Закономерность финансового риска заключается в том, что чем больше доля заемных средств, применяемых с целью финансирования предприятия или объекта собственности, тем выше финансовый риск.

Финансовые риски предприятия характеризуются огромным разнообразием и в целях подготовки и осуществления результативных управленческих решений требуют классификации (табл. 1).

Таблица 1 – Классификация финансовых рисков

Вид риска	Краткое описание	Мероприятия по снижению риска
1. В зависимости от источника возникновения риска:		1. Оценить уровень и стоимость финансовых рисков: определить

<p>а) систематический, или рыночный риск;</p> <p>б) несистематический, или специфический риск</p>	<p>определяет вероятность финансовых потерь, связанных с негативными изменениями конъюнктуры различных видов финансового рынка;</p> <p>определяет вероятность финансовых потерь, сопряженных с неэффективной деятельностью определенного предприятия. Данный вид риска возникает в связи с неквалифицированным финансовым менеджментом, неэффективной структурой активов и капитала</p>	<p>эффективный способ оценки определенных финансовых рисков с учетом информации и квалификации риск-менеджеров предприятия, прогнозировать возможный объем связанных с другими финансовыми потерями в диапазоне отдельных операций.</p>
<p>2. В зависимости от вида финансового риска:</p> <p>а) инфляционный риск;</p> <p>б) налоговый риск;</p> <p>в) кредитный риск;</p> <p>г) депозитный риск;</p> <p>д) валютный риск;</p> <p>е) инвестиционный риск;</p> <p>ж) процентный риск;</p>	<p>заключается в возможности обесценивания реальной стоимости капитала (в виде финансовых активов фирмы), а также прогнозируемой прибыли и доходов фирмы при реализации финансовых сделок или операций с учетом роста инфляции;</p> <p>вероятность потерь, которые может понести организация в связи с конъюнктурными изменениями налогового законодательства или в результате допущенных фирмой ошибок;</p> <p>заключается в том, что партнеры – члены договора окажутся не в состоянии выполнить договорные обязательства как в целом, так и по отдельным позициям;</p> <p>возможность невозврата депозитных вкладов;</p> <p>недополучение прогнозируемых доходов в результате изменения обменного курса иностранной валюты, который используются во внешнеэкономических операциях предприятия;</p> <p>вероятность появления финансовых потерь в ходе реализации инвестиционной деятельности предприятия;</p> <p>внезапное изменение процентной ставки на финансовом рынке (как депозитной, так и кредитной);</p>	<p>2. Осуществлять риск-анализ различных направлений финансовой деятельности предприятия. При этом в процессе необходимо проводить экспресс- и углубленный риск-анализ конкретных финансовых операций, финансовых сделок отдельных дочерних предприятий.</p> <p>3. Осуществлять риск-планирование финансовой деятельности предприятия по основным ее направлениям: разрабатывать системы планов и оперативных бюджетов по направлениям защиты предприятия от возможных финансовых угроз, обеспечивающих нейтрализацию идентифицированных финансовых рисков.</p> <p>4. Управлять формированием портфеля принимаемых финансовых рисков, идентифицировать возможные финансовые риски предприятия, связанные с его предстоящей финансовой</p>

3) ценовой риск	вероятность финансовых потерь, которые связаны с неблагоприятными изменениями ценовых индексов на активы, обращающихся на финансовом рынке (акции, ценные бумаги, золото)	деятельностью; избегать отдельных финансовых рисков за счет отказа от излишне рискованных финансовых операций и сделок.
3. По характеризуемому объекту: а) риск отдельной финансовой операции; б) риск финансовой деятельности предприятия в целом	характеризует в комплексе весь диапазон видов финансовых рисков, которые свойственны конкретной финансовой операции (например, риск, присущий приобретению конкретной акции); риск различных видов финансовой деятельности (например, риск инвестиционной или кредитной деятельности предприятия); совокупность разных видов рисков, свойственных финансовой деятельности предприятия, определяется особенностью организационно-правовой формы его деятельности, структурой капитала, составом активов, соотношением постоянных и переменных издержек	5. Расширять объекты вложения капитала, благодаря чему происходит рассеивание риска и что позволяет легко и значительно уменьшить его объем. 6. Устанавливать и использовать внутренние финансовые нормативы в процессе разработки программы и реализации определенных финансовых операций или финансовой деятельности фирмы в целом, чтобы минимизировать финансовые риски.
4. По комплексности: а) простой финансовый риск; б) сложный финансовый риск	расчленяется на отдельные подвиды (инфляционный риск); совокупность рассматриваемых подвидов риска (инвестиционный риск – риск инвестиционного проекта)	7. Осуществлять эффективный контроль реализации принятых рискованных решений (создавать системы внутреннего контроля на предприятии, разделять контрольные обязанности отдельных служб и риск-менеджеров).
5. По характеру проявления во времени: а) постоянный финансовый риск; б) временный финансовый риск	присущ для всего периода осуществления финансовой операции и взаимосвязан с действием постоянных факторов; носит перманентный характер, который возникает только на отдельных этапах осуществления финансовой операции (например, риск неплатежеспособности эффективно функционирующего предприятия)	8. Управлять нейтрализацией возможных отрицательных последствий финансовых рисков: разрабатывать и осуществлять мероприятия по профилактике и минимизации уровня и стоимости отдельных финансовых рисков за счет внутренних механизмов,
6. По уровню вероятности реализации:		

<p>а) финансовый риск с низким уровнем вероятности реализации;</p> <p>б) финансовый риск со средним уровнем вероятности реализации;</p> <p>в) финансовый риск с высоким уровнем вероятности реализации;</p> <p>г) финансовый риск, уровень вероятности реализации которого определить невозможно</p>	<p>а) финансовые риски, коэффициент вариации по которым не превышает 10 %;</p> <p>финансовые риски, коэффициент вариации по которым находится в пределах 10 – 25 %;</p> <p>финансовые риски, коэффициент вариации по которым превышает 25 %;</p> <p>финансовые риски, реализуемые «в условиях неопределенности»</p>	<p>оценивать эффективность осуществления таких мероприятий.</p> <p>9. Уменьшать уровень собственного риска путем привлечения к решению общих проблем других предприятий в качестве партнеров (создание акционерных обществ, приобретение или обмен акциями друг друга, различные консорциумы, ассоциации, концерны)</p>
--	---	---

Примечание – Источник: собственная разработка на основании данных [1, 2].

Принимая во внимание экономическую нестабильность развития страны, раннюю стадию жизненного цикла многих предприятий, которые имеют в большей степени агрессивный менталитет их руководителей и финансовых менеджеров, возможно установить, что управляемые ими финансовые риски различаются огромным многообразием и довольно значительным уровнем в сравнении с портфелем этих рисков у других предприятий, функционирующих в странах с развитой рыночной экономикой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Веснин, В. Р. Стратегическое управление / В. Р. Веснин. – М. : Проспект, 2011. – 357 с.
2. Макарова, С. Н. Управление финансовыми рисками : монография / С. Н. Макарова, И. С. Ферова, И. А. Янкина. – СФУ, 2014 – 230 с.

В. В. Гайлевская,
студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМАНДЫ ПРОЕКТА

В современных рыночных условиях остро стоит вопрос о необходимости повышения результативности деятельности предприятия. Для этого предприятию необходимо создавать соответствующие планы и стратегии развития, а также реализовывать проекты в кратчайшие сроки с ограничением как бюджета, так и времени реализации. При этом немаловажно найти не только более эффективные подходы к управлению проектами, но и к управлению командой проекта. Поэтому основой любого предприятия или проекта являются кадры.

Итак, проект – это временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов [1].

Управление проектами – методология (говорят также – искусство) организации, планирования, руководства, координации трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов при помощи современных методов, техники и технологии управления для достижения определенных результатов по составу и объему работ, стоимости, времени и качеству [4].

Следует помнить, что при оценке успешности управления проектом используется концепция «треугольника управления проектом», т. е. тройственного ограничения «качество (содержание работ проекта) – сроки – затраты». Соответственно, проект считается успешным в том случае, если были выдержаны требования по времени, стоимости и качеству.

При управлении проектом создается временная организационная структура, называемая организационной структурой проекта. Необходимо также учитывать тип организационной структуры компании, в рамках которой реализуется проект: функциональная, проектная или матричная. Матричная организационная структура, в свою очередь, подразделяется на слабую, сбалансированную и жесткую матрицы. Каждая организационная структура предполагает свои особенные подходы к формированию команды проекта [4].

Выделим общее определение команды проекта. Команда проекта – это временная группа специалистов, создаваемая на период выполнения проекта [2]. Основная задача этой группы – обеспечение достижения целей проекта.

По мнению Е. Демидова, в современных организациях все более актуальными становятся следующие вопросы: как спланировать и учесть используемые в проекте ресурсы, прежде всего – труд персонала; кто из сотрудников эффективен, а кто является балластом [3].

Следовательно, проектной организации необходимы средства управления себестоимостью отдельных проектов и организации в целом, а также действенные средства стимулирования профессиональных сотрудников организации.

Важно, что понятие команды проекта рассматривается не в связи с конкретным проектом, а либо в процессе подготовки персонала к работе в команде, либо при расчете трудозатрат.

Задачи, которые решаются с помощью оценки персонала, являются значимыми для предприятия в целом, но неактуальны для команды проекта, потому что оценка персонала – это оценка одного работника в отрыве от группы либо оценка всего коллектива предприятия в целом. Вклад каждого участника команды имеет большое значение, но также важно оценить, как этот вклад воздействовал на эффективность работы команды проекта в целом.

Существует большое количество методов оценки персонала, которые позволяют оценить не только каждого сотрудника в отдельности, но и всю команду:

1. Метод 360 градусов, который позволяет с помощью опросника определить компетентность сотрудников, сильные и слабые стороны.
2. Метод бенчмаркинга, который применяется в первую очередь для создания конкурентного преимущества при решении проблем путем сопоставления.
3. Метод аттестации персонала, который проводится для определения соответствия занимаемой должности.
4. Методы анализа работы (наблюдение, собеседование, вопросники), которые также применяются для определения компетентности сотрудников.
5. Метод Дж. Филиппса – показывает размер отдачи на капитал, вложенный в персонал.
6. Методы выполнения оценочных процедур (описательный, метод анкет, рейтинговый и т. д.).
7. Метод Д. Ульриха, который показывает эффективность, скорость, навыки работников.

Итак, чтобы организовать эффективно работающую команду проекта, необходимо выполнить следующие условия:

- определить состав команды проекта, а также четко описать роли и обязанности ее членов;
- четко определить цели проекта;
- составить реалистичный план и сроки выполнения проекта;
- разработать разумные и приемлемые правила;
- определить руководящую роль менеджера проекта.

Понятно, что, если какое-то условие не выполняется, достижение эффективной работы команды усложняется.

По мнению В. Михеева, главным критерием эффективности работы команды проекта будет являться конечный результат реализованного в заданный срок проекта соответствующего качества и в условиях ограниченных ресурсов.

В соответствии с моделью Шварца, на групповую эффективность влияют такие факторы, как:

1) групповой процесс, который включает не только решение проблем, но и управление конфликтами;

2) групповая структура, которая включает понятные цели, определенные роли, групповые нормы;

3) организационная среда, которая обязательно включает систему мотивации, обучение, поддержание соответствующей культуры.

Эффективность групповой работы всегда обуславливается взаимодействием в группе, содержанием лидеров, а также установленных групповых правил.

Эффективность деятельности команды можно определить следующими группами показателей:

1. Экономические показатели (сопоставимость стоимости, качества работ, уровня сервиса с показателями конкурентов, а также состава дополнительных услуг, отсутствующих у конкурентов).

2. Показатели рыночной устойчивости команды (сопоставимость рыночной ниши, рейтинга, уровня профессионализма и т. д.).

3. Показатели психологической стабильности команды (уровень мотивации, командного духа, креативности, психоэмоционального благополучия).

Очевидно, что без данных наблюдаемых показателей команда просто не сможет успешно развиваться.

Поэтому при организации команды проекта следует в полной мере использовать существующие методы и показатели эффективности деятельности команды.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балашов, А. И. Управление проектами : учеб. и практикум для академического бакалавриата / А. И. Балашов [и др.] ; под общ. ред. Е. М. Роговой. – М. : Изд-во «Юрайт», 2015. – 383 с.

2. Баранов, В. В. Информационные технологии и управление предприятием / В. В. Баранов [и др.]. – М. : Компания АйТи, 2009. – 328 с. (Серия «БизнесПРО»).

3. Демидов, Е. Экономика проектной организации [Электронный ресурс] / Е. Демидов. – Режим доступа: <http://www.iteam.ru/articles.php>. Загл. с экрана. – Дата доступа: 25.04.2017.

4. Управление проектами: фундаментальный курс : учебник / А. В. Алешин [и др.] ; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной. – М. : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2013. – 620 с.

Я. И. Глушак
студент 4-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА МАТЕРИАЛАХ СП ОАО «СПАРТАК»)

Современное состояние экономики характеризуется резким снижением доходов хозяйствующих субъектов.

Тем не менее, ряд предприятий не только сохранили, но и укрепили свои позиции на рынке, увеличив при этом прибыль. В доказательство этому рассмотрим финансовые результаты СП ОАО «Спартак» (табл. 1).

Таблица 1 – Финансовые результаты работы СП ОАО «Спартак» 2014 – 2016 гг., млн руб.

Показатели	Годы			Изменение, +/-		Темп роста (снижения), %	
	2014	2015	2016				
1. Валовая прибыль	237 493	260 972	303 994	23 479	43 022	109,88	116,48
2. Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг	136 983	138 245	161 720	1262	23 475	100,92	116,98
3. Прибыль (убыток) от текущей деятельности	103 379	87 433	130 093	-15 946	42 660	84,57	148,79
4. Прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности	6514	-635	-16 572	-7149	-15 937	-9,74	2609,76
5. Прибыль (убыток) до налогообложения	100 893	86 798	113 521	-23 095	26 723	78,98	130,78
6. Чистая прибыль (убыток)	84 646	64 572	86 394	-20 074	21 822	76,28	133,79

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных бухгалтерской отчетности СП ОАО «Спартак» за 2014 – 2016 гг.

Из данных табл. 1 и рис. 1 видно, что в 2015 году наблюдается снижение суммы всех главных показателей деятельности анализируемого предприятия:

- темп роста валовой прибыли в 2015 году составил 9,88 %, в 2016 – 16,46 %;
- прибыль от реализации продукции в 2015 году увеличилась на 1262 млн руб., темп роста в 2016 году составил 16,98 %;
- прибыль от текущей деятельности снизилась в 2015 году на 15,43 %, но уже в 2016 году показатель увеличился на 48,79 %, или на 42 660 млн руб.;
- прибыль до налогообложения снижается в 2015 году, но в 2016 году уже имеет положительный темп роста и составляет 113 521 млн руб.

Аналогичная ситуация наблюдается с таким показателем, как чистая прибыль: в 2015 году произошло снижение на 23,72 %, в 2016 году чистая прибыль увеличилась на 33,79 % и составила 86 394 млн руб.

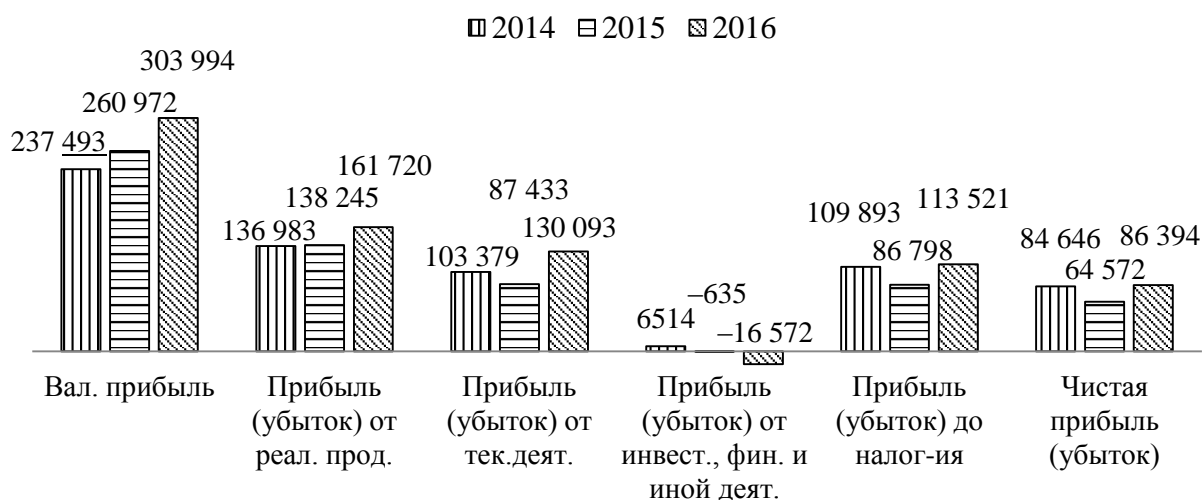


Рисунок 1 – Состав и структура прибыли СП ОАО «Спартак» в 2014 – 2016 гг., млн руб.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных табл. 1.

Основной целью деятельности любой компании является поиск оптимальных управленческих решений, направленных на максимизацию прибыли, относительным выражением которой являются показатели рентабельности.

Рентабельность в отличие от прибыли предприятия, показывающей эффект предпринимательской деятельности, характеризует эффективность этой деятельности.

Рентабельность – относительная величина, выражающая прибыльность (доходность) предприятия.

Если прибыль организации показывает абсолютный финансовый результат ее деятельности и увеличение прибыли в денежном выражении не всегда свидетельствует о росте эффективности работы, то анализ показателей рентабельности, показывающих эффективность работы в виде относительных показателей, способен достаточно четко определить эффективность работы исследуемого субъекта [1, с. 234].

В табл. 2 приведена динамика рентабельности производственной деятельности СП ОАО «Спартак», а на рис. 2 изображена динамика показателей рентабельности.

Таблица 2 – Динамика рентабельности производственной деятельности СП ОАО «Спартак» за 2014 – 2016 гг., млн руб.

Показатели	Год			Изменение +/-, темп роста, %	
	2014	2015	2016	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
1. Прибыль (убыток) от реализации	136 983	138 245	161 720	100,92	116,98
2. Выручка от реализации	837 174	1 003 482	1 157 178	119,86	115,31
3. Себестоимость реализованной продукции	590 681	865 237	995 458	144,28	115,05
4. Чистая прибыль (убыток)	84 646	64 572	86 394	76,28	133,79
5. Рентабельность продаж, %	0,101 11	0,064 35	0,074 66	-0,036 761	0,010 311

6.	Рентабельность продукции, %	0,330 22	0,204 38	0,235 94	-0,125 84	0,031 556
----	-----------------------------	----------	----------	----------	-----------	-----------

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных бухгалтерской отчетности СП ОАО «Спартак» за 2014 – 2016 гг.



Рисунок 2 – Динамика рентабельности продаж и продукции СП ОАО «Спартак» в 2014 – 2016 гг., млн руб.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных табл. 2.

Делаем вывод, исходя из данных таблицы.

Себестоимость реализованной продукции за рассматриваемый период повышается, темп роста в 2015 году по сравнению с прошлым годом – 44,28 %, в 2016 году – 15,05 %.

Как видно из таблицы, показатели рентабельности в период с 2014 года по 2015 год снижаются, но уже в 2016 году наблюдается обратная картина.

Рентабельность продукции снизилась из-за превышения роста себестоимости над показателем прибыли, а рентабельность продаж снизилась из-за снижения показателя чистой прибыли.

Несмотря на увеличение показателей прибыли и рентабельности, необходимо внедрять определенные мероприятия для еще более стабильной деятельности организации, а также для более высокого темпа роста экономических показателей.

1. Увеличение прибыли за счет снижения затрат на электроэнергию:

– замена светильников на энергоэффективные (40 шт., экономический эффект – 9,3 млн руб.);

– установка частотных регуляторов на привод производственной линии в бисквитном цеху (3 шт., экономический эффект – 38,0 млн руб.);

– модернизация системы горячего водоснабжения, т. е. разделение хозяйственной и технологической систем (1 ед., экономический эффект – 198,4 млн руб.);

– замена светильников на светодиодные (85 шт., экономический эффект – 23,0 млн руб.);

– замена светильников на светодиодные для уличного освещения (15 шт., экономический эффект – 8,1 млн руб.).

2. Внедрение компрессорной установки производительностью 14,7 м³/мин с частотным регулятором и осушителем (1 ед., экономический эффект – 142,2 млн руб.);

3. Внедрение установки очистки орехов на линию обжарки КШЦ (1 ед., экономический эффект – 239,3 млн руб.).

В совокупности экономический эффект достигается в сумме 659,2 млн руб. Все предложенные мероприятия являются экономически эффективными.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Маркарьян, Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко, С. Э. Маркарьян. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2010. – 536 с.

А. С. Гомбалеvская,

студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Успешная деятельность организации зависит от одного из важнейших ресурсов – ее персонала с его умениями, знаниями, квалификацией и идеями. В настоящее время, во время рыночной экономики, в условиях глубокой интеграции мирового рынка, глобализации, высокотехнологичного производства, увеличения конкуренции как на международных, так и национальных рынках, когда конкуренция между предприятиями перемещается в область управления человеческим капиталом и знаниями, общепринятые традиционные методы управления персоналом (например, метод «кнута и пряника») работают менее эффективно, чем несколько десятилетий назад, в связи с этим общемировой тенденцией усовершенствования процессов управления предприятием является переход к инновационным методам управления персоналом.

Управление персоналом – деятельность органов управляющей подсистемы, направленная на поиск, оценку, отбор, профессиональное развитие персонала, его мотивацию и стимулирование к выполнению задач, стоящих перед организацией [1]. Другими словами, это система, которая имеет объект и субъект управления, между коими существуют организационные и управленческие отношения, а также функции управления, реализуемые через систему определенных методов [2, с. 408].

Управление инновациями в кадровой работе – целенаправленная деятельность руководителей организации, специалистов подразделений по обеспечению эффективных темпов и масштабов обновления кадровой работы на основе инноваций в соответствии с перспективными и текущими целями развития организации [3, с. 37].

Рассмотрим этапы управления кадровыми инновациями [4, с. 41–43] в управлении персоналом (рис. 1):

1. Разработка инновации – на данном этапе определяются актуальность проблемы/идеи, участники инновации, формулируются цели и задачи, планируются системы мероприятий по реализации, определяются конечные результаты.

2. Определение восприимчивости персонала к инновации. На втором этапе выявляются возможные причины сопротивления персонала инновациям и целесообразные управленческие технологии, позволяющие создать атмосферу принятия нововведений.

3. Внедрение инновации – основной и наиболее сложный этап, во время которого происходят необходимые работы по осуществлению инноваций: вводятся системы мотивации, осуществляются проектирование, оперативное планирование, контроль за ходом работ, координируется деятельность и др. Внедрять инновации следует поэтапно, так как работники могут выдержать ограниченное число изменений в единицу времени.

4. На этапе использования и сопровождения нововведения подводятся итоги, разрешаются возможные конфликты, испытывается кадровое нововведение, подготавливаются кадры, создается социальная база поддержки нововведения, перераспределяются обязанности и полномочия при необходимости.



Рисунок 1 – Этапы управления кадровыми инновациями

Инновации могут быть внедрены, если сотрудники организации их принимают и поддерживают. В своей работе «Диффузия инноваций» Э. Роджерс исследовал принятие людьми различных инноваций и заметил, что подавляющая часть графиков принятия инноваций является стандартной колоколообразной кривой (нормальным распределением), которая разделена на 5 частей (рис. 2):

1. Новаторы – люди, которые готовы пойти на риск, открыты новому, их не пугает неизвестность.

2. Ранние последователи – люди, которые обладают информацией о нововведениях, пользуются авторитетом, к ним прислушиваются, принимая решения, связанные с инновациями.

3. Раннее большинство – люди, не желающие принимать нововведения первыми, долго обдумывают все плюсы и минусы, потом принимают решение, выполняют функцию легализации нововведения.

4. Позднее большинство – люди, которые скептически относятся к преимуществам инноваций, ждут пока большая часть общества примет инновацию.

5. Опоздавшие – люди, неохотно принимающие инновации, общаются с людьми такой же категории. Инновация может устареть, когда опоздавшие ее примут [5].

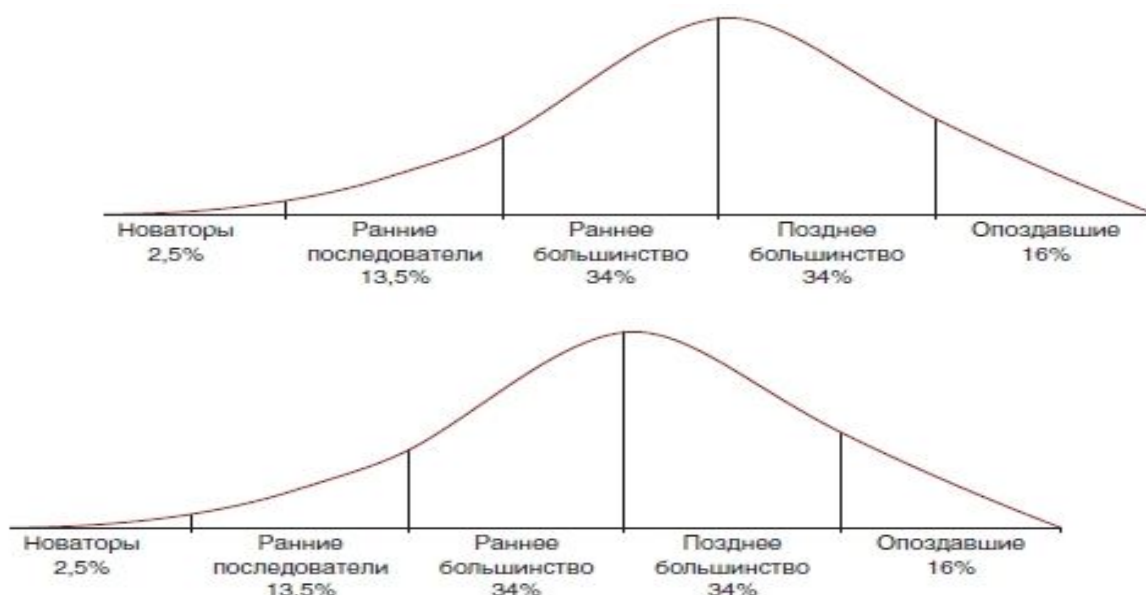


Рисунок 2 – Нормальное распределение во времени Э. Роджерса [6]

В наше время инновационные методы управления персоналом отдаляются от приоритетного использования материального стимулирования. Проведенные исследования подтвердили, что обещанное материальное вознаграждение помогает добиваться успеха тем сотрудникам, которые сфокусированы на конкретной цели. Однако материальное стимулирование приводит к снижению продуктивности труда, если требуется творческий подход к работе, поиск нестандартного решения. Управление персоналом при решении таких задач должно основываться на внутренней мотивации сотрудника.

Таким образом, инновационные методы управления персоналом строятся на 3 принципах: самостоятельность, профессионализм, целенаправленность.

Например, инновационным считается опыт австралийской фирмы Atlassian, ежегодно выделяющей несколько дней, в течение которых сотрудники в рабочее время обязаны заниматься всем, чем хотят, кроме работы. Элегантные трюки, оригинальные поделки и т. п. в конце каждого дня обсуждаются на общем собрании. По словам руководства, такие дни помогли создать немало новых программ, которые в ином случае могли бы не появиться [7, с. 41–42].

Классическим инновационным методом является система премирования Дж. Н. Скэнлона [4, с. 111–112]. Основой данного метода выступает привлечение всех работников к поиску путей повышения производительности труда, совершенствованию производства, росту его эффективности, сокращению, а также ликвидации различных потерь. Премии за рационализаторские предложения получают сотрудники, которые выдвигали свои предложения по улучшению деятельности фирмы.

Например, модифицированная система премирования Дж. Н. Скэнлона, инновационный краудсорсинг используется ОАО «Сбербанк России». В Сбербанке была создана «Биржа идей» – это единый механизм работы с инновационными и рационализаторскими предложениями, выполненный в форме раздела корпоративного портала. Сегодня любой сотрудник и даже клиент ОАО «Сбербанк России» может зайти в «Биржу идей» и разместить свою инновацию, далее группа отобранных экспертов ее рассматривает. Авторы тех идей, которые признаны успешными и будут использованы в работе банка, что составляет около 12 от всех идей, получают вознаграждение, соответствующее около 10 % от будущего экономического эффекта от его внедрения. В 2016 году ОАО «Сбербанк России» потратило 17 млн руб. на внедрение системы, 24 млн руб. выплачено сотрудникам, выгода от внедрения идей которых составляет 13 млрд руб., что в 317 раз больше затрат. Среди уже реализованных проектов – возможность для сотрудника Сбербанка получить кредит без предоставления справки о стаже и доходах, перевод денег с помощью устройства самообслуживания (сотрудник получил 200 000 руб. за идею), объединение Устава банка и 8 приложений (сотрудник получил 420 000 руб.) и многое другое. Это конкретные предложения, достичь которых удалось благодаря использованию инновационного потенциала сотрудников, которым могут воспользоваться любые организации, вне зависимости от размера и отраслевой принадлежности фирмы [8].

В сфере отбора персонала применяется следующая инновация – анкета на проверку профессиональных интересов работника. Суть данного метода заключается в том, что создаются базы данных с характерными предпочтениями успешных работников определенной профессии. Далее результаты последующего анкетирования кандидатов сравниваются с эталонами, находящимися в базе данных, на основании сравнения делается вывод о целесообразности отбора по конкретной специальности.

Следующими инновациями в области HR-менеджмента являются case-интервью и психолингвистический анализ речи. Благодаря этим методикам рекрутер может за короткий период времени получить точную и необходимую информацию о кандидате. Данные техники базируются на принципе уникальности каждого человека, который характеризуется набором определенных компетенций, а каждая должность предполагает желаемый набор компетенций у кандидата [4, с. 137].

Таким образом, персонал организации – важная составляющая каждой компании, представляющая ценный ресурс для инновационного развития. Внедрять инновации в систему управления персоналом необходимо, когда проведены исследования системы управления персоналом, существующей в организации, чтобы в дальнейшем сопротивление персонала было минимальным, а эффективность инноваций максимальной. Поиск инновационных методов в управлении персоналом является необходимым фактором успешного функционирования организации в условиях рыночной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Социологический словарь Socium [Электронный ресурс] // Академик. – Режим доступа: goo.gl/cpScGK. – Дата доступа: 19.04.2017.
2. Пережогина, К. А. Инновационные изменения в системе управления персоналом / К. А. Пережогина // Молодой ученый. – 2015. – № 4. – С. 403–408.
3. Управление персоналом: теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе : учеб.-практ. пособие / Т. В. Лукьянова [и др.] ; под ред. А. Я. Кибанова. – М. : Проспект, 2014. – 102 с.
4. Иванова, Л. Н. Инновационный менеджмент в управлении персоналом / Л. Н. Иванова, М. А. Бичеев. – Новосибирск : Сиб. ин-т. управления, 2015. – 183 с.
5. Белоконева, А. А. Инновации в управлении персоналом / А. А. Белоконева, А. В. Дудкина, О. А. Морозова // Студенческий научный форум 2014 : материалы VI междунар. студ. науч. конф., 15 февраля – 31 марта 2014 г.
6. Как сплотить интернациональную команду [Электронный ресурс] // PRO-personal.ru. – Режим доступа: <https://www.pro-personal.ru/article/530252-kak-splotit-internatsionalnuyu-komandu>. – Дата доступа: 21.04.2017.
7. Кабаченко, Д. В. Совершенствование процесса подготовки управленческих кадров предприятий в сфере инновационной деятельности / Д. В. Кабаченко // Education and Science. – 2011. – № 4. – С. 39–42.
8. Биржа идей ОАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.sberbank.ru/oldkomi/ru/idea/>. – Дата доступа: 19.04.2017.

Н. В. Ивашинко,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Менеджмент современных организаций отличается разнообразием подходов и используемого инструментария. Согласно терминологии, менеджмент организаций – это самостоятельный вид организационно-управленческой деятельности, которая охватывает такие сферы, как:

- управление ресурсами предприятия (финансовыми, материальными, информационными);
- управление производством;
- планирование и организация деятельности компании;
- управление персоналом;
- управление маркетинговой деятельностью;
- управление разработками и научными исследованиями;

- антикризисное управление;
- управление инвестициями;
- управление запасами;
- управление эффективностью работы предприятия в целом.

Обеспечить эффективность менеджмента можно с применением различных форм, приемов и способов деятельности. При этом опыт показывает, что более устойчиво развиваются инновационно-ориентированные организации. Ориентация на инновации становится типовым способом повышения их конкурентоспособности [1].

Одной из значимых проблем менеджмента инновационно-ориентированных организаций является проблема управления затратами: от того, как точно выбраны ориентиры инновационного развития, и от того, насколько комплексно оценены масштабы и направления затрат на инновационно-технологические мероприятия, зависит стратегический успех организации.

В связи с этим актуализируется задача разработки и развития инструментария менеджмента организаций на основе использования затратного подхода, основными принципами которого являются:

1. Системный подход в управлении затратами.
2. Методическое единство на разных уровнях управления затратами.
3. Управление затратами на всех стадиях жизненного цикла изделия – от создания до утилизации.
4. Органическое сочетание снижения затрат с высоким качеством продукции (работ, услуг).
5. Направленность на недопущение излишних затрат.
6. Широкое внедрение эффективных методов снижения затрат.
7. Совершенствование информационного обеспечения величины затрат.
8. Повышение заинтересованности производственных подразделений организации в снижении затрат.

Процесс управления инновационно-ориентированной организацией является комплексным, он предполагает выполнение в определенной последовательности научных, технологических, производственных, организационных и коммерческих работ, приводящих к увеличению прибыли организации за счет повышения производительности труда и оборудования, сокращения издержек производства и повышения качества выпускаемой продукции и других инновационных изменений в самой организации и процессах ее деятельности. Управление затратами является важным фактором повышения экономического результата деятельности организации, поскольку в общем виде последний определяется разностью дохода от продажи продукции (работ, услуг) и затрат на их производство и реализацию [2].

Управление затратами особую роль приобретает именно в инновационно-ориентированных организациях, величина издержек которых подвержена влиянию со стороны совокупности случайных и слабо предсказуемых факторов. При этом управление затратами не сводится только к их снижению.

Кроме затратного подхода, в практике управления используется также авторский подход. Представленный подход имеет свои особенности, определяемые спецификой объекта управления – современной инновационно-ориентированной организации.

Система управления затратами многогранна. В частности, особый интерес представляет исследование процесса генерирования затрат инновационно-ориентированных организаций в результате их взаимодействия с конечным множеством рыночных экономических элементов и социальных субъектов, объединенных потоками денег, товаров и информации. Так, объектами системы менеджмента технологических инноваций являются:

- внешние условия: национальные, институциональные, структурные факторы, устанавливающие правила, границы и возможности деятельности инновационно-ориентированных организаций;

– научная и инженерная основа деятельности инновационно-ориентированных организаций: знания, научные и технологические институты, которые подкрепляют бизнес-процессы, снабжая их технологическими и научными возможностями;

– факторы распространения (трансфера) результатов деятельности, которые влияют на эффективность информационных потоков и навыков, изучение которых является главным для успеха в менеджменте.

Все перечисленные объекты взаимосвязаны между собой и в совокупности с предметами системы менеджмента технологических инноваций (распространение инноваций, применение инноваций, процесс формирования и реализации корпоративных инновационных стратегий и др.) представляют общие динамические факторы в пределах или за пределами организации, определяющие способность организации к инновациям [3].

Таким образом, система менеджмента инновационно-ориентированной организации на основе затратного подхода ориентирована на согласование возможностей и ресурсов организации с потребностями перспективных (инновационных) рынков. В системе управления затратами организации происходит увязка трех основных факторов: издержек и прибыли, уровня удовлетворения запросов потребителей и экономической эффективности нового производства. При этом определяющую роль в организации менеджмента играет само понимание категории «инновация».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Менеджмент как профессиональная сфера деятельности [Электронный ресурс] // Информационно-управленческий портал. – Режим доступа: <http://portal-i.ru/managementorganizacii/manprofdeyat>. – Дата доступа: 26.06.2016.

2. Докукина, И. Концептуальные аспекты менеджмента организации // Журнал «Известия». – 2014. – № 4. – С. 106–112.

3. Сущность, виды и системы управления (менеджмента) [Электронный ресурс] // Гуманитарно-правовой портал. – Режим доступа: http://psyera.ru/sushchnost-vidy-i-sistema-upravleniya-menedzhmenta_7381.htm. – Дата доступа: 26.06.2016.

А. Г. Ковалёва,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

НЕСТАНДАРТНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

В настоящее время большинство компаний уделяют все больше внимания разработке инновационных методов стимулирования персонала. Деятельность компаний связана с высокой степенью риска, в то же время результат этой деятельности зависит от эффективности использования персонала организации. Отсюда появляется необходимость разработки и использования инновационных методов мотивации работников, способных повысить производительность и эффективность труда.

Некоторые наниматели считают, что основным стимулом является величина заработной платы, забывая о нематериальных методах стимулирования, которые играют не менее важную роль.

Правильная мотивация будет способствовать улучшению качества работы и сплоченности коллектива, возможно также сокращение сроков выполнения работы и улучшение психологического климата в организации в целом. Сотрудники будут чувствовать себя неотъемлемой частью организации, повысится их работоспособность, что,

как следствие, приведет к эффективной работе, увеличению прибыли и выходу компании на новый уровень [1].

Стандартные нематериальные методы мотивации работников, такие как льготы, нефинансовые вознаграждения, организационные мероприятия, причастность сотрудников, в настоящее время недостаточно эффективны и отходят на второй план. Появляется необходимость введения новых, инновационных методов стимулирования. Каждая компания имеет свою специфику деятельности и индивидуальную стратегию, поэтому методы стимулирования не являются одинаковыми для всех организаций. Но единым для всех компаний является необходимость изучения потребностей и мотивов сотрудников для того, чтобы подобрать верные стимулы, которые будут приносить положительные результаты.

В практике управления в настоящее время есть множество примеров нестандартной мотивации сотрудников, которые пользуются популярностью. Рассмотрим некоторые из них подробнее.

1. Незапланированная мотивационная акция. Менеджер по персоналу на собрании объявляет, что сотрудник, который, например, выполнит больше всех продаж в текущем месяце, будет награжден сертификатом на ужин в ресторане или же абонементом в фитнес-центр. В следующем месяце, когда процент продаж у всех сотрудников увеличится, менеджер наградит сотрудника за иной показатель. Сотрудники не будут знать, за что именно будет назначено поощрение, и будут стараться улучшить свою работу во всех сферах и сделать свою работу качественнее.

2. Неожиданные подарки, приятные сюрпризы, которые будут поднимать настроение сотрудникам и улучшат психологический климат в коллективе.

3. Ценных сотрудников, которые показывают высокие результаты, можно время от времени поощрять свободным графиком работы. Это станет хорошей мотивацией для всех остальных работников.

4. Популярным становится выплата премий сотрудникам, которые следят за своим здоровьем, регулярно посещают врачей и не болеют в течение года.

5. Некоторые компании в шуточной форме «наказывают» сотрудников с наименьшей эффективностью посредством присуждения премии «Черепашка месяца». Помимо звания, сотруднику дарят черепаху, которая живет в офисе и о которой работник обязан заботиться в течение месяца. Такая премия станет хорошим стимулом для того, чтобы приложить больше усилий в работе.

6. Создание неформального знака отличия «Евразийский барс». Идея этой номинации возникла в процессе подготовки корпоративного мероприятия, где наиболее инициативные и смелые сотрудники, прошедшие предложенные испытания, были отмечены специальными знаками отличия – беретами с изображением снежного барса – от имени Председателя Правления банка.

7. Лучшему сотруднику выделяют бюджет на улучшение рабочего места по его вкусу. Например, покупка мебели, техники, изменение дизайна его личного кабинета.

8. Персональная фотосессия отличившегося работника и использование его снимков в социальных сетях на страницах компании. Раньше снимок лучшего работника помещали на доску почета. Теперь, в век технологий, такой «доской почета» является сеть Интернет. Такой вид мотивации популярен в организациях с молодым коллективом. Публичное признание всегда было отличным способом мотивации, а использование снимков в сети на сайте и официальных страницах компании станут еще одним поводом для эффективной работы.

9. Многие компании предоставляют своим сотрудникам шанс выразить себя не только в профессиональной сфере, но и в искусстве. Некоторые компании объявляют призом для наиболее талантливого сотрудника запись на профессиональной студии или издание книги.

10. Существуют организации, которые вознаграждают сотрудников, заметивших огрехи в чужой работе. Например, компания МТС обеспечила наблюдение за собственной рекламной компанией, учредив специальные призы для работников, заметивших в рекламных

материалах какие-либо опечатки или ошибки. Таким образом, компания не только мотивирует сотрудников принимать участие в корпоративных задачах, но и обеспечивает постоянный мониторинг рекламы [2].

При правильном использовании нестандартных методов мотивации компания создает репутацию организации, где каждый сотрудник является важным элементом, где к людям относятся как к личностям. В такой компании хочется работать и достигать все новых целей. Поэтому для создания хорошей репутации, для эффективной работы и роста организации необходимо внедрять инновационные методы мотивации трудовой деятельности сотрудников.

Следует отметить, что нестандартная мотивация ограничивается только фантазией руководителей. Видов мотивации множество, и у каждой организации есть возможность выбрать наиболее подходящий для нее метод.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Имихович, А. О. Инновационные методы мотивации персонала в организации [Электронный ресурс] / А. О. Имихович, К. Ю. Сурменкова // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки : сб. ст. по материалам XXVI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11 (26). – Режим доступа: <https://sibac.info/studconf/econom/xxvi/39890>. – Дата доступа: 20.04.2017.

2. Журнал «Директор по персоналу» – практический журнал по управлению человеческими ресурсами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-director.ru/article/65951-qqq-16-m9-originalnye-metody-motivatsii-personala>. – Дата доступа: 26.04.2017.

Я. М. Кравцова,

студент 1-го курса,

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СОЛНЕЧНАЯ ЭНЕРГЕТИКА И ЕЕ РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Мы живем в XXI в. – веке новых технологий, компьютерного мира, и все это зависит от одного простого фактора, такого как электричество. Ведь в каждом доме сейчас есть свет, почти все ежедневно используют бытовую технику, телевизоры, компьютеры и другую технику. Это все зависит от электричества, и без него ничего не смогло бы работать. И именно в данный момент проблема с нехваткой электроресурсов становится глобальной.

Беларусь находится на одной планке вместе с Германией, Японией, Канадой по количеству световой энергии, поступающей на поверхность. Существует довольно много видов энергии – как традиционных, так и нетрадиционных. Мне бы хотелось рассмотреть такой вопрос, как возможность по максимуму использовать солнечную энергетику в нашей стране – Беларуси.

6 мая 2010 г. в Республике Беларусь принят Закон от 27 декабря 2010 г. № 204-З «О возобновляемых источниках энергии», который направлен на повышение энергетической безопасности и независимости, защиту окружающей среды от антропогенного воздействия, сохранение невозобновляемых источников энергии для будущих поколений, повышение эффективности использования возобновляемых источников, на создание правовой основы для реализации государственной политики в сфере производства и использования возобновляемых источников энергии, а также повышение уровня энергетической безопасности и на снижение антропогенного воздействия на окружающую среду и климат,

создание, совершенствование и применение эффективных технологий и установок по использованию возобновляемых источников энергии [4].

Солнце – самый надежный и экологичный источник энергии, потому что наше светило будет существовать еще много миллионов лет. Его энергию можно аккумулировать устройствами, называемыми солнечными батареями.

Солнечная энергетика – это направление альтернативной энергетики, основанное на непосредственном использовании солнечного излучения для получения энергии в каком-либо виде. Для развития солнечной энергетики необходимы определенные условия, главное из которых – это большое количество световой энергии, поступающей на поверхность [1].

Солнечные электрические станции используют для электроснабжения приборов, рассчитанных на напряжение 220 В и частоту переменного тока 50 Гц. Возможно и питание приборов, работающих на постоянном токе в диапазоне 1,5 – 12 В.

Автономный источник энергии способен обеспечить работу любых комплектов осветительных приборов и любого электрооборудования, в том числе насосов, радиостанций, систем противопожарной защиты, мобильных телефонов, ноутбуков, персональных компьютеров, навигаторов.

Все солнечные электростанции делятся на несколько типов [2]:

1. Солнечные электростанции башенного типа.
2. Солнечные электростанции, где солнечные батареи представляют собой фотоэлементы.
3. Тарельчатые солнечные электростанции.
4. Параболические солнечные электростанции.
5. Солнечные электростанции солнечно-вакуумного типа.
6. Солнечные электростанции смешанного типа.

Принцип работы солнечных модулей основан на явлении внутреннего фотоэффекта. Под действием света в полупроводниках образуются свободные носители заряда – «дырки» и электроны, под действием электрических полей начинающие упорядочено двигаться. Это и есть постоянный ток.

Схема работы станции 10 кВт такова: в ясную солнечную погоду электроснабжение здания осуществляется от солнечных батарей. Счетчик электроэнергии в это время стоит, так как потребление энергии из общей сети прекращается. Если же освещенности для выработки тока недостаточно, потребление из общей сети возобновляется.

Переключение автономной сети с одного источника питания на другой в автоматическом режиме осуществляет сетевой инвертор. Основное его назначение – преобразование постоянного тока в ток переменный с теми же характеристиками (частотой и действующим напряжением).

Для территории Беларуси свойственна относительно малая интенсивность солнечной радиации и существенное изменение ее в течение суток и года. В этой связи необходимо отчуждение значительных участков земли для сбора солнечного излучения, весьма большие материальные и трудовые затраты.

Солнечная энергия может использоваться при помощи трех основных технологий [6]:

1. Солнечные коллекторы используются для нагрева воды или воздуха.
2. Фотоэлектрические (ФЭ) (PV) технологии позволяют преобразовывать солнечное излучение в электричество.
3. Технология концентрированной солнечной энергии, в которой солнечное тепло используется для получения пара, с помощью которого турбины производят электроэнергию.

С каждым годом все больше строится солнечных электростанций, которые поражают своими масштабами и техническими решениями. Вот, например, в 2013 году в калифорнийской пустыне Мохаве официально начала работу огромная солнечная электростанция, которая на данный момент является самой крупной СЭС в мире. Ее площадь – 14,24 км² (5,5 квадратных миль). Называется этот объект Ivanpah Solar Electric Generating System. Республика Беларусь тоже делает немалый прогресс, в этом году планируется

открытие самой мощной солнечной станции в нашей стране площадью в 110 га и 218 430 солнечных панелей. Установленная мощность фотоэлектрической станции под Речицей составит 57,8 МВт.

На данный момент самая мощная фотоэлектрическая станция находится недалеко от Брагина. Ее номинальная мощность достигает 18,48 МВт.

Всего в Беларуси действует 31 солнечная станция общей мощностью 41 МВт. Согласно государственной программе «Энергосбережение», к 2020 году в Беларуси планируется строительство не менее 250 МВт солнечных электростанций.

Я бы хотела отметить преимущества и недостатки солнечной энергетики. К достоинствам отнесем следующее: 1) экологичность – не загрязняет окружающую среду; 2) доступность – фотоэлементы доступны в продаже не только для промышленного использования, но и для создания частных солнечных мини-электростанций; 3) неисчерпаемость и самовосстанавливаемость источника энергии; 4) постоянно снижающаяся себестоимость производства электроэнергии. А вот недостатков несколько больше, к ним можно отнести, например, влияние на производительность погодных условий и времени суток; для сохранения энергии необходимо ее аккумулировать; меньшая производительность из-за смены времен года; значительный нагрев воздуха над солнечной электростанцией; потребность периодически очищать поверхность фотоэлементов от загрязнения, а это проблематично из-за огромных площадей, занимаемых под установку фотоэлементов; также можно говорить об относительно высокой стоимости оборудования [3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Солнечная энергетика / В. И. Виссарионов [и др.]. – М. : Москва МЭИ, 2008. – 317 с.
2. Лабейш, В. Г. Нетрадиционные и возобновляемые источники энергии : учеб. пособие / В. Г. Лабейш. – СПб. : СЗТУ, 2003. – 70 с.
3. Прохоров, А. Виды солнечных электростанций, принцип работы, примеры [Электронный ресурс] / А. Прохоров // Информационный сайт об аккумуляторах. – Режим доступа: <http://akbinfo.ru/alternativa/solnechnye-jelektrostanicii.html>. – Дата доступа: 28.03.2017.
4. О возобновляемых источниках энергии [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 27 дек. 2010 г. № 204-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
5. Шелепок, К. И. Опыт использования альтернативных источников энергии за рубежом / К. И. Шелепок. – Томск, 2013. – 31 с.
6. Белорусский портал по возобновляемым источникам энергии [Электронный ресурс] // Европейская Комиссия по энергетической политике в Республике Беларусь. – Режим доступа: <http://re.energybel.by/>. – Дата доступа: 28.03.2017.

И. А. Кузьменко

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КОМАНДЫ ПРОЕКТА

Одно из главных понятий управления проектами – команда проекта. Это категория сотрудников, участвующих в реализации проекта и подчиняющихся руководителю проекта. Именно команда проекта обеспечивает реализацию замысла последнего. Эта группа формируется на период реализации проекта и после его завершения, как правило, распускается.

Концепция команды подразумевает, что ее члены являются сторонниками одной миссии и несут коллективную ответственность. Известно, что по форме команда проекта отражает имеющуюся организационную структуру управления проектом, распределение функций, обязательств и ответственности за решения, которые принимаются в ходе его реализации. В свою очередь, по содержанию команда проекта – группа специалистов высокой квалификации, которые обладают знаниями, умениями и навыками, необходимыми для эффективного достижения целей проекта.

Важным преимуществом работы в команде являются: создание условий для высокой конкурентоспособности, расширение возможностей сбора разносторонних данных об окружающей среде, возможность получения большего количества альтернатив при решении проблем, ускорение процесса принятия решений, развитие инновационной атмосферы, снижение уровня иерархии, увеличение качества работы, показатель удовлетворенности трудом.

Цели формирования проектной команды следующие:

- усовершенствование разделения труда;
- управление и контроль за работой;
- решение проблем и принятие решений;
- проверка и утверждение решений;
- накопление идей, информации, рекомендаций;
- координация между функциональными подразделениями;
- повышение ответственности и вовлеченности членов команды, создание среды, способствующей участию в деятельности организации;
- решение конфликтов на различных уровнях управления;
- анализ результатов выполнения проектов целью улучшения информационной базы для их оценки;
- основные организационные задания построения проектной команды;
- создание профессионально стимулирующего окружения;
- осуществление эффективного руководства;
- обеспечение квалифицированным персоналом;
- обеспечение поддержки руководства и стабильно благоприятной окружающей среды.

Важно также отметить, что существует комплексный подход к формированию команды, базирующийся на формировании общего видения в команде. В основе подхода лежат идеи Action Research, Reflective Practitioner и Total Quality Management. В соответствии с главными положениями этих теорий, формирование команды является циклическим процессом, состоящим из комбинаций действия и анализа действия (рефлексии), направленных на реализацию стратегических целей команды (определение) и разрешение проблем.

Наряду с преимуществами, командная работа имеет ряд ограничений, которые определяются особенностями командной деятельности и чертами самих команд. Таким образом, в рамках классического управления возникают сложности оценки командной деятельности и предоставления ей помощи. Внедрение командной работы предусматривает проведение организационных изменений в системах принятия решений, контроля, оценки, информации и стимулирования и т. д.

Также существует проблема внедрения командного метода работы, т. е. внедрение командного метода и использование потенциала команды зависят от различных организационных ограничений, таких, например, как действующая система управления и отсутствие или недостаточность навыков взаимодействия в команде.

Главным объединяющим фактором создания и деятельности команды проекта выступает его стратегическая цель. Поэтому команда проекта влияет на создание определенной организационной среды проекта, формируя принципы и нормы поведения

персонала. С другой стороны, она сама действует в этой среде, подчиняясь общей цели и управлению проектом. Таким образом, проблему формирования и деятельности команды проекта следует рассматривать в логической последовательности, а именно: цели проекта, система управления и команда проекта.

Обобщая вышеизложенное, можно выделить факторы, определяющие принципы формирования команды проекта:

1. Специфика проекта. Она определяет формальную структуру команды, ее состав, перечень знаний, умений, навыков, которыми должны обладать члены команды.

2. Организационно-культурная среда. Внешняя среда – это все факторы, которые не зависят от команды проекта, но оказывают влияние на ее работу. Внутренняя среда – это организационная культура команды, она включает способы распределения власти, способы организации взаимодействия между членами команды, способы решения конфликтов, организацию внешних связей и т. п.

3. Личный стиль взаимоотношений руководителя с членами команды. Данный стиль зависит от типа лидера. Говоря о цели проекта и команды, возникает вопрос времени и продолжительности существования проекта. В свою очередь, задача менеджера состоит в том, чтобы обеспечить конструктивный переход команды проекта из одной стадии его жизненного цикла в другую в рамках проектной деятельности и довести проект до успешного завершения. [5].

В процессе развития команды проекта выделяют пять стадий:

1. Формирование (возникновения) (forming) – члены команды объединяются с целью сотрудничества и узнают о своих формальных ролях и ответственности.

2. Интенсивное формирование (storming) – команда начинает изучать работы по проекту. Может оказаться, что члены команды имеют разные мнения относительно способов достижения целей проекта и подходов к их осуществлению, а это может приводить к спорам и даже конфликтам.

3. Урегулирование (normalizing) – члены команды приходят к взаимному согласию в результате переговоров и разрабатывают нормы поведения таким образом, чтобы содействовать командной работе.

4. Выполнение планов по реализации проекта (performing) – после того, как мотивация членов команды и эффективность работы растут, процесс осуществления проекта стабилизируется и команда может работать с высокой эффективностью как хорошо организованное подразделение.

5. Завершение (transforming) – по мере завершения работы над проектом решается вопрос о будущей деятельности членов команды. На этой стадии команда завершает работу и переходит к следующему проекту [3].

Все описанные стадии в реальной проектной деятельности проявляются в различных формах. Часто бывает так, что команда прекращает свое существование. Это зависит от общего уровня профессиональной управленческой культуры как в организации, так и в окружающей среде.

Таким образом, удачное развитие и эффективное функционирование команд в организации предусматривает усиление роли менеджера как лидера, проведение изменений системы управления и коммуникации в организации, изменения организационной культуры и стилей управленческого лидерства. В целом на уровне организации успешное внедрение командного метода работы предполагает совокупность управленческих решений и действий, которые включают:

– решение о цели и задаче командной деятельности, формирование соответствующего типа команды на основе подбора членов с взаимодополняющими способностями и адекватными личностными качествами;

– культивирование командных ценностей, атмосферы доверия и эмпатии, обоюдного уважения и взаимопонимания, а также инициативности, предприимчивости и творчества;

– совершенствование организационной системы мотивации и коммуникации в согласовании с принципами командной работы.

Залогом успешного выполнения проекта является наличие талантливого руководителя. Менеджер, управляющий персоналом проекта, должен хорошо владеть принципами и правилами создания команды, а также методами управления взаимоотношениями между ее членами. Бессистемный подбор команды ведет к возникновению конфликтов, нерациональному использованию ресурсов персонала, распаду команды еще на этапе ее формирования. Умение создавать команду и справляться с проблемами, возникающими по ходу ее формирования и функционирования, вырабатывается с помощью изучения теории и применения практических методов управления персоналом. Владение теорией управления помогает спрогнозировать и предотвратить конфликтные ситуации, создать образцовую команду, избежать ошибок, свойственных многим практикующим менеджерам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бушуев, С. Д. Динамическое лидерство в управлении проектами / С. Д. Бушуев, В. В. Морозов. – К. : УАУП, 2009. – 311 с.
2. Грей, Клиффорд Ф., Ларсон, Эрик У. Управление проектами : практ. руководство : пер. с англ. / Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон. – М. : Изд-во «Дело и Сервис», 2003. – 528 с.
3. Мазур, И. И., Шапиро, В. Д., Ольдерогге, Н. Г. Управление проектами : учеб. пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге ; под общ. ред. И. И. Мазура. – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2004. – 664 с.
4. Милошевич, Д. З. Набор инструментов для управления проектами / Д. З. Милошевич. – Компания АйТи; ДМК-Пресс, 2008 – 736 с.
5. Разу, М. Л. Управление программами и проектами / М. Л. Разу, В. И. Воропаев, Ю. В. Якутин. – М. : Инфра-М, 2000 – 364 с.

Е. А. Липницкий,
студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В соответствии с программами развития Республики Беларусь одной из приоритетных задач является модернизация экономики, вследствие чего происходит активизация инвестиционных процессов в стране. Настоящая Программа, представляемая на рассмотрение Национального собрания Республики Беларусь на основании ст. 106 Конституции Республики Беларусь, содержит приоритеты и основные направления деятельности Правительства Республики Беларусь в области социального и экономического развития в 2016 – 2020 гг. и среднесрочной перспективе. Восстановление сбалансированного экономического роста для повышения уровня и качества жизни населения Республики Беларусь является главным приоритетом работы Правительства Республики Беларусь. Поставлены три стратегические цели: занятость, экспорт, инвестиции.

В современных условиях, характеризующихся нестабильностью национальной экономики, реализация эффективных инвестиционных проектов, создающих дополнительную стоимость и обеспечивающих рост ВВП, является важнейшим условием повышения конкурентоспособности белорусской экономики, ее модернизации и перехода на высокотехнологичный путь развития. Инвестиционный проект в целом можно определить как комплекс взаимосвязанных мероприятий, предназначенных для достижения поставленных

целей в течение ограниченного периода времени и реализующихся при установленном бюджете.

От возникновения идеи проекта до ее полной реализации проходит ряд последовательных фаз развития. Полная совокупность этих фаз образует жизненный цикл проекта, который, как правило, представлен в виде четырех стадий: предынвестиционной, инвестиционной, эксплуатационной, ликвидационной.

Для развития проектного финансирования в реальном секторе экономики предстоит в дополнение к уже имеющимся в Законе Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 53-З «Об инвестициях» положениям об инвестиционных и концессионных договорах совершенствовать законодательство в соответствии с основным принципом проектного финансирования. Необходимо более широко внедрять механизмы предоставления так называемых функциональных гарантий инвестору со стороны государства в виде меморандумов о взаимопонимании, комфортных писем и т. п.

Подлежат пересмотру положения Гражданского кодекса о введении субсидиарной ответственности акционеров и участников иных хозяйственных обществ по обязательствам данных обществ, поскольку одним из важнейших принципов проектного финансирования является отсутствие права регресса по обязательствам управляющей компании.

Поскольку долг по проекту и капитал, использованный для финансирования проекта, выплачивается непосредственно из денежных потоков, генерируемых самим проектом, предстоит принять ряд нормативных правовых актов по выпуску, обращению и погашению юридическими лицами облигаций без залога имущества (для активизации внутренних ресурсов предприятий).

Однако существует ряд проблем глобального характера, а именно:

1. Повышенный кредитный риск. В банковском секторе Республики Беларусь кредитный риск, связанный с несвоевременным возвратом заемщиками предоставленных банками кредитов, характеризуется значительным уровнем проблемных кредитов.

2. Ставки по кредитам на инвестиционные нужды коммерческих банков высоки, следовательно, большинство организаций не в состоянии обеспечить эффективность реализуемых инвестиционных проектов.

3. Недостаточный объем долгосрочных кредитных ресурсов у большинства коммерческих банков. Коммерческие банки не всегда готовы к финансированию долгосрочных инвестиционных проектов организаций ввиду отсутствия долгосрочных пассивов.

4. Негативное влияние высоких процентных ставок банков на доступность финансовых ресурсов для малого и среднего предпринимательства, стартап-компаний. Основным источником внешнего финансирования малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) в большинстве стран мира являются ресурсы банков. Однако отечественные субъекты хозяйствования, в силу высокой стоимости долгосрочных кредитов, практически лишены доступа к одному из главных источников для развития.

Для решения вышеуказанных проблем целесообразно использовать комплекс мер по совершенствованию мероприятий законодательного характера:

1. Стимулирование создания и развития института «бизнес-ангелов», венчурных фондов, инвестирующих средства в рискованные проекты, соответствующие стратегии развития страны.

2. Развитие института ГЧП.

3. Дополнительная эмиссия акций на биржевых рынках, в том числе на внешних.

4. Финансирование инвестиций через так называемые институты развития. Под институтом развития понимается финансовая или нефинансовая организация, осуществляющая аккумулирование и перераспределение финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсов для решения социально-экономических проблем развития и модернизации экономики (например, банки развития, экспортно-импортные банки, экспортные и страховые агентства, инвестиционные фонды, научно-внедренческие

инновационные центры, научные фонды, торговые ассоциации и др.). Можно говорить о целесообразности развития и создания в Республике Беларусь инвестиционных фондов (в том числе паевых инвестиционных фондов), фондов прямых инвестиций и т. д.

В сложившихся в стране условиях ограниченных ресурсов актуальной является апробация методики, применяемой при финансировании инвестиционных проектов в условиях конкурсного отбора заявителей. Следовательно, необходима разработка аналогичных методик, предполагающих финансирование инвестиционных проектов в других приоритетных для государства отраслях, что подразумевает под собой подбор конкретных показателей с учетом опыта 2016 года. В перспективе можно говорить о внедрении универсальной методики, позволяющей оценивать проекты вне зависимости от их отраслевой принадлежности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инвестиционное проектирование : учеб. пособие / Е. И. Велеско, А. А. Илюкович. – Минск : БГЭУ, 2013. – С. 225.
2. Проектное финансирование и анализ : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / М. А. Федотова, И. А. Никонова, Н. А. Лысова. – М. : Юрайт, 2014. – 144 с.
3. О государственных программах и оказании государственной финансовой поддержки : Указ Президента Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 106 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь – 2016. – № 13. – 1/16339.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 01.05.2017.

Е. С. Литовчик

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

МАТРИЦА РИСКОВ

Риск – это некое событие, которое теоретически может произойти. В подавляющем большинстве случаев оно приведет к определенным проблемам в работе предприятия. К примеру, могут быть не выполнены сроки поставок товара, увеличится его стоимость, пропадет партия, уплаченные деньги обесценятся и т. д. Характеристика риска включает в себя некий перечень элементов, которые важны для дальнейшего анализа. Каждый из них имеет четкий источник или причину возникновения. Кроме того, есть у них и определенные последствия, в ряде случаев особо критичные, в иных ситуациях не очень значительные. Как правило, все подобные ситуации рассматриваются неоднократно на всем протяжении реализации того или иного проекта. Нужно учитывать, что существует вероятность того, что возникновение рисков будет абсолютно невозможно предсказать. Самым простым примером подобного можно считать внезапно начавшиеся боевые действия, теракты и т. д. Естественно, предугадать их невозможно, потому, если хотя бы малейшая вероятность подобного существует, многие компании автоматически закладывают некую сумму в резерв. Это помогает более адекватно и с минимальными потерями среагировать на нестандартные условия, что в итоге будет на руку как одной стороне договоренностей, так и другой [1].

Матрица риска представляет собой специальную систему, которая позволяет с достаточно большой долей правдивости определять вероятность возникновения рисков на предприятии в той или иной сфере его деятельности. Она очень полезна при планировании, рассмотрении потенциально выгодных проектов и подобных элементов работы любой организации. Чтобы максимально точно понимать все особенности этого инструмента,

необходимо понимать всю систему планирования: как она осуществляется, зачем нужна, на что ориентируется и как действует в тех или иных обстоятельствах. Понимание только одного из указанных элементов не сможет дать полной картины, так как именно в этом случае важным является сбор всей информации и ее обобщение в единую форму. Только она сможет показать ситуацию наиболее реалистично в разрезе тех или иных событий, ситуаций, происшествий и т. п. [2].

Ее еще называют картой рисков, так как она похожа на сетку, на которой присутствует определенная информация обо всех вероятных проблемах. Они могут как существовать на момент составления, так и быть прогнозируемыми. Разделяется матрица риска по трем основным категориями: уровням, вероятности и последствиям. О каждом из этих пунктов будет более детально рассказано ниже. Данный инструмент оценки возможных проблем во многих компаниях является основным источником информации, которая принимается во внимание во время рассмотрения возможности реализации того или иного проекта. Как правило, на основании всего указанного в карте-матрице руководство имеет возможность выдать максимально эффективное и разумное решение, способное устроить обе стороны контракта, т. е. сотрудники компании, ответственные за данный инструмент, обязаны относиться к собственной работе максимально ответственно, ведь их данные будут влиять на все развитие предприятия, получение им доходов и т. д. В то же время, если какие-то показатели будут сознательно занижены и неблагоприятное событие приведет к значительным убыткам, они также будут нести ответственность при условии, что все это действительно можно было спрогнозировать. Матрица рисков представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Матрица рисков

	Незначительная возможность возникновения	Низкая возможность возникновения	Средняя возможность возникновения	Высокая возможность возникновения
Критические последствия	Средний риск	Средний риск	Критический риск	Критический риск
Значимые последствия	Средний риск	Средний риск	Высокий риск	Высокий риск
Средние последствия	Низкий риск	Средний риск	Средний риск	Высокий риск
Незначительные последствия	Низкий риск	Низкий риск	Средний риск	Средний риск

Все проблемы имеют определенный уровень риска. Так, выделяют 4 основных разновидности: низкий, умеренный, высокий и экстремальный. Самый первый вид подразумевает практически полное отсутствие действий, особенно если все необходимые инструкции были отданы заранее. Как правило, достаточно провести обычную контрольную проверку, убедившись в том, что сотрудники действительно понимают ситуацию и знают, как на нее реагировать. Второй, умеренный уровень уже более сложен. Обычно для того, чтобы с ним справиться, достаточно знаний руководителя определенного подразделения. Необходимо удостовериться, что он понимает суть проблемы и готов нести ответственность в случае неудачи. Этого бывает достаточно для того, чтобы ситуация разрешилась лучшим образом без особых усилий. Возникновение рисков высокого уровня – это действительно уже очень важно, и требуется незамедлительно привлечь внимание высшего руководства к возникшей проблеме. Начальники между собой смогут быстро договориться и принять правильное решение, способное привести к минимизации потерь. Самый последний,

экстремальный уровень подразумевает, что действовать нужно прямо сейчас, без всяких совещаний, переговоров и т. п. [2].

Определение риска также осуществляется по типу вероятности его появления. Выделяют пять видов: «А», «В», «С», «D» и «Е». Категория «Е» – это та разновидность рисков, которые возникают крайне редко. Для этого должны быть выполнены определенные условия, и шанс на подобное учитывается как наименее вероятный. Группа «D» относится к тем типам ситуаций, которые вряд ли произойдут, т. е. сюда включается все, что в теории возможно, но на практике бывает крайне редко. Следующая категория – «С». Это уже риски, которые, вполне вероятно, возникнут, так как подобное случается с некоторой регулярностью, поддающейся примерному определению. Предпоследней группой считается «В». Она включает в себя ситуации, которые чаще происходят, чем не происходят. Расчет рисков категории «А» очень прост. Можно давать практически 100 %-ю вероятность, что проблема возникнет. В соответствии с определенной частотой появления компания получит возможность правильным образом реагировать, превентивно устраняя возможные проблемы или, если это невозможно, заранее учитывая последствия от их возникновения [3].

Можно привести несколько примеров. Самыми незначительными проблемами можно считать случайную поломку не слишком нужного оборудования, которое может быть быстро и с минимальными затратами времени и средств заменено на другое. Никаких жертв тут нет, стоимость работ невелика, и персонал может выполнить все, что нужно, собственноручно. А вот самый серьезный пример, при котором эта характеристика риска доходит до показателя «катастрофичный», – это уже глобальная техногенная авария, в которой погибло множество сотрудников и других лиц, никак к предприятию не относящихся. Естественно, расходы в такой ситуации будут настолько невероятными, что оно, скорее всего, просто закроется.

Матрица риска подразумевает предварительное и последовательное выполнение ряда определенных действий. Первым делом должна быть проведена идентификация, т. е. все вероятные риски необходимо перечислить и определить. Следующий этап – оценка опасности. В рамках этого пункта ранее отобранные вероятные проблемы разбиваются по степени их угрозы для проекта, жизни, здоровья и финансов компании. После этого следует четко продумать возможные действия, которые могут быть направлены на минимизацию вреда, т. е. если можно, сделать так, чтобы проблема не возникла в принципе. Как вариант, продумать схему реакций, которые необходимо будет осуществить, если ситуация все же возникнет. Последний и самый длительный этап – контроль выполнения. Если подразумеваются действия, которые сведут риск и неопределенность к нулю или минимуму, то их нужно проверить. Если же это невозможно, то нужно будет постоянно или на ключевых этапах реализации проекта проводить дополнительные проверки. Они смогут своевременно выявить возникающие проблемы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Уродовских, В. Н. Управление рисками предприятия : учеб. пособие / В. Н. Уродовских. – М. : Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. – 168 с.
2. Бадалова, А. Г. Управление рисками деятельности предприятия / А. Г. Бадалова, А. В. Пантелеев. – М. : Вузовская книга, 2015. – 236 с.
3. Плошкин, В. В. Оценка и управление рисками на предприятиях : учеб. пособие / В. В. Плошкин. – Ст. Оскол, 2013. – 448 с.

Е. С. Литовчик,
студент 3-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ

Инновационное развитие Республики Беларусь во многом базируется на достижениях научно-технического прогресса и невозможно без широкого распространения и применения информации, содержащей сведения о научной и научно-технической деятельности и ее результатах, что предполагает доступность этой информации, а также определяет требования к ее актуальности и достоверности.

На данный момент проведена работа по формированию и реализации нового Перечня научных исследований и разработок по развитию ГСНТИ на 2016 – 2018 гг. и на перспективу до 2020 года.

Одним из важнейших направлений инновационной политики Республики Беларусь является развитие международного сотрудничества в научной и научно-технической сферах. Беларусь активно осуществляет научно-техническое сотрудничество более чем с 40 странами мира, еще с 24 странами планируется установить более тесное сотрудничество [1].

Белорусско-китайские связи динамично развиваются, что в первую очередь обусловлено общностью принципов внутренней и внешней политики, совпадением взглядов на важнейшие проблемы международных отношений. Взаимодействие с Китаем – приоритетное направление внешней политики Беларуси. Стороны регулярно обмениваются визитами на высшем и высоком уровнях, осуществляется активный межпарламентский диалог, динамично развиваются межведомственные белорусско-китайские контакты.

Двустороннее научно-техническое сотрудничество (НТС) осуществляется между научными и образовательными учреждениями двух стран. Его состояние и перспективы регулярно рассматриваются на заседаниях Межправительственной Белорусско-Китайской комиссии по сотрудничеству в области науки и технологий [1].

Во взаимоотношениях Беларуси и Китая 2016 год стал очень успешным в инновационной сфере, где традиционно особую роль играют молодые ученые двух стран.

В 2016 – 2017 гг. подготовлен и утвержден перечень из 28 совместных белорусско-китайских научных и научно-технических проектов. Следует отметить, что в рамках официального визита Главы государства Александра Лукашенко в Китайскую Народную Республику Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь и Министерство науки и техники КНР подписали Меморандум о сотрудничестве в области совместного финансирования белорусско-китайских научных и научно-технических проектов. Это позволит Министерству науки и техники Китая напрямую финансировать совместные белорусско-китайские научно-технические проекты [2].

Также стоит сказать о Белорусско-Китайском молодежном инновационном форуме «Новые горизонты – 2016». Основная цель мероприятия – стимулирование инновационной активности студенческой молодежи, содействие развитию сотрудничества студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых Программой молодежного инновационного форума предусматривалось посещение гостями и участниками ведущих инновационных и промышленных предприятий Республики Беларусь.

В результате совместной работы с китайской стороной в этом году Министерством науки и техники КНР впервые принято решение о финансировании 20 совместных белорусско-китайских научно-технических проектов.

В настоящий момент между белорусскими и китайскими организациями прорабатываются вопросы реализации следующих проектов:

- создание между БНТУ и Северо-Восточным университетом г. Шеньян Белорусско-Китайского центра перспективных прикладных инженерно-технических научных исследований, на базе которого будет осуществляться реализация совместных научно-исследовательских проектов, разработка и содействие коммерциализации современных наукоемких технологий и инновационной продукции;

- создание между БНТУ и Китайским отделением Белорусско-Китайского научно-технологического парка в г. Чаньчунь Белорусского отделения Белорусско-Китайского научно-технологического парка в г. Минске в целях развития совместной инфраструктуры комплексной поддержки инновационного предпринимательства и молодежного стартап-движения в обоих государствах;

- создание совместного инженерно-образовательного центра «БГУИР – Huawei» для дополнительного образования, разработки программных продуктов, проведения научно-исследовательских работ и использования в учебном процессе [2].

Одним из результатов работы Комиссии в июне 2016 года стало проведение Белорусско-Китайского форума по коммерциализации результатов научно-технической деятельности. В форуме приняли участие 150 представителей научной и деловой сфер Беларуси и Китая, включая руководителей крупнейших китайских венчурных фондов. В рамках форума было презентовано около 200 белорусских инновационных проектов, в том числе предназначенных для реализации на базе Индустриального парка «Великий камень», а также подписан ряд соглашений по расширению научно-технического и инновационного сотрудничества:

- Соглашение о создании Китайско-Белорусского центра коммерциализации инноваций между ГКНТ, НАН Беларуси и СЗАО «Компания по развитию индустриального парка».

- Соглашение о сотрудничестве в производственной, финансовой, научной и научно-технической сферах между ГКНТ, НАН Беларуси, СЗАО «Компания по развитию индустриального парка» и двенадцатью финансовыми фондами КНР.

- Соглашение о сотрудничестве между Белорусским инновационным фондом и китайскими финансовыми фондами.

- Соглашение между СЗАО «Компания по развитию индустриального парка» и БНТУ о сотрудничестве в области коммерциализации достижений научно-технической деятельности [3].

Важным импульсом для дальнейшего развития взаимодействия в инновационной сфере Беларуси и Китая является подписание в 2016 году соглашения о сотрудничестве в области совместного финансирования белорусско-китайских научных и научно-технических проектов между ГКНТ и Министерством науки и техники Китайской Народной Республики. Этот документ впервые дает возможность Министерству науки и техники КНР напрямую финансировать совместные научно-технические проекты с выделением финансирования около 10 млн долларов США на первые двадцать проектов. Аналогичный документ предполагается подписать и с Комитетом по науке и технологиям г. Пекина.

В заключение необходимо подчеркнуть, что сотрудничество Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в инновационной сфере характеризуется устойчивой положительной динамикой. За последние два года произошел существенный рост и расширение сотрудничества в этой сфере, что является свидетельством растущего интереса к сотрудничеству как со стороны белорусских, так и со стороны китайских ученых и правительств, при этом рост произошел и в количественном, и в качественном выражении. Например, по итогам заседания Комиссии в 2016 году, количество утвержденных совместных проектов возросло на 40 % по сравнению с числом проектов, утвержденных два года назад на XI сессии Межправительственной Белорусско-Китайской комиссии по сотрудничеству в области науки и технологий в г. Харбине. К новым инициативам, направленным на качественный рост эффективности взаимодействия, относится проработка создания Белорусско-Китайского фонда венчурных инвестиций, Инновационного центра по

инкубированию инновационных проектов на базе Индустриального парка «Великий камень», Китайско-Белорусского центра коммерциализации инноваций, сотрудничество в области совместного финансирования китайско-белорусских научно-исследовательских проектов на уровне профильных министерств Беларуси и Китая.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gknt.gov.by/>. – Дата доступа: 25.04.2017.
2. Национальный статистический комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 24.04.2017.
3. Белорусский Парк высоких технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.park.by/>. – Дата доступа: 25.04.2017.

В. В. Молчан,
магистрант

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Для обеспечения успешного развития предприятия необходима эффективная стратегия. В настоящее время условия хозяйственной деятельности стали, как никогда, многообразными. И здесь не может быть единственного верного рецепта. Сегодня предприятию нужна более четко продуманная и надежная модель, позволяющая находить выход из гораздо большего числа ситуаций и подсказывающая, когда и как следует применять ту или другую теорию [2, с. 28–31].

Стратегическое планирование – это управленческий процесс, определяющий эффективность деятельности предприятия на основании учета факторов рыночной среды и параметров позиционирования предприятия в конкретный период времени. Методология стратегического планирования основывается на принципах и методах логики, диалектическом подходе, использовании сущности стратегического развития социально-экономических систем.

Методология стратегического планирования обеспечивает:

- логику разработки стратегических прогнозов, маркетинговых программ и стратегических планов;
- совместимость системы показателей и критериев эффективности по иерархии системы управления;
- совместимость методов составления и обоснования оптимальности плановых показателей, выражающих задание стратегических планов и производственных программ.

Система стратегического планирования [4, с. 321]:

- 1) определяет пути стратегического развития предприятия;
- 2) включает в себя данные прогнозов и мониторинга относительно конкуренции и динамики факторов внешней среды;
- 3) задает пределы изменений критериев и показателей достижения стратегических целей;
- 4) определяет информацию для стратегий, программы предпринимательства, развития, интеграции и роста;
- 5) включает в себя стратегии финансового и ресурсного обеспечения.

В предмет стратегического планирования входят [3, с. 7]:

1. Экономические законы и закономерности рыночных отношений.

2. Методы и методики анализа факторов окружающей среды и состояния предприятия.
3. Информация для принятия стратегических решений.
4. Механизмы управления предприятием, исходя из его ресурсно-потенциальных возможностей и требований рынка.

При организации стратегического планирования используются следующие принципы:

- получения обоснованности прогнозов и стратегических планов;
- единства стратегических планов по всем уровням и подразделениям экономической системы;
- сочетания общей и локальных систем (стратегий);
- обеспечения оптимальной пропорциональности в основных звеньях экономики;
- единства процесса разработки и реализации результатов планирования на основе системного подхода.

Выделяют следующие этапы стратегического планирования [5, с. 108]:

1. Подготовительный этап:

- стратегический анализ внешней среды;
- маркетинговое исследование рыночных категорий;
- определение целей деятельности и предпринимательской стратегий;
- выявление конкурентных преимуществ;
- выбор стратегических хозяйственных зон;
- оценка потенциальных возможностей и конкурентного статуса.

2. Организационный этап:

- разработка бизнес-плана;
- разработка продуктово-маркетинговой стратегии;
- прогнозирование;
- учет и оценка риска;
- разработка ценовой стратегии;
- разработка стратегии организационного поведения на рынках средств производства, капитала, сырья и т. д.

3. Разработка стратегического плана:

- определение принципов и методов стратегического планирования;
- определение системы показателей и критериев эффективности;
- учет стратегий кредитования и инвестиций;
- разработка реального стратегического планирования (производственной программы) в соответствии с ресурсами, обеспечением и требованиями рынка;
- разработка оптимистического плана развития фирмы на основе инвестиций, кредитов и интеграции предприятия;
- разработка пессимистического плана (минимум допустимого) с учетом затрат на новые технологии за счет собственных средств;
- определение критериев и их результативности.

4. Оценка результатов планирования:

- финансовый контроллинг;
- определение стратегии финансового развития;
- разработка ситуационных альтернативных планов поискового режима (резервное планирование).

На каждом этапе выделяются определенные шаги, процессы планирования. Особое значение имеет применение показателей и нормативов стратегического планирования. Стратегический план отражает сегодняшние шаги предприятия, направленные на формирование его будущего состояния, конкурентных преимуществ и обеспечение условий выживания. Он должен базироваться на стратегии развития предприятия. Результатом его выполнения являются диверсификация, слияния, интеграция, поглощения, новые производства и пр., обеспечивающие адаптацию предприятия к внешней среде [3, с. 8].

Рыночная экономика по сравнению с директивной предъявляет более высокие требования к качеству внутрифирменных решений. Если прежде цели предприятию задавались центром, то теперь менеджерам приходится их выявлять самостоятельно. Для этого следует использовать аппарат стратегической эффективности. Между тем при обосновании стратегических решений на фирмах обычно ограничиваются определением показателей эффективности инвестиций, хотя последние предназначены для решения тактических задач, в которых цели и ресурсные ограничения уже заданы [1, с. 140–141].

Таким образом, методология стратегического планирования основывается на принципах и методах логики, диалектическом подходе, использовании сущности стратегического развития социально-экономических систем. При организации стратегического планирования используются различные принципы. Результатом выполнения стратегического плана являются диверсификация, слияния, интеграция, поглощения, новые производства и пр., обеспечивающие адаптацию предприятия к внешней среде.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Архипов, В. М. Разработка стратегии развития предприятия / В. М. Архипов, А. М. Попович // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2013. – № 3. – С. 138–143.
2. Афанасенкова, Н. Г. Разработка стратегии развития предприятия / Н. Г. Афанасенкова // Веснік Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта. – 2004. – № 4. – С. 28–31.
3. Кухарская, Н. А. Реализация стратегии развития предприятия / Н. А. Кухарская // Эффектыўная эканоміка. – 2015 – № 11. – С. 7–17.
4. Теория управления : учебник / Ю. П. Алексеев [и др.] ; под общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. – М. : Изд-во РАГС, 2010. – 557 с.
5. Теория управления : учеб. пособие по специальности «Государственное и муниципальное управление» / В. Г. Игнатов, Л. Н. Албастова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 478 с.

Н. С. Рабцевич,

студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА, ЕГО ПАРАМЕТРЫ И СТАДИИ

Наиболее перспективным способом деятельности по совершенствованию организации производства являются разработка и внедрение организационных проектов. Организационные проекты могут разрабатываться на стадии как проектирования и строительства новых предприятий, так и их реконструкции.

Проектирование – это прикладная деятельность по созданию моделей определенного объекта или процесса. Модель позволяет выявить главные существенные черты объекта, необходимые для сопряжения данного объекта с другими объектами. Предприятие, цех, участок, технологический процесс или поточная линия – любой управляемый объект при проектировании рассматривается как система, входящая в качестве элемента в большую систему и включающая в качестве элементов малые системы [1].

Проектирование организации производства представляет собой установление (регламентацию) определенных параметров, обуславливающих целесообразное протекание процессов (отношений) связей между элементами системы.

Проектирование выступает связующим звеном между наукой и практикой. Оно прочно заняло свое место при создании новых образцов изделий, строительстве зданий и сооружений различного назначения. Анализируя тенденции развития организационного проектирования, можно заметить, что предметом организационного проектирования становятся все более крупные части предприятий. От проектирования рабочих мест и участков переходят к проектированию цехов, целых предприятий.

Основные задачи организационного проектирования вытекают из общей теории систем:

- 1) подобрать элементы системы в количественном и качественном отношениях;
- 2) разместить элементы системы в пространстве;
- 3) установить структуру системы – как горизонтальную (технологическую), так и вертикальную (управленческую);
- 4) разработать регламент процессов, происходящих в системе;
- 5) установить характер информационных взаимосвязей элементов системы;
- 6) спроектировать технологию управленческих процессов [4].

Основой организационного проектирования являются комплекс организационных дисциплин, организационные аспекты общетеоретических, социально-экономических и естественных наук, а также дисциплины, изучающие те или иные объекты.

При проектировании организации производства должны быть регламентированы следующие условия (параметры):

1. Отношение зависимости или соподчиненности между элементами системы.
2. На основе распределения функций (ролей), разделения труда между элементами устанавливается, какой из элементов системы является объектом и субъектом связи.
3. Содержание, состав связи, т. е. то, что является предметом передачи от одного элемента системы к другому (продукты труда, материалы, энергия, информация), и обратно (заказ, сигнал, платежи, отчет). В каждом случае это определяется характером отношений между элементами системы и функцией связи.
4. Объем (норма) связи, т. е. какое количество данного предмета связи (продукта, энергии, информации) должно передаваться от элемента к элементу и обратно в единицу времени или в заданный срок. Этот параметр находит выражение в нормах труда и материальных затратах, плановых заданиях.
5. Время, продолжительность или период протекания процесса связи (действия данного вида, функции отношений между элементами). Этот параметр находит выражение в нормах времени на выполнение отдельного объекта, в нормативной продолжительности производственного цикла, сменности работы оборудования.
6. Пространство, место и направление связи. Сюда относятся регламентация взаиморасположения элементов системы в пространстве (планировка помещения, расстановка оборудования, маршруты перемещения предметов и средств труда), а также траектории рабочих движений, схемы коммуникаций, структуры управления и т. п. Параметр имеет важное значение для проектирования структуры связей, пространственного упорядочения элементов системы.
7. Способ связи. В этом параметре определяется, с помощью каких приемов, методов труда (связь в процессах труда), средств и способов перемещения (вещественные связи), передач (энергетические и информационные связи), механизмов оплаты труда и хозяйственных отношений (экономические связи), социальных связей будет осуществляться связь между элементами [2].

Проект организации производства включает:

- 1) общесистемные сводные данные (производственная структура предприятия, система управления, состав и численность кадров; система оперативно-производственного планирования и др.);
- 2) организационные решения, относящиеся к формированию подсистем (техническая подготовка производства, организация производственных процессов, производственной

структуры предприятия, материально-технического обеспечения, службы маркетинга и сбыта и т. п.);

3) организационные решения по элементам производственного процесса (организация труда работников, функционирование орудий труда, движение предметов труда, интеграция элементов производства в единый процесс);

4) решения по установлению экономических отношений в процессе производства (формирование коллективов подразделений предприятия и их деятельность на основе различных форм внутрипроизводственного хозяйственного расчета, обоснование моделей этого хозрасчета и условий их применения, построение систем оплаты труда и стимулирования работников);

5) организационные проекты подразделений предприятия – филиалов, цехов, участков, рабочих мест;

6) непрерывное, гибкое, динамичное совершенствование организации производства [3].

Проект организации производства включает решение основных производственных задач:

1) определение состава элементов производственной системы в количественных и качественных отношениях и их размещение в производстве, т. е. формирование производственной структуры предприятия;

2) разработка регламента организационных процессов, происходящих в производственной системе, и создание комплекса организационно-плановых документов, содержащих основные положения этого регламента;

3) разработка нормативной базы организации производства для конкретных производственных систем (подсистем и элементов);

4) определение характера информационных взаимосвязей и потоков элементов производственной системы, формирование структуры документооборота и создание информационного обеспечения организации производства;

5) установление экономических отношений между участниками производственного процесса – подразделениями предприятия и отдельными исполнителями.

В зависимости от размеров предприятия, масштаба и типа производства, номенклатуры и ассортимента продукции, сроков освоения производственных мощностей и др. проектирование организации производства состоит из следующих этапов [1]:

1) предпроектная подготовка;

2) технический проект;

3) рабочий проект;

4) внедрение.

Каждый из указанных этапов состоит из определенных стадий, указывающих конкретные направления деятельности и работы.

Стадии проектной подготовки:

1) разработка общей концепции организации производства;

2) осуществление комплексного обследования объекта проектирования;

3) разработка технико-экономического обоснования производственной системы;

4) формирование и утверждение технического задания на проектирование.

Стадии технического проекта:

1) разработка основных положений системы организации производства, принципов ее функционирования, методов сопряжения с другими подсистемами;

2) принятие решений по информационному обеспечению и системе документооборота.

На этих стадиях используются имитационные и математические модели для выбора и обоснования принципиальных проектных решений, дается описание специального программного обеспечения, предназначенного для реализации функций организации производства.

Стадии рабочего проекта включают разработку комплекса рабочей документации: структурные схемы, организационно-плановые расчеты; формирование нормативной и информационной базы; организационные процедуры и документы, их отражающие; должностные инструкции и положения; стандарты предприятия; программное обеспечение.

Стадии внедрения:

- 1) обучение и психологическая подготовка персонала;
- 2) введение в действие новых инструкций и положений;
- 3) перестройка производственной и управленческой структур;
- 4) введение новых систем оплаты и стимулирования труда работников предприятия.

Результатом проектирования организации производства является организационный проект – комплект проектной документации, регламентирующий совокупность организации производства, труда и управления, разработанный на базе достижений науки и передового опыта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шепеленко, Г. И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии : учеб. пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 600 с.
2. Организация производства на промышленных предприятиях : учеб. пособие / М. П. Переверзев, С. И. Логвинов, С. С. Логвинов. – М. : Инфра-М, 2010. – 330 с.
3. Производственный менеджмент: учеб. пособие / Э. М. Гайнутдинов, Л. И. Поддергина. – Минск : Выш. шк., 2010. – 319 с.
4. Фатхутдинов, Р. А. Производственный менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – СПб. : Лидер, 2011. – 494 с.

О. И. Рылач,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ЗАДАЧИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИ РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ

При разработке и реализации проектов появляется необходимость в решении специфических задач управления персоналом. Это происходит по причине того, что проектный подход к управлению оказывается реальностью большинства предприятий. В большинстве случаев предприятия постепенно включаются в проектную деятельность, и система управления персоналом не справляется со спецификой управления персоналом в проектах. Возникает вопрос о том, какие дополнительные задачи встают перед службой управления персоналом при разработке и реализации в компании проектов [2].

Одним из главных ресурсов проекта является человеческий. От профессионализма и генерализации общего потенциала состава команды проекта, а также от правильной организации работ зависит эффективность проектной деятельности. Особенностью проектной группы является то, что в нее подбираются специалисты под конкретные задачи на конкретный срок. Эти специалисты непосредственно заинтересованы в том, чтобы достичь желаемого результата [1].

Вопреки огромному количеству трудов по управлению проектами, практически нет работ, которые имеют отношение к задачам, возникающим у специалиста по управлению кадрами, работающего в компании и осуществляющего проектную деятельность. По этой причине актуально рассмотрение вопросов, связанных с особенностью проекта как объекта управления, а также с выделением управления персоналом в отдельную область [4].

Основные принципы концепции управления персоналом формируют возрастающее значение личности работника, информированность о его мотивационных установках, способность их создания и направления на основе задач, которые ставятся непосредственно перед организационной структурой управления штатом предприятия. Для достижения этой цели необходимо хорошо представлять себе особенности персонала [3].

Специфика человеческих ресурсов состоит в следующем:

- в управлении человеческими ресурсами приоритет должен отдаваться психологическим факторам, мотивации и стимулированию человеческой деятельности;
- реакция людей на управление – активная и эмоционально-осмысленная, а не пассивно-механическая. Это объясняется тем, что человек наделен сознанием, мышлением и интеллектом;
- человек предрасположен к постоянному развитию;
- процесс взаимодействия между организацией и человеческим ресурсом является двусторонним;
- осознанность, целеполагание и требования к мотивации отличают деятельность человеческого ресурса;
- эффективность применения человеческого ресурса при ошибочном применении падает гораздо быстрее, нежели эффективность иных ресурсов;
- материальные и духовные вложения дают наибольший эффект при их вложении в человеческий ресурс, в отличие от других видов ресурсов [3].

Делая вывод об особенностях управления человеческим ресурсом, мы можем назвать следующие направления деятельности в системе управления персоналом проектов: поиск и подбор персонала; мотивация и стимулирование персонала; развитие и обучение персонала; вовлечение персонала в деятельность по управлению; стратегирование в системе управления персоналом; оценка персонала [1].

Содержание задач системы управления будет зависеть от многих факторов, в число которых входит то, на каком этапе жизненного цикла находится проект в настоящее время.

В табл. 1 выделим, каким будет содержание задач системы управления персоналом проекта по направлениям, указанным ранее, на каждой стадии жизненного проекта. Для составления таблицы использовались материалы статей и учебных пособий таких авторов, как И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге, М. Грашина, В. Н. Фунтова и др.

Таблица 1 – Содержание задач управления персоналом проекта на разных стадиях жизненного цикла проекта

Этап проекта Область УП	Запуск	Планирование	Выполнение и мониторинг	Закрытие
Отбор, подбор, найм	формирование команды проекта (специалисты и менеджмент)			– выявление наиболее талантливых и квалифицированных специалистов по итогам проекта
Мотивация и стимулирование	– определение и фиксация условий организации труда в рамках проекта; – определение критериев достижения результата; – подготовка рабочего места	определение и фиксация зависимости бонусной части участников проекта от качества, соблюдения сроков и иных условий исполнения проекта	своевременное вознаграждение за достигнутый результат (нематериальное или материальное – в зависимости от условий договора)	– своевременное вознаграждение по итогам проекта согласно критериям достижения результата; – индивидуальная благодарность за вклад каждого

Оценка и аттестация	оценка компетенций участников проекта на предмет требований к выполнению проекта	распределение ролей между участниками проекта в зависимости от компетенций и личных качеств	организация мероприятий по оценке работы каждого участника, команды с необходимой периодичностью для соблюдения сроков, бюджета проекта и заданных условий качества	– оценка вклада каждого участника; – оценка компетенций каждого участника, разработка рекомендаций; – общая оценка работы команды; – оценка участниками проекта друг друга
Обучение и повышение квалификации		необходимое обучение и повышение квалификации участников проекта	использование технологий наставничества, коучинга, консультирования, обучения действием	формирование рекомендаций по развитию тех или иных компетенций для участников проекта, разработка планов личного развития
Разработка стратегии управления персоналом	определение общей стратегии формирования, организации работы команды проекта	планирование рисков в системе управления персоналом проекта (выход из проекта и др.)	отслеживание, корректировка рисков и задач системы управления персоналом проекта в ходе выполнения проекта	корректировка общей стратегии формирования, организации работы команды проекта по итогам проекта
Формирование организационной культуры	– выбор типа управления; – формирование общего ценностного поля; – совместная формулировка целей; – формирование коммуникативного пространства; – формирование культуры «сопричастности»	– формирование и поддержка общего ценностного поля; – поддержание необходимого и достаточного количества каналов коммуникации; – вовлечение персонала во все процессы планирования	– поддержание общего ценностного поля; – использование необходимого и достаточного количества каналов коммуникации; – вовлечение персонала в процессы принятия решений	вовлечение персонала проекта в оценку итогов проделанной работы, разработку рекомендаций, корректировку стратегии формирования и организации работы команды проекта

Примечание – Источник: составлено на основании данных [1, 2, 3].

Мы видим, что в связи с особенностями проекта как объекта управления в системе управления персоналом проекта на разных этапах жизненного цикла актуализируются разные направления деятельности. Такие особенности проектного управления, как ограниченность по времени и ресурсам, сильно отражаются на содержании задач.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Грашина, М. Н. Основы управления проектами / М. Н. Грашина. – СПб. : Питер, 2006. – 204 с.
2. Алешин, А. В. Управление проектами: основы профессиональных знаний и национальные требования к компетенциям специалистов / А. В. Алешин, В. И. Воропаев, С. М. Любкин ; под ред. В. И. Воропаева – М. : СОВНЕТ, «Кубс Групп», 2001. – 265 с.
3. Мазур, И. И. Управление проектами : учеб. пособие / И. И. Мазур ; под общ. ред. И. И. Мазура. – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2004. – 664 с.

4. Фунтов, В. Н. Основы управления проектами в компании : учеб. пособие / В. Н. Фунтов. – 3-е изд., доп. – СПб. : Питер, 2011. – 400 с.

О. И. Рылач,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ПРОВЕДЕНИЮ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Усиление конкуренции на мировом рынке инновационных технологий вынуждает его участников своевременно принимать взвешенные решения инвестирования в те или иные перспективные проекты. Все большую популярность в настоящее время получает инновационный бенчмаркинг – деятельность компании сравнивается с сопоставимыми зарубежными по трем основным направлениям: уровень применения новых технологий в производстве, использование инновационных методов в управлении, серийный выпуск конкурентоспособных высокотехнологичных продуктов [1]. В отечественной практике, к сожалению, многие инновации поступают в производство без проведения надлежащей комплексной оценки готовности ее технологий, что приводит к потере времени, увеличению издержек и в конечном итоге к упущенной выгоде.

На определенном этапе возникает ситуация, когда становится необходимым провести многофакторную оценку технологии (МОТ). Процедура МОТ связана не только с определением уровня технической инновации [2], но и представляет собой комплексный анализ, затрагивающий все ее аспекты, с целью обоснования полезности для общества. Такая оценка является сложной задачей, зависящей как от субъективных экспертных оценок, так и конкретных объективных условий. По своей природе технология такова, что ее трудно оценивать с помощью только финансовых показателей [1]. Например, оборонные технологии обычно принимаются, исходя не из результатов проведения технологической оценки, а из тактических или стратегических требований в связи с решением конкретных военно-политических задач. Инновационная деятельность, связанная с внедрением передовых технологий, представляет собой целенаправленную систему объединенных в единую логическую цепь мероприятий по разработке, внедрению, освоению, производству и коммерциализации новшеств [4]. Процедура комплексной оценки инновационного проекта представлена на рис. 1.

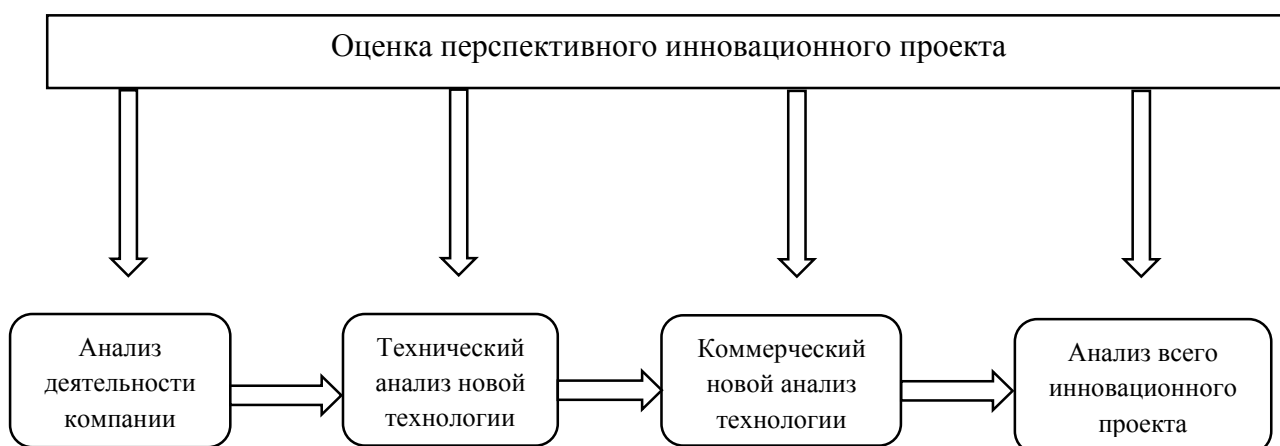


Рисунок 1 – Процедура комплексной оценки инновационного проекта

На первом этапе собирается и обобщается вся информация о возможностях компании для разработки технологии: наличие производственных помещений, оборудования и ресурсов, методики для реализации инноваций, а также количество и уровень квалификации необходимых специалистов, общее финансовое состояние компании и ее возможности финансирования проектов [2].

Технический анализ новой технологии включает в себя следующие составляющие: описание, классификацию, сравнение, технический уровень технологии и ее влияние на экономические и экологические процессы [4].

Описание технологии отражает ее назначение, сильные и слабые стороны, а также вопросы дизайна. Классификация технологии предусматривает отнесение ее к базовой или второстепенной, развивающейся или зрелой, а также определение текущего уровня готовности. Сравнение технологии строится на ее сопоставлении с известными аналогами, оценке способности к трансферу, составлении продуктовой или технологической матрицы, выявлении сильных и слабых сторон технико-технологических аспектов. Технический уровень технологии содержит техническую информацию о текущем состоянии дел и прогноз дальнейшего развития инновации, а также разработку дорожной карты, связанной с данным инновационным проектом. В заключении анализируется влияние разрабатываемой технологии на конечный продукт и связанные с этим риски, определение жизненного цикла технологии, прогнозирование и анализ ее ценности [3].

Коммерческий анализ новой технологии предусматривает определение возможных областей применения, потенциальных рынков сбыта, затрат на коммерциализацию, полной стоимости разработки.

Возможные области применения определяют секторы экономики для использования технологии, с коммерческих позиций – выявление ее сильных и слабых сторон. На втором этапе проводится исследование потенциальных рынков сбыта, выявляется скрытый неудовлетворенный спрос и определенный сегмент рынка, который следует освоить. Затраты на коммерциализацию включают оценку требуемых ресурсов на развитие нового рынка сбыта, определение затрат разработчика и провайдера на коммерциализацию, а также транзакционных издержек. Заключительный этап связан с определением стоимости разработки, в том числе выплаты гонорара провайдеру технологии, оплаты соответствующих лицензий и сертификатов и т. д. [2].

Анализ всего инновационного проекта включает в себя составление бизнес-плана и плана маркетинга, всестороннюю оценку влияния проекта и его окончательную стоимость.

Составление бизнес-плана и плана маркетинга предусматривает разработку плана исследования и проникновения на рынки, утверждение финансовых документов, обоснование подробного плана разработки и производства технологической продукции, планирование при необходимости реорганизации структуры организации и переподготовки кадров, учет возможных рисков и факторов конкуренции. Всесторонняя оценка инновационного проекта основана на выявлении затрагиваемых им социально-экономических и экологических факторов, влияния на смежные сектора экономики текущих приоритетных тенденций и стратегий. На заключительном уровне учитываются все затраты на реализацию инновационного проекта. Наряду с затратами, непосредственно связанными с разработкой технологии, учитываются дополнительные затраты на обучение и переподготовку кадров для реализации проекта, плата за риск, а также затраты на создание его «инфраструктуры» [1].

Комплексный подход к оценке инновационных проектов эффективен, если он инициирован с самого начала процесса его разработки. Методология проведения MOT влияет на оптимизацию всего процесса разработки технологий инновационного проекта, позволяет оценивать его привлекательность, для потенциальных клиентов выявлять дополнительную ценность, не зависящую от использования классических экономических показателей [4].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Горлопанов, В. В. Построение рыночной модели экономики и управление инновационными процессами / В. В. Горлопанов, С. В. Дуденков. – М., 2008. – 123 с.
2. Technology Readiness Assessment (TRA). – Handbook prepared by the Director, Research Directorate (DRD), 2009. – P. 89.
3. Брутян, М. М. К вопросу оценки уровней готовности инновационных проектов с учетом ограничений по экологии / М. М. Брутян // Инновации и инвестиции. – 2012. – № 1. – С. 75–79.
4. Valuation of Technology Transfer. Technology Assessment Criteria and Procedures. – Global Industrial Cooperation Conference (GICC), 2010. – P. 37.

А. М. Сороко,

магистрант

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Мотивация трудовой деятельности является основополагающей функцией в системе современного менеджмента. Ее значение связано с тем, что она определяет ориентацию производственного поведения сотрудников организации на достижение ее целей. На современном этапе развития экономики для эффективной деятельности организации требуются ответственные, инициативные сотрудники, высокоорганизованные и стремящиеся к трудовой самореализации личности. Как свидетельствует мировая практика, именно эффективная система мотивации обеспечивает как личные результаты труда каждого отдельного сотрудника, так и конечные результаты деятельности предприятия. Таким образом, мотивировать работника – значит, затронуть его важнейшие интересы и создать необходимые условия для их реализации посредством получения вознаграждения в процессе труда. Поэтому мотивацию следует рассматривать как совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают ей направленность, ориентированную на достижение определенных целей. [1, с. 116].

Мотивация труда – стремление работника удовлетворить потребности посредством трудовой деятельности.

Мотивы – это осознанные стимулы. Это две стороны, две системы воздействия на работника, побуждение его к определенным действиям. В структуру мотива входят:

- потребность, которую хочет удовлетворить работник;
- благо, способное удовлетворить эту потребность;
- трудовое действие, необходимое для получения блага;
- цена, включающая издержки материального и морального характера, связанные с осуществлением трудового действия.

Мотивы бывают:

- физиологическими (биологически наследованными);
- социальными (приобретенными от общества);
- наследственными;
- сформированными средой обитания;
- духовными;
- экономическими;
- психологическими;
- организационными;
- правовыми [2, с. 114].

В зависимости от средств воздействия мотивацию разделяют:

- на материальную (заработная плата, участие в распределении прибыли, премии, участие в капитале) [8, с. 78];
- моральную (привлечение работников к участию в делах организации, перспективы приобрести новые навыки и знания, создание лучших условий труда для работников, признание его заслуг, взаимное уважение) [6, с. 69].

Следует отметить, что путь к эффективному управлению персоналом лежит через понимание его мотивации. Только зная, что движет человеком, что побуждает его к действиям, какие мотивы лежат в основе его поведения, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления человеком. Для этого необходимо знать, как возникают те или иные мотивы, как и какими способами мотивы могут быть приведены в действие, как осуществляется мотивирование людей.

Существуют мотивационные теории которые делятся на две группы:

- содержательные – объясняют трудовую мотивацию действием внешних для человека факторов. Их приверженцы Скиннер, Тейлор считали, что поведением человека на рабочем месте можно управлять с помощью системы наказаний и поощрений [4, с. 38]. Содержательные теории мотивации в первую очередь стараются определить потребности и факторы, побуждающие людей к действию, особенно при определении объема и содержания работы. Наиболее значимые из них являются теории:

- А. Маслоу – согласно его теории люди имеют множество различных потребностей, которые можно разделить на пять групп [5, с. 28]:

1. Физиологические потребности (еда, вода, убежище, отдых и т. д.).
2. Потребности в безопасности и уверенности в будущем.
3. Социальные потребности (причастия к кому или чему-либо, чувство, что тебя принимают другие, привязанность и поддержка).
4. Потребности в уважении (самоуважение, личные достижения, компетентность, признания окружающих).
5. Потребности самовыражения (реализация потенциальных возможностей и росте личности).

- К. Альдерфера – его теория мотивации раскрывается с помощью трех групп потребностей [10, с. 216]:

1. Потребность существования (физиологические потребности, здоровье, безопасность, деньги).
2. Потребности связи (социальные потребности и необходимость быть уважаемым).
3. Потребности роста (планирование карьеры, творческие наклонности).

- Д. МакКелланда – в соответствии с его теорией основное внимание уделяется потребностям высших уровней: стремлению к успеху, стремлению к власти и признанию [13, с. 92].

- Теория Ф. Герцберга основана также на потребностях людей и рассматривает влияние на них экономических факторов и факторов мотивации, которые он назвал гигиеническими факторами, которые соответствуют физиологическим потребностям [12, с. 147]:

- процессуальные теории мотивации в отличие от содержательных теорий, базирующихся на потребностях людей и связанных с ними факторов, определяющих их поведение, рассматривают мотивацию в ином плане: в них анализируется то, как человек распределяет усилия для достижения различных целей и как выбирает конкретный вид поведения [9, с. 104]. Основными из них являются теории:

- Теория ожиданий В. Врума – базируется на положении о том, что наличие активной потребности не является единственным и необходимым условием мотивации человека на достижение определенной цели [3, с. 217].

- Теория справедливости С. Адамса – дает объяснение того, как люди распределяют и направляют свои усилия для достижения поставленных целей. В качестве постулата теория справедливости принимает тот факт, что люди субъективно определяют

отношение полученного вознаграждения к затраченным усилиям и затем соотносят его с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичную работу [11, с. 339].

- Л. Портер и Э. Лоулер разработали комплексную процессуальную теорию стимулирования, включающую элементы теории ожидания и теории справедливости. В их модели присутствуют пять переменных: затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение, степень удовлетворения. В соответствии с созданной моделью можно определить следующую зависимость: достигнутые результаты труда зависят от приложенных сотрудником усилий, его способностей и характерных особенностей, а также от осознания им своей роли [7, с. 80].

Таким образом, согласно теоретическим взглядам на проблему мотивации персонала важно четко представлять сущность этого сложного понятия. С понятием мотивации тесно связаны такие понятия, как «потребности», «стимулы», «мотивы», «мотивирование», «стимулирование». Чтобы развить трудовую активность посредством мотивации, необходимо добиться наиболее полного удовлетворения потребностей человека за счет полного высокопроизводительного труда. Потребности человека широко исследуются в науке управления. Они представлены несколькими теориями мотивации, отражающими многогранность и неоднозначность этого процесса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Базылева, М. Н. Мотивация труда: сущность, теории, модели. – Минск : БГЭУ, 2012. – 112 с.
2. Бурмистров, А. Н. Какие методы повышения мотивации персонала являются наиболее действенными / А. Н. Бурмистров // Управление персоналом. – 2011 – № 7. – С. 48–49.
3. Верхолазенко, В. Л. Система мотивации / В. Л. Верхолазенко // Консультант директора. – 2013. – № 4 – С. 73–38.
4. Валевич, Р. П., Экономика торговой организации / Г. А. Давыдова. – Минск : Выш. шк., 2011. – 671 с.
5. Гончаров, В. И. Менеджмент / В. И. Гончаров. – Минск : Мисанта, 2011. – 624 с.
6. Гутгард, Р. Д. Эволюция подходов к проблеме управления кадрами предприятия / Р. Д. Гутгард // Управление персоналом. – 2014. – № 6. – С. 56–58.
7. Елин, А. П. Мотивация в системе управления / А. П. Елин // Служба кадров. – 2012. – № 11. – С. 9–11.
8. Зайцев, Г. Г. Управление кадрами на предприятии: персональный менеджмент / Г. Г. Зайцев. – Санкт-Петербургский университет экономики и финансов, 2011. – 345 с.
9. Кардашов, В. А. Мотивация персонала: теория и практика / В. А. Кардашов // Человек и труд. – 2013. – № 10. – С. 80–83.
10. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации : учеб. для вузов / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 638 с.
11. Локтев, В. Г. Анализ затрат нанимателей на рабочую силу / В. Г. Локтев. – Минск : БГЭУ, 2011. – 74 с.
12. Меликьян, Г. Г. Экономика труда и социально-трудовые отношения / Г. Г. Меликьян. – М., 2013. – 450 с.
13. Милаш, Е. В. Система премирования: социальное и моральное стимулирование // Кадровые решения. – 2013. – № 5. – С. 77–81.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СТРАТЕГИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

В настоящее время постоянно растет популярность франчайзинга. Около 40 % всех продаж в мире приходится на франчайзинговые сети. Франчайзинг представляет собой передачу прав на пользование товарным знаком при заключении франшизного договора между франчайзером и франчайзи. Как правило, франчайзинг предполагает работу с известной многим людям торговой маркой либо брендом, что при соблюдении всех договоренностей и сохранением качества предоставляемых товаров либо услуг гарантирует стабильный спрос и получение стабильного дохода. В свою очередь, головная компания благодаря успешной бизнес-модели таким образом может значительно расширить свой рынок.

Одной из наиболее важных особенностей франчайзинга является его доступность. Им могут воспользоваться как начинающие предприниматели, так и те, кто занимается ведением бизнеса в течение длительного времени. Затраты на приобретение франшизы окупаются с большей вероятностью, чем открытие собственного дела. Если на начальной стадии компании необходимо нести существенные управленческие и маркетинговые расходы, то франчайзер предлагает уже готовую концепцию ведения бизнеса с наличием клиентской базы и уровнем цен.

Субъекты малого и среднего предпринимательства выступают ключевым фактором конкуренции и стабильности. Они играют важную роль в поддержании национального богатства страны, обеспечении занятости населения и т. д. Вместе с тем начинающие предприниматели сталкиваются с такой проблемой, как трудности при получении кредитных ресурсов и всевозможные последующие риски в случае их получения. Франчайзинг считается более надежным форматом ведения бизнеса, в связи с чем многие лизинговые компании и банки охотнее предоставляют кредиты франчайзи. Таким образом, данная система, будучи довольно выгодной и практически гарантирующей наличие стабильного спроса и дохода, привлекает внимание многих молодых бизнесменов.

Сейчас франчайзинг является одним самых действенных инструментов, способствующих повышению эффективности бизнеса. Об этом свидетельствуют примеры многих известных компаний и брендов, которые значительно расширили свой рынок и увеличили объемы продаж во многом благодаря данной системе. Ключевым моментом такого успеха является заинтересованность обеих сторон: франчайзи будет заинтересован в положительном результате и минимизации затрат, франчайзер – в расширении рынка без каких-либо существенных вложений и в относительно быстрые сроки.

Одной из так называемых отрицательных и негативных сторон франчайзинга является ограниченность свободы выбора и действий со стороны франчайзи. Все эти ограничения представляют собой необходимую предосторожность головной компании и указаны во франшизном договоре. Это, в свою очередь, предопределяет выбор предпринимателей, предпочитающих самостоятельно принимать решения и находиться вне зависимости от кого-либо. Для франчайзера негативной стороной выступает необходимость обеспечения полного контроля за соблюдением договоренностей, качеством продукции, своевременными поставками и т. д. В процессе работы франчайзер, предоставляя все необходимые инструкции, технологии, советы и т. д., всячески способствует франчайзи в ведении бизнеса. Это обусловлено прежде всего тем, что отсутствие должного качества товара либо услуги будет отражаться на репутации всей компании, что в дальнейшем может привести к серьезным последствиям [1].

В редких случаях можно столкнуться с недобросовестным поведением франчайзи. Оно может проявляться в умышленном снижении финансовых показателей для занижения роялти.

Классическим примером такого поведения выступает разрыв договора франшизы и продолжение ведения бизнеса под другим товарным знаком.

В настоящее время доля малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь в ВВП составляет около 21 %, в то время как в большинстве развитых стран этот показатель составляет 60 – 70 % [2, с. 3]. На фоне кризисных тенденций в экономике очень важно обозначить факторы, препятствующие развитию субъектов МСП. К таким факторам прежде всего относятся ограниченный доступ финансовых ресурсов, а также низкий уровень конкурентоспособности отечественных предприятий. В связи с этим необходимо предпринимать меры, способствующие повышению эффективности малого и среднего бизнеса в Беларуси. Одной из наиболее действенных мер в данном случае является развитие сферы франчайзинга, упрощение законодательства в этой области. Объединение небольших бизнес-проектов позволит конкурировать с крупнейшими компаниями на международном уровне.

Первостепенной проблемой, препятствующей благоприятному развитию франчайзинговых сетей в Беларуси, являются различия в белорусском и зарубежном законодательствах. Во всем мире франшиза определяется как передача прав на пользование товарным знаком, у нас – на использование фирменного наименования головной компании. Это зачастую сложно объяснить иностранным компаниям, которые в большинстве случаев не намерены менять из-за белорусской специфики свой договор, применяемый в 90 странах мира.

Такая ситуация наблюдается и в других странах СНГ, где также присутствуют недостатки в законодательстве, что в конечном итоге выражается в относительно слабом развитии франчайзинга в данных странах. Так, лидером по числу франчайзеров выступает Китай (4500), опережающий США (2500), Южную Корею (2600), Россию (890) и Польшу (864). Беларусь по этому показателю значительно отстает – около 40 национальных сетей предлагают сегодня франчайзинговые концепции. Однако потенциал роста рынка большой. Около 40 % франшиз приходится на розничную торговлю, немного меньше – на общепит и сферу услуг. В целом такое распределение соответствует мировым тенденциям (табл. 1) [3].

Таблица 1 – Страны-лидеры по развитию франчайзинга

Страна	Число франчайзеров	Число франчайзи ТТ	Число занятых во франчайзинге	Выручка, млрд долларов
Китай	4500	400 000	3 500 000	47,83
США	2500	825 000	18 000 000	2100,00
Южная Корея
Бразилия	1643	70 988	719 900	36,00

В последнее время в сфере франчайзинга начали активизироваться национальные бренды. Это расширило возможности выбора для предпринимателей. Маленькие страны не особо привлекают франчайзеров – это дополнительный риск уйти в убыток, а таможенные пошлины могут привести к тому, что товар может стать слишком дорогим. К тому же чтобы стать партнером зарубежного бренда, необходимо соответствовать множеству требований – по объему инвестиций, опыту работы на рынке, уровню подготовки персонала, возможностям и т. д. Белорусские компании предъявляют не столь жесткие требования, в том числе по стоимости франшиз. Кроме того, можно рассчитывать на помощь с их стороны с выбором организационно-правовой формы, оптимальной системы налогообложения и пр.

Что касается соседних стран, то в Украине по количеству франчайзинговых точек лидируют такие компании, как «Наша Ряба», «Пицца Челентано» и химчистки «Ун Моменто». Однако их вряд ли можно ожидать в Беларуси. Примером успеха в России служат франшизы «Бургер Кинг», «Шоколадница», «Сабвэй» [4].

Сегодня в Беларуси зарегистрировано чуть больше 200 договоров франчайзинга. Франшизы представлены такими компаниями, как KFC, «Бургер Кинг», Mango, Re/Max и т. д. В различных отраслях можно найти и предложения белорусских франшиз: «Красный пиццерайзер», Shagovita, сеть городских кафе «Пицца Смайл». Одним из первых и наиболее удачных примеров белорусского франчайзинга является сеть Milavitsa, развивающаяся за рубежом [5].

При заключении франшизного договора передаются нематериальные активы и конфиденциальная информация. Приобретая имущественные права, франчайзи несет ответственность за соблюдение переданных прав и сохранение секретности получаемых сведений, в том числе и за всех своих сотрудников. Нередко франчайзер становится основным поставщиком, что определяет ценовую политику в розничной торговле, услугах и общепите.

Договор франчайзинга может служить дополнительным стимулирующим фактором привлечения капитала. Франчайзер может выступать гарантом либо инвестором. Так, компания Milavitsa предоставляла свои партнерам безвозвратные субсидии на открытие торговых точек. Помимо этого, у франчайзера накапливается информация о подходящих объектах для развития бизнеса на конкретной территории, которой он может поделиться с потенциальными партнерами. Компания Pizza Smile сформировала базу помещений, которую они предлагают своим франчайзи.

Франчайзинговые платежи у национальных компаний, как правило, ниже, чем у международных. Кроме того, можно рассчитывать на полную поддержку с их стороны. Иностранные компании предпочитают придерживаться своей политики. Часть ресурсов здесь может оказаться недоступной. В первую очередь это касается маркетинговых и рекламных мероприятий.

В целом сфера франчайзинга в Беларуси находится на начальном этапе своего развития и имеет огромный потенциал для роста. Накопление опыта работы в данной области будет способствовать увеличению числа договоров франчайзинга и расширению рынков национальных компаний. Франчайзинг – это эффективная система обучения малого бизнеса. С его помощью можно преодолеть факторы, препятствующие развитию малого и среднего предпринимательства в Беларуси. Следует отметить, что различия в зарубежном и белорусском законодательствах значительно сдерживают развитие франчайзинга в стране. Осуществление необходимых поправок в законодательстве позволит белорусским предпринимателям сотрудничать с крупнейшими корпорациями, что благоприятно скажется как на состоянии субъектов МСП, так и на экономической ситуации в стране в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Франчайзинг как стратегия развития малого предпринимательства [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал. – Режим доступа: <http://uecs.ru/makroekonomika/item/1430-2012-06-30-07-05-02>. – Дата доступа: 05.04.2017.
2. Шиманович, Г. М. Тенденции развития малого и среднего бизнеса в Беларуси / Г. М. Шиманович. – Минск : Исследовательский центр ИПМ, 2016. – 10 с.
3. Что такое франчайзинг? [Электронный ресурс] // Мировая экономика. – Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=950&type=news>. – Дата доступа: 04.04.2017.
4. Чужое имя для своего бизнеса [Электронный ресурс] // Экономическая газета. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/chuzhoe-imya-dlya-svoego-biznesac-18444?highlight=франчайзинг>. – Дата доступа: 05.04.2017.
5. Кому в Беларуси по франшизе жить хорошо? [Электронный ресурс] // Ежедневник. – Режим доступа: <https://ej.by/news/economy/2016/10/25/komu-v-belarusi-po-franshize-zhit-horosho.html>. – Дата доступа: 04.04.2017.

ИННОВАЦИИ БЕЛОРУССКОГО РЕТЕЙЛА В 2017 ГОДУ

Понятие «ритейл» имеет несколько значений. Ритейл (Retail – розница) – это розничная продажа. Также ритейл рассматривается как принцип организации торговли.

Таким образом, ритейлер – это компания, деятельность которой находится в розничной торговле: супермаркет, магазин одежды, автосалон, банк, продающий услуги частным клиентам.

Явный признак ритейла – диверсификация предлагаемых товаров и услуг, собранных в одном месте. В свою очередь, это сокращает затраты на обслуживание каждого потребителя, снижает издержки и, следовательно, повышает конкурентоспособность предприятия.

В настоящее время наблюдается стремительное развитие ИТ-технологий, благодаря которым возможно сделать аналитику данных офлайн и онлайн магазинов.

Основное направление – движение в сторону Omni-channel. «Omni» переводится как «существующий повсюду», т. е. охватывающий все каналы коммуникации с клиентами.

Цель продаж – сделать так, чтобы клиент смог совершать покупки любым доступным и удобным для него способом: в магазине, через Интернет, каталог, call-центр, мобильное приложение. Если начать внедрять стратегию omni-channel, то возможно добиться увеличения объема продаж, успешного использования ресурсов, управления запасами.

Цель ритейлеров – расширение аудитории покупателей, цель покупателей – найти лучший товар быстрее и выгоднее.

При воплощении стратегии главным условием является отсутствие границ между каналами.

Главная стратегия omni-channel заключается в том, что в центре находится один и тот же покупатель в разных каналах продаж.

Для потребителя omni-channel – удобный шопинг, который показывает огромные перспективы и преимущества для удовлетворения своих запросов.

В омниканальности одно из главных слов – «единый». Единый ассортимент, единая цена, единая карта лояльности, проверенная во всех каналах; единая база данных об покупателе и его приоритетах – применение всех каналов сбыта и коммуникаций, пригодных для определенного вида продукции.

Омниканальная деятельность обычно управляется с помощью единой технологической платформы, благодаря чему возможно предоставить информацию про покупателя. Можно узнать:

1. Как много времени покупатель затратил от захода на сайт до покупки продукции.

2. Какую продукцию и через какой канал по итогу приобрел покупатель.

Omni-channel – это развитие таких направлений, как логистика, сервис, web-интеграция, маркетинг, программы лояльности.

Существование интернет-магазина, кол-центра и офлайн-магазина еще не говорит о том, что ритейлер создал омниканальность. Реализация сложных программных продуктов зачастую не способствует решению задач ритейлеров. Большая проблема в реализации данного пути – игнорирование важности логистики. Покупателю желательно получить товар именно с тем уровнем обслуживания, который ему предлагали и гарантировали изначально до покупки. Одна из главных причин неудовлетворенности клиента – пренебрежение и не вовремя полученная доставка товара. Воздействовать на решение о покупке – часть дела в реализации задач ритейла. Необходимо доставить товар

вовремя и туда, куда клиент захочет. Далее поддерживать нескончаемый интерес покупателя к бренду всеми омниканальными способами.

Вместе с тем в Беларуси присутствует негативный опыт внедрения IT-технологий.

Опыт ООО «Евроторг» свидетельствует о том, что чрезмерное увлечение современными IT-технологиями без учета уровня квалификации пользователей, масштабов потребления, концентрации складских запасов в одном месте и иных производственно-экономических параметров может привести к серьезным экономическим последствиям. Как результат, менее чем за один год сеть «Е-доставка» ушла с регионов, за исключением Минска и Минского района.

Беларусь существенно отстает как по уровню развития IT-технологий, так и по скорости их внедрения.

Сайты компаний как составляющая часть не сбалансированы по эффективности использования с реальными возможностями компаний.

Так, сайт ООО «ОМА», одного из крупнейших ресейлеров в Беларуси строительных материалов и товаров для дома, в разы по своему функционалу уступает сайтам небольших компаний. При этом функциональное ядро сайта практически не обновляется несколько лет. Небольшие компании, используя IT-технологии, не могут конкурировать с ООО «ОМА», даже имея более низкий уровень цен.

В заключение хотелось бы отметить, что:

1. Значение IT-технологий в ресейле велико.
2. Беларусь значительно отстает в развитии ресейла с использованием IT-технологий.
3. Чрезмерное (бездумное) использование IT-технологий в сфере ресейла в современных белорусских условиях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Когда в Беларуси появятся летающие склады и магазины без кассиров [Электронный ресурс] // Сергей Скороход о трендах в ретейле. – Режим доступа: <https://probusiness.by/tech/2996-kogda-v-belarusi-poyavyatsya-letayushchie-sklady-3d-primerochnye-i-magaziny-bez-kassirov-sergey-skorokhod-o-trendakh-v-riteyle.html>. – Дата доступа: 10.05.2017.

2. Omni-channel: перепрошивка ретейла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/155/83140/>. – Дата доступа: 10.05.2017.

2. Omnichannel: 5 историй успеха в ретейле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wms.korusconsulting.ru/inform-center/articles/omni-channel-wms.html/155/83140/>. – Дата доступа: 10.05.2017.

Д. И. Тарасевич,

студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИННОВАЦИИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Понятие «инновация» в широком смысле рассматривается как прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов (типов) продукции и услуг, организационно-экономических решений производственного, финансового, коммерческого и иного характера [1].

Многие постоянно сравнивают два понятия: нововведение и инновация. Различия между этими определениями заключается в том, что нововведение – это просто добавление

чего-то конкретно нового, а инновация – это успешное внедрение нового, которое приносит явные экономические и социальные выгоды. Из этого можно сделать вывод, что любая инновация является нововведением, но не каждое нововведение превращается в инновацию [2]. Иными словами, инновация – это конечный результат внедрения новшества в производство.

Параллельно следует рассмотреть понятие «инновационный процесс», который представляет собой процесс превращения нововведения в инновацию. Инновационный процесс – это последовательная и логичная цепь преобразований, в ходе которых новшество проходит путь от идеи (задумки) до конкретного продукта, технологии, услуги или организационно-экономических решений и реализуется при практическом применении [1].

Можно выделить несколько этапов инноваций:

1. Первичный этап представляет собой творческий процесс создания идеи, который имеет вероятностный характер и связан с появлением новшества. Этот этап очень трудно спрогнозировать, он базируется на накопленных знаниях, мыслительных процессах и интуитивных догадках.

2. На втором этапе идеи (задумки) придается вещественная форма нововведения, доказывающаяся вероятность существования и реализации этой идеи.

3. На последующих этапах материализуются идеи, информация, знания, проводятся технологические и конструкторские разработки в новшестве [1].

Первым человеком, который применил этот термин, был И. Шумпетер. Он описывал инновацию как новую комбинацию ресурсов, мотивированную предпринимательским духом. Сейчас рассмотрим 4 основные функции инновации:

1. Преобразующая функция (инновация играет роль связующего звена между теорией и практикой определенной предметной области).

2. Стимулирующая функция (инновация способствует развитию капитала населения и науки в стране через материальную заинтересованность всех участников инновационного процесса).

3. Воспроизводительная функция (инновация играет роль источника экономического роста и изменяет структуру ВВП (валового внутреннего продукта) в пользу его большей наукоемкости).

4. Социальная функция (инновации способствуют заполнению рынка качественными товарами и услугами. Это все показывает взаимосвязь и взаимозависимость экономических процессов и факторов общественной жизни).

Системное объяснение содержания инноваций позволяет определить 2 базовых компонента любого инновационного процесса: динамический и результативный. Динамическая составляющая инновации представляет собой прямой процесс инновационного преобразования и в рамках системы инновационного менеджмента представляет собой объект управления [3].

В менеджменте выделяют 5 основных фаз жизненного цикла инноваций:

– функциональные исследования (эта фаза представляет собой открытие, доскональное изучение и систематизацию явлений и процессов развития природной среды и общества. Результатом этого исследования будет выявление новых законов и закономерностей, принципов, явлений и т. д., а также их применение);

– прикладные исследования (идут сразу после фундаментальных исследований и основываются на их результатах. Прикладные исследования включают детальное изучение технологических возможностей, продуктивности нововведения и практического применения полученных результатов фундаментального исследования);

– разработка (эта фаза включает в себя создание научно-технической документации на основе прикладных исследований. Также изготовление первых образцов (шаблонов) изделий);

– производство (данная фаза подразумевает под собой процесс внедрения результатов разработки в производство);

– потребление (в этой фазе, как правило, осуществляется главная часть полученного эффекта от инновации).

Для предприятий их инновационная деятельность гарантирует 2 типа эффекта: явный и неявный. Явный эффект проявляется в том, что вследствие удачного осуществления инновационных разработок организация получает и подтверждает свои конкурентные превосходства. Неявный эффект инноваций для организации заключается в том, что благодаря их осуществлению организация приумножает свой научно-технический и интеллектуальный потенциал, что позволяет ему иметь возможность обеспечить высокий уровень собственной инновационной восприимчивости в дальнейшем [3].

Инновации влияют не на одну сторону жизнедеятельности общества, а на все сразу. Рассмотрим некоторые примеры:

1. Инновационная деятельность ведет к повышению конкурентоспособности как страны, так и фирмы, организации и отдельного физического лица. Конкурентоспособность абсолютно любой организации определяется состоянием ее технологической базы – наличием и использованием соответствующих производственных и управленческих технологий, технологической подготовкой персонала.

2. Благодаря инновациям происходит открытие и освоение новых рынков, формирование общего международного рынка, что ведет к увеличению количества потенциальных потребителей.

3. Стоит отметить, что инновации являются фактором роста качества образования. Инновации в образовании ведут к увеличению квалифицированных кадров.

4. Также введение инноваций положительно сказывается на уровне жизни населения и способствует его повышению. Положительные результаты от инноваций благоприятно отражаются на доходах населения.

5. Инновационная деятельность стимулирует появление новых идей в решении глобальных проблем человечества [2].

Инновационный прогресс в настоящее время достиг высоких результатов. Сейчас стало возможным то, о чем 10 – 20 лет назад мы и не могли себе представить. Кто бы мог предположить, что уже сейчас появятся такие вещи, как роботы, 3D-принтеры, наноодежда, интернет, искусственные функциональные конечности, современная медицинская аппаратура, беспроводные зарядные устройства и электромобиль. Этот список можно продолжать и дальше, так как последние годы было создано множество изобретений.

Наука не стоит на месте. Все постоянно движется и развивается. В дальнейшем нас ожидает еще большее количество открытий и инноваций. То, о чем мы сегодня мечтаем, скоро может стать реальностью. Нам остается следить и всегда быть в курсе появления чего-то нового.

Таким образом, можно сделать вывод, что инновации играют важнейшую роль в достижении стабильного развития экономики. Внедрение инноваций позволит не только ускорить процессы экономического роста, но и более эффективно пользоваться теми ресурсами, которые уже имеются. Это все очень положительно отразится как на экономической ситуации в стране, так и на экологической.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Феденя, А. К. Учебное пособие для студентов учреждений, обеспечивающих получение высшего образования по экономическим специальностям / А. К. Феденя. – 2-е изд. – Минск : ТетраСистемс, 2008. – 320 с.

2. Цубрович, Я. И. Инновации как фактор устойчивого экономического развития страны / Я. И. Цубрович, М. С. Егорова // Молодой ученый. – 2015. – № 11.4. – С. 216–219.

3. Карпенко, Е. М. Инновационный менеджмент: ответы на экзаменационные вопросы / Е. М. Карпенко, С. Ю. Комков. – Минск : ТетраСистемс, 2008. – 176 с.

Е. Н. Федорович,
студент 2-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Взаимодействие государства и частного сектора – это неотъемлемое условие эффективного функционирования рыночной экономики. Характерной чертой современного мирового хозяйственного развития является переход ведущих стран к новому этапу формирования инновационного общества – построению новой экономики, основанной на широком применении и распространении базы знаний, в которой главенствующую роль играют фундаментальные науки [1].

На сегодняшний день существует множество определений государственно-частного партнерства (далее – ГЧП), среди которых необходимо отметить формулировку Всемирного банка. В общем виде она заключается в том, что ГЧП определяется как соглашение, которое заключается между государством и частной компанией на производство и оказание инфраструктурных услуг с целью привлечения дополнительных инвестиций и повышения эффективности бюджетного финансирования [2]. Иначе говоря, ГЧП в инновационной сфере можно охарактеризовать как сотрудничество, в результате которого государство и бизнес являются равноправными и заинтересованными друг в друге сторонами.

В мировой практике ГЧП в инновационной сфере делят на две большие функциональные группы: 1) проведение научных исследований; 2) инновационная деятельность [3]. Программы ГЧП, которые стимулируют тесное сотрудничество между научным и промышленным секторами экономики и ориентируют государственные исследования на промышленные инновации, на сегодняшний день характерны для всех промышленно развитых государств. Великобритания, США, Франция, Финляндия, Канада, Германия, Италия, Ирландия, Израиль – это наиболее успешные рынки проектов ГЧП. Сферы применения ГЧП в этих странах весьма разнообразны: это инфраструктура, образование, медицина, ЖКХ, дороги и др. Рассмотрим наиболее типичные примеры развитых экономических держав, обобщение опыта которых позволит использовать его для эффективного развития ГЧП в Республики Беларусь.

Развитие ГЧП в США рассматривается с точки зрения особенностей американской инновационной системы, к которым необходимо отнести: значительные (по сравнению с другими странами) расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы; государственное финансирование значительной части расходов на НИОКР; защиту интеллектуальной собственности в рамках государственной инновационной политики; большую долю венчурного капитала в общем объеме финансирования НИОКР; тесные взаимосвязи между компаниями и университетами. Стратегия функционирования американской НИС (новой индустриальной страны) нацелена на научно-технологическое лидерство, которое обеспечивается за счет ресурсов, эффективной институциональной базы и динамично совершенствуемого механизма взаимодействия отдельных элементов НИС. На долю США приходится около половины всего объема финансовых средств, выделяемых развитыми странами на науку и технику. Американские исследователи получают патентов больше, чем ученые всего мира, вместе взятые. Ежегодно внедряется в 8 раз больше инноваций, чем во всех странах Западной Европы. По объему совокупных национальных расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы США занимает первое место в мире на протяжении всего послевоенного периода [4].

Первой скандинавской страной, которая реализовала проекты ГЧП, была Финляндия. В отличие от других стран, подавляющее значение здесь получают разные научно-исследовательские проекты ГЧП, проведенные при содействии агентства TEKES [5]. Это агентство функционирует при министерстве промышленности и торговли. Основная функция этой организации – побуждать исследовательские подразделения частных компаний к совместной работе с университетами и научными институтами, чтобы в такой кооперации создавать новые технологические процессы и продукты. TEKES может предоставлять свыше 30 % суммы, необходимой для реализации заявленного проекта, другую часть инвестирует сама компания. Бизнес, кооперируясь с наукой и получая при этом значительную поддержку государства, минимизирует расходы на собственное развитие. В рамках ГЧП Финляндия мобилизует на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы около 6 млрд евро ежегодно (причем 70 % этой суммы приходится на частный бизнес, а 30 % – на средства бюджета). За счет государственного бюджета в Финляндии поддерживается 23 технологических центра и технопарка. Благодаря такой интенсивной правительственной поддержке, финские технопарки привлекают технологических лидеров, а инновационная политика страны стала образцом для подражания в международном масштабе.

Успешно реализуются проекты ГЧП в Канаде. На федеральном уровне в стране функционирует две организации, деятельность которых направлена на развитие ГЧП. Одна из них – Центр развития федеральных проектов, созданный в феврале 2000 года. Он является управляющим инвестиционным фондом ГЧП Канады, который, в свою очередь, предоставляет финансирование инновационных проектов ГЧП федерального масштаба. Центр развития федеральных проектов оказывает консультационную поддержку правительству в вопросах, связанных с реализацией инвестиционных проектов, а также активно пытается внедрять принципы ГЧП в другие федеральные инвестиционные программы, связанные с развитием инфраструктуры страны. Вторая организация, которая носит название «Комитет Канады по развитию ГЧП», была создана в 1993 году и нацелена на продвижение и привлечение общественного внимания к проблематике ГЧП на основе проведения системной исследовательской работы и организации ежегодных конференций и специальных семинаров [6].

Несмотря на длительный этап реализации проектов ГЧП в развитых странах и уже основательную проработанность сущности, видов, инструментов и механизмов ГЧП, а также методов его эффективного использования в государственном управлении и экономической политике, вопросы ГЧП в инновационной сфере изучены все еще недостаточно.

Необходимо отметить, что в Беларуси развитию ГЧП уделено большое внимание. Для поддержания институциональной среды в 2014 году был создан Центр ГЧП как структурное подразделение ГНУ «НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь». Центр ГЧП призван оказывать консультационную и методологическую поддержку органам государственного управления, продвигать ГЧП, взаимодействовать с Межведомственным инфраструктурным координационным советом по вопросам стратегии развития ГЧП в Республике Беларусь и формирования Национального инфраструктурного плана [7]. 1 сентября 2016 г. Центр ГЧП перенесен в структуру Национального агентства инвестиций и приватизации [8]. В соответствии с постановлением Совета Министров от 27 мая 2014 г. № 508 «О Межведомственном инфраструктурном координационном совете» утвержден Межведомственный инфраструктурный координационный совет [9]. Следует отметить, что роль Межведомственного координационного инфраструктурного совета была урегулирована постановлением Совета министров от 4 августа 2016 г. № 611 [10]. В 2015 году был принят закон от 30 декабря 2015 г. № 345-З «О государственно-частном партнерстве» [11].

В Республике Беларусь ГЧП в области инновационного развития сдерживается недостаточной ролью частного сектора в экономической деятельности. Развитию ГЧП в области инноваций способствуют свободные экономические зоны, научно-технические парки, профессиональные и деловые ассоциации и другие вспомогательные структуры. Однако предпринимательский сектор не является ведущим участником инновационного

процесса. В программе инновационного развития в Беларуси присутствуют только предприятия госсектора. Практически все научно-исследовательские и конструкторские работы выполняются в стране в государственных научных учреждениях.

Многие задаются вопросом, полезен ли зарубежный опыт для Республики Беларусь? Отвечая на этот вопрос, приходится сталкиваться с двумя крайними позициями. Одни специалисты настойчиво утверждают, что международный опыт нам не подходит, ссылаясь на специфику нашей страны. Другие же, наоборот, полагают, что главное – следовать «лучшей зарубежной практике» и не изобретать собственные специфические подходы.

На самом деле специалисты, которые непосредственно вовлечены в процесс развития и внедрения механизмов ГЧП, уверены, что необходимо учитывать как зарубежный опыт, так и белорусскую специфику.

Принципиальное значение имеет адекватная оценка и использование зарубежного опыта ГЧП в инновационной сфере с учетом белорусских реалий и критическое осмысление возможностей наилучшего механизма внедрения данного института в Республике Беларусь.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зелинская, М. В. Российская система образования на пути к экономике знаний / М. В. Зелинская, Я. Б. Матюшин // Креативная экономика. – 2012. – № 8 (68). – С. 45–50.

2. Варнавский, В. Г. Государственно-частное партнерство : теория и практика / В. Г. Варнавский, А. В. Клименко, В. А. Королев. – М. : Изд. дом гос. ун-та Вышш. шк. экономики, 2010. – 287 с.

3. Дадеркина, Е. А. Государственно-частное партнерство в инновационной сфере : международный опыт и возможность его использования в Республике Беларусь / Е. А. Дадеркина, Д. В. Ярошевич // Веснік БДУ. – 2013. – № 1 (3). – С. 56–60.

4. Абдумомунова, Д. С. Развитие государственно-частного партнерства в инновационной сфере: международный опыт / Д. С. Абдумомунова // Вестник Инновационного Евразийского университета. – 2012. – № 1. – С. 28–32.

5. Семенова, Е. А. Партнерство государства и бизнеса в интересах инновационного развития в странах ОЭСР [Электронный ресурс] // Аналитические обзоры РИСИ. – 2007. – № 4 (17). – Режим доступа: <http://www.riss.ru>. – Дата доступа: 18.04.2017.

6. Мерзлов, И. Ю. Международный опыт развития государственно-частного партнерства в экономически развитых странах: институциональный аспект / И. Ю. Мерзлов // Вестник Пермского университета. – 2012. – № 3. – С. 79–80.

7. Центр государственно-частного партнерства передан в структуру НАИП [Электронный ресурс] // Национальное агентство инвестиций и приватизации Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.investinbelarus.by/ru/press/news/b7f599d7e2c92866.html>. – Дата доступа: 22.03.2017.

8. Центр ГЧП [Электронный ресурс] // Официальный сайт центра государственно-частного партнерства. – Режим доступа: <http://www.pppbelarus.by/institutions/center/>. – Дата доступа: 08.04.2017.

9. О Межведомственном инфраструктурном координационном совете // Совет Министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.by/ru/content/5560>. – Дата доступа: 08.04.2017.

10. О внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь Постановление Совета Министров Республики Беларусь 4 августа 2016 г. № 611 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – 2017. – Режим доступа: http://www.pravo.by/upload/docs/op/C21600611_1470690000.pdf. – Дата доступа: 01.04.2017.

11. О государственно-частном партнерстве [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 30 дек. 2015 г. // Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим

Е. Н. Федорович,
студент 2-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИННОВАЦИИ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ И ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК ТРУДА

В XXI в. сложно представить себе жизнь людей без телефонов, ноутбуков, планшетов и других достижений науки и техники. Иначе говоря, человек не может обойтись без инноваций, прочно вошедших в его повседневную жизнь. Многие ученые считают, что именно инновации являются главной движущей силой экономического и социального развития, а инновационная деятельность привела наше общество к новой, более высокой ступени развития.

В научный обиход термин «инновация» впервые был введен известным австрийским экономистом Йозефом Шумпетером. Согласно его представлениям, этот термин означает изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [1, с. 12].

Сегодня под инновацией понимают некоторое новшество в сфере технологических разработок, реализации управленческих решений, организации бизнес-процессов, которое базируется на использовании передовых достижений в различных сферах науки [2].

С каждым годом инновации оказывают все большее влияние на экономику, поэтому охватить весь масштаб их применения крайне сложно, однако можно выделить основные направления влияния.

Во-первых, инновации влияют на качество продукции. Появление новых, усовершенствованных продуктов позволяет наиболее полно удовлетворить потребности человека.

Во-вторых, важно отметить, что инновации способствуют экономическому росту: создаются новые отрасли экономики, единый рынок (например, Интернет). Сегодня, находясь в различных точках мира, человек может приобрести необходимый ему товар, не выходя из дома, через интернет-магазин.

В-третьих, благодаря инновациям увеличивается доля компетентных и высококвалифицированных специалистов. Предположим, что на каком-либо заводе X появляется новое оборудование (новый станок). Для того чтобы эффективно на нем работать, знаний, которые имеет работник, уже недостаточно, и ему необходимо повысить свою квалификацию. Так повышается качество кадров.

Также инновации способствуют снижению издержек производства. Изобретаются новые технологии, которые позволяют уменьшить объемы расходования электроэнергии, воды и т. д.

Инновации влияют на конкурентоспособность отдельного человека или организации. Дж. А. Гобсон высказал мнение, что действительное конкурентное преимущество заключается в способности находить новые рынки, производить новые товары, а также изобретать новые способы изготовления этих товаров. Если фирма обладает инновацией, которая пользуется спросом на рынке, то, безусловно, это будет являться ее конкурентным преимуществом как минимум до момента, пока организации-конкуренты не создадут аналог инновации или пока не иссякнет спрос на эту инновацию. Как известно, фирма, обладающая конкурентным преимуществом, при прочих равных условиях имеет возможность получить высокую прибыль

или даже сверхприбыль за счет создания естественной монополии. Другие организации, действующие в том же или смежном сегменте рынка, что и компания, обладающая инновацией, вступают в конкурентную борьбу и будут стремиться «разрушить» образовавшуюся естественную монополию прежде всего путем разработки различных инновационных идей. Очевидно, что конкуренция возрастает, что благотворно сказывается на конъюнктуре рынка в целом [3].

Инновации способствуют увеличению доли рынка, расширению круга потенциальных покупателей, завоеванию новых сегментов рынка, стабилизации и закреплению положения на рынке.

Прорывные инновации, несомненно, изменят жизнь человечества и внесут значительные коррективы в мировую экономику. Сотрудники глобального института McKinsey (MGI) изучили более ста технологий и выбрали 12 прорывных, которые в ближайшие несколько лет наилучшим образом повлияют на мировую экономику и жизнь людей (рис. 1).

В результате внедрения 12 прорывных технологий прямые выгоды человечества, по данным MGI, оцениваются в пределах от 14 до 33 трлн долларов. Неудивительно, что именно развитые страны получают большую часть этого прироста. Последняя цифра сопоставима с современным ВВП США и Евросоюза вместе взятых. На самом деле выгода от внедрения инноваций может быть намного больше, так как экономисты не учитывали косвенные эффекты от внедрения новых технологий. Рассмотрим наиболее интересные из 12 прорывных инноваций поподробнее.

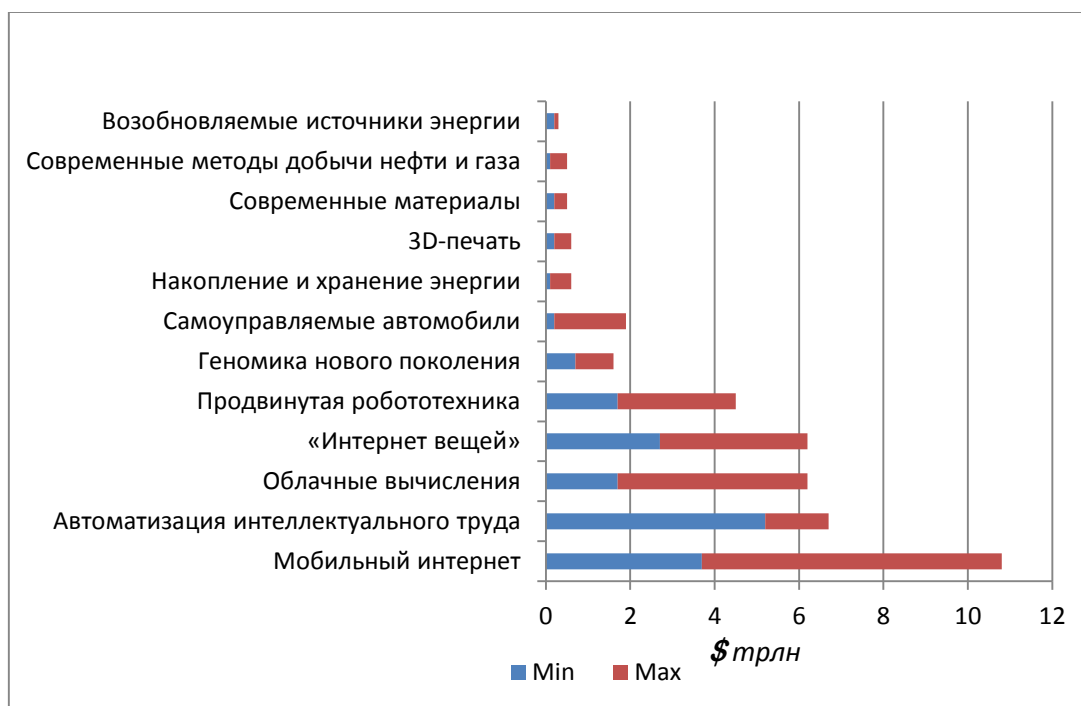


Рисунок 1 – 12 прорывных инноваций, которые изменят экономику к 2025 году

Мобильный интернет. В 2016 году исследовательский центр Pew опубликовал очередной доклад о развитии интернета в мире. В настоящее время общее количество интернет-пользователей постоянно растет, однако разница между уровнем доступа к Сети в развитых и развивающихся странах все еще достаточно ощутима (рис. 2).



Рисунок 2 – Процент охвата сетью Интернет различных стран мира

В рамках исследования было охвачено 40 стран. В среднем 67 % населения заявили, что они либо используют Интернет время от времени, либо пользуются смартфоном. Наивысшие показатели доступа были отмечены в Южной Корее, Австралии, Канаде, где процент интернет-пользователей достигает соответственно 94, 93 и 90 %. В США, Великобритании, Испании, Израиле и Германии этот показатель превышает 80 %. Более 60 % населения стран с переходным типом экономики используют Интернет более чем на 60 %. Наибольшие показатели интернет-доступа в развивающихся странах составляют: в Нигерии – 39 %, в Индонезии – 30 % и 22 % – в Индии. Самые низкие показатели относятся к некоторым самым бедным странам, участвовавшим в исследовании, таким как Буркина-Фасо (18 %), Пакистан (15 %), Уганда (11 %) и Эфиопия (8 %).

В разрезе регионов наибольшее число интернет-пользователей имеют доступ к Сети в Америке и Европе. По всем 40 странам мира, участвовавшим в исследовании, молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет больше используют интернет или имеют смартфон.

На продолжительность и периодичность доступа в интернет большое влияние оказывает возраст, образование и доход [5].

Автоматизация интеллектуального труда. По мнению ученых, уже к 2025 году многие задачи типичного работника умственного труда начнут поддаваться автоматизации. Уже сегодня компьютеры научились виртуозно работать с информацией, интерпретировать человеческую речь и понимать команды, воспринимать действия и намерения людей. Это позволит представителям различных профессий: менеджерам, преподавателям, медицинским работникам, юристам, финансистам, администраторам, инженерам – переложить на вычислительные устройства часть служебных обязанностей. Стоит отметить, что в некоторых случаях компьютер и вовсе сможет заменить людей.

Облачные вычисления позволили серьезно удешевить IT-услуги: сейчас арендовать «облако» в среднем в три раза дешевле, чем покупать сервер. Согласно технической версии, «облако» – это больше чем просто интернет. С точки зрения пользователя, это среда, скрывающая все технические и программные детали. Все, что необходимо пользователю, – уметь работать с WEB-браузером [6].

«Интернет вещей» – это разного рода встроенные в машины сенсоры и приводы, а также инфраструктура для их работы. Пример: использование дистанционного контроля для лечения заболеваний.

Самоуправляемые и полусамоуправляемые автомобили. Самоуправляемые автомобили – это новейшая и весьма перспективная разработка компании Google. После Google свои варианты автономных систем управления транспортом стали разрабатывать крупные автопроизводители, а также Tesla. Особенность самоуправляемых автомобилей заключается в том, что они не требуют оператора, т. е. водителя, со всеми вытекающими отсюда последствиями: отсутствие педалей и руля, освободивший интерьер редизайн, повышенная безопасность, наличие разнообразных датчиков и навигационных технологий, а также повышенная скорость обработки дорожной информации. Есть мнение, что самоуправляемые автомобили неизбежно произведут революцию, избавив людей от необходимости управлять автомобилем самостоятельно.

Суммарный пробег беспилотных автомобилей Google достиг почти 500 тыс. км. За это время они попали лишь в одну аварию, да и ту – по вине человека [7].

3D-печать. За четыре года стоимость домашнего принтера трехмерных объектов упала в 10 раз.

Современные материалы: нанолечения, суперконденсаторы для батарей, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны. Для сравнения, 10 лет назад 1 г нанотрубок стоил 1000 долларов, сейчас – 50 долларов.

Возобновляемые источники энергии, прежде всего солнце и ветер. К 2025 году на них может прийти до 16 % мирового энергоснабжения. Генерация энергии из двух этих источников выросла с 2000 года в 10 раз [4].

Как уже отмечалось ранее, инновации играют огромную роль в экономике стран. Не является исключением и Республика Беларусь. Формирование инновационной экономики – приоритетное направление для нашей страны.

Интенсивному инновационному развитию национальной экономики в 2016 – 2020 гг. будет способствовать проведение стимулирующей бюджетно-налоговой, денежно-кредитной и инвестиционной политики. Повысится роль отраслевой и фундаментальной науки, будет обеспечена ее интеграция с производством. В основных положениях программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 гг. отмечается, что Национальная академия наук Беларуси должна стать инновационно-производственной корпорацией для формирования высокотехнологичного сектора на собственной исследовательской и технологической базе. Особая роль ей принадлежит в интенсивном развитии космической деятельности, нано- и биоиндустрии, робототехники [8].

Реализация указанных мер будет способствовать росту инновационной активности белорусских предприятий и, соответственно, дальнейшему формированию сильной и устойчивой экономики в Республике Беларусь.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шумпетер, Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капиталов, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер. – М. : Директ-Медиа, 2007.

2. Сурин А. В. Инновационный менеджмент / А. В. Сурин, О. П. Молчанова. – М. : Моск. гос. ун-т. им. М. В. Ломоносова, 2008. – 193 с.

3. Иванова, З. В. Роль инноваций в современной экономике / З. В. Иванова, С. Ю. Уксусова // Информационные процессы инновационного бизнеса. – Екатеринбург : Изд-во Уральского государственного экономического университета, 2012.

4. Неяскин, Г. 12 прорывных инноваций, которые изменят экономику к 2025 г. [Электронный ресурс] / Г. Неяскин // Republic – онлайн-журнал о политике, экономике и бизнесе. – Режим доступа:

https://republic.ru/economics/12_proryvnykh_innovatsiy_kotorye_izmenyat_ekonomiku_k_2025_godu-944968.xhtml. – Дата доступа: 22.04.2017.

5. Сухачева, А. Доступ к интернету в мире: статистика, тренды [Электронный ресурс] / А. Сухачева // Новый репортер. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/03/28/dostup-k-internetu-v-mire-statistika-trendy/>. – Дата доступа: 22.04.2017.

6. Денисов, Д. В. Перспективы развития облачных вычислений / Д. В. Денисов // Прикладная информатика. – 2009. – № 5 (23) – С. 52.

7. Самоуправляемые автомобили [Электронный ресурс] // Новости высоких технологий. – Режим доступа: <https://hi-news.ru/tag/samoupravlyaemye-avtomobili>. – Дата доступа: 22.04.2017.

8. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 гг. [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет – портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2017/january/22672/>. – Дата доступа: 23.04.2017.

А. К. Федорович,

студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Проблема персонала, его развитие, формирование и правильное использование – одна из важнейших проблем в области управления. Она постоянно обсуждается и находится в центре внимания разных специалистов в области управления, научных работников, руководителей всех уровней, поэтому данная тема остается актуальной и на сегодняшний день.

Сегодня трудовые ресурсы играют существенную роль на различных предприятиях и в различных организациях. Качество его подбора и эффективность использования напрямую связаны с результатами производственной деятельности предприятия.

Данная тема является актуальной, однако приспособить различные теории мотивации к современным организациям весьма проблематично. Сложность заключается в слабой изученности особенностей мотивации работников, занятых в отдельных отраслях экономики и видах производства.

Само понятие «мотивация» есть процесс эмоционально-чувственного сопоставления образа потребности человека с образом внешнего предмета. Стимулирование – процесс воздействия на человека посредством значимого для него внешнего предмета, побуждающий его к определенным действиям [1].

Мотивация в управлении – комплексный подход к управлению персоналом, который направлен на создание мотивов, побуждающих к действию, целью которых является продуктивное выполнение сотрудником своих обязанностей.

К факторам, которые способствуют мотивации сотрудников, можно отнести:

- достижение работника;
- обучение;
- корпоративная культура;
- награда;
- организация и управление;
- признание.

С точки зрения организаций и предприятий, система мотивации подразумевает постановку целей, которые будут соответствовать индивидуальным потребностям и желаниям

и таким образом будут способствовать достижению поставленных целей. Целью таких стратегий является выделение определенного подхода, который обеспечит высокую продуктивность выполнения обязанностей сотрудниками.

Стимулы, побуждающие персонал работать эффективнее:

- уровень оплаты труда;
- уважение со стороны руководства;
- ответственность перед фирмой и коллегами;
- уровень социальной защиты;
- возможность карьерного роста;
- возможность самореализации и т. д.

Любой начальник хочет видеть в своем подчинении ответственных, трудолюбивых и исполнительных работников. Для этого необходимо мотивировать сотрудников, чтобы они выполняли свои обязанности продуктивно. Мотивация необходима для эффективного выполнения принятых решений и намеченных работ. А так как каждый человек индивидуален, то и мотивация в организации должна быть не однообразной и однородной, а ориентированной на потребности и мнения сотрудников, потому что для одного стимулом является карьерный рост, а для другого – повышение материального благосостояния [2].

Существуют различные методы повышения эффективности системы управления. К ним можно отнести:

- усовершенствования системы премий и оплаты труда;
- внедрение ИТ;
- повышение квалификации, обучение и аттестацию персонала предприятия;
- совершенствование работы с персоналом, т. е. создание условий для личной инициативы работника, контроль за профессиональными навыками и профессиональными особенностями, создание благоприятной атмосферы в коллективе и т. д.;
- повышение мотивации персонала;
- внедрение новых технологий в производительный процесс;
- эффективную систему управления персоналом;
- проведение мероприятий по социальной защите персонала [3].

В настоящее время наиболее сложной практической проблемой в Республике Беларусь в организациях является эффективное использование персонала. Высокая текучесть кадров, низкий уровень исполнительности, некачественный труд, безответственное отношение к работе, отсутствие условий для реализации потенциала работников, некорректное воздействие руководителей на персонал, отсутствие межличностных коммуникаций и перспективы карьерного роста – эти факторы являются показателем неэффективного использования персонала. Организации должны понимать важность этой проблемы, так как при правильной реализации различных методов стимулирования возможно достижение более высоких результатов с меньшими затратами при этом времени, труда и средств. Также это способствует увеличению объемов деятельности, сокращению затрат организаций, увеличению заработной платы работников и процветанию организации в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шамрай, С. Ю. Мотивация и стимулирование персонала к повышению эффективности функционирования предприятия [Электронный ресурс] / С. Ю. Шамрай // Мультидисциплинарный научно-практический журнал. – 2015. – № 4. – Режим доступа: <http://www.veri.ru/upload/iblock/0fc/0fc35851c41810638d53706d9002feaf.pdf>. – Дата доступа: 28.04.2017.

2. Шарова, Е. Б. Мотивация персонала как фактор повышения эффективности функционирования организации [Электронный ресурс] / Е. Б. Шарова // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya>

personala-kak-faktor-povysheniya-effektivnosti-funktsionirovaniya-organizatsii. – Дата доступа: 28.04.2017.

3. Трофимчук, Е. А. Пути повышения эффективности использования персонала организации [Электронный ресурс] / Е. А. Трофимчук // Электронная библиотека БГУ. – Режим доступа: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/48281/1/trofimchuk_2012_sbornik8_tom2.pdf. – Дата доступа: 25.04.2017.

К. А. Чирва,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Мотивация труда – побуждение человека к деятельности, направленной на достижение целей организации; совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают ей направленность [1].

В современных условиях развития общества применение методов мотивации персонала позволяет стимулировать работников предприятия на достижение его стратегических целей, влияет на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта.

Ключевыми элементами формирования системы материальной мотивации персонала в зарубежных странах являются:

- использование тарифной системы;
- применение прогрессивных форм оплаты труда;
- распространение оригинальных систем премирования и стимулирование нововведений;
- повышенная оплата умственного труда;
- индивидуализация заработной платы [3].

Япония является лидером технологического прогресса, именно оттуда приходит большая часть технологий – от смартфонов до роботов.

В Японии действует следующая система: производительность труда опережает уровень жизни. Это значит, что в стране используются новейшие технологии, которые обеспечивают ее существование и развитие, т. е. люди делают в разы больше, чем необходимо для уровня поддержания жизни. Сотрудники в Японии верны стране, им внушают, что интересы государства, а не собственная выгода превыше всего.

К тому же в Японии действует другой режим заработной платы, там учитываются три фактора:

- возраст человека;
- трудовой стаж;
- профессиональные навыки.

Чем выше эти показатели, тем выше и заработная плата в Японии, поэтому их основная мотивация – это:

- 1) увеличение жалования (за счет увеличения стажа и навыков);
- 2) корпоративный дух (там люди работают за результат – это их основная мотивация).

В Японии также существует система пожизненного найма сотрудников. Компания, в которой работает японец, становится для него второй семьей. Исходя из этого, формой нематериальной мотивации выступает психологическая схема «отец – сын», где отец – это компания, а сын – сам работник.

В США присутствует другая экономическая система, соответственно, там будет и другая мотивация сотрудников. Вся экономика страны строится на следующем алгоритме:

поощрение предпринимательства – обогащение большинства людей – сбор налогов. Именно это движет американскую экономику вперед.

В США материальная мотивация является основной. Руководители ценят в сотрудниках самостоятельность и новаторство, поощряются идеи сотрудников. Те сотрудники, которые хоть что-то сделали новое и полезное на благо компании, получают высокие премии. Система премирования в США очень распространена. Чем сотрудник надежнее, чем он больше помог компании, тем больше премии он получает. Здесь, в отличие от Японии, практически не обращают внимания на стаж, возраст и квалификацию.

Еще одной важной составляющей американской модели мотивации является так называемый «процент от продаж»: когда сотрудник продал много товара или акций, ему начисляется хороший процент от продаж, в некоторых компаниях процент доходит до отметки 40 [2].

В Швеции ценят и учитывают в первую очередь мнение работников самых низших уровней. Работники имеют полное право самостоятельно выбирать технологию выполнения различных задач. Топ-менеджеры разъясняют работникам, что и в каком количестве хотят видеть по итогам выполнения работы, а как именно это сделать – решает сам работник. Такая структура на предприятии называется «люди, цель и процесс». Мотивация труда в таком случае прослеживается очень хорошо. Работник получает достойную заработную плату, а также возможность импровизировать, что позволяет ему чувствовать свою значимость и полезность для компании.

Для шведов главным мотивирующим фактором являются отношения в коллективе. Дружба, партнерство, товарищеская поддержка и добрая атмосфера – вот что для них главное. Второе место занимает интересная и немонотонная работа, а уровень оплаты вообще отодвигается на последнее, седьмое место. Многие шведские компании позволяют своим работникам работать дома.

В Швеции используется политика «солидарной заработной платы».

Принципы данной политики:

- 1) одинаковая оплата за одинаковый труд;
- 2) сокращение разрыва между максимальными и минимальными заработными платами

[3].

Во Франции экономика значительно слабее, чем в вышеупомянутых странах, но все же французская производительность труда занимает высокое положение во всем мире. Здесь все построено на конкуренции, конкурирует все: предприятия, товары, люди, идеи.

По этой схеме и происходит мотивация сотрудников. Устанавливаются различные стенды, доски почета и т. д. – это нематериальная мотивация, которая приносит свои плоды во многих компаниях. Однако материальная мотивация является основной. На предприятии или в компании устанавливается балльная система, чаще всего от 0 до 120 баллов, если человек набрал за месяц 100 – 120 баллов, то ему присваивается высшая категория, за нее он получает высокую надбавку к зарплате.

Эта схема очень высокоэффективна и позволяет добиваться отличной производительности.

Вообще во Франции сильно развита система изучения менеджмента, где изучается также и мотивация, к тому же там очень много тренингов. Тренинг мотивации персонала является одним из самых популярных во Франции [2].

В большинстве компаний принята 35-часовая неделя. Для любого француза повышенное внимание со стороны компании является нормой, а подавляющее большинство работников считают, что свободный график является лучшим методом нематериальной мотивации. В то же время их мало интересует возможность повышения квалификации и обучения за счет фирмы, а вот помощь в погашении кредитов, медицинское страхование и корпоративное питание французами приветствуется [4].

В Нидерландах основными мотивирующими факторами для работников являются льготы и компенсации. Если сотруднику необходима консультация врача, то компания

предоставит этому сотруднику два оплачиваемых часа, в течение которых он сможет посетить врача. Если же работник в течение трех месяцев отсутствовал на рабочем месте по болезни, то ему предоставят один оплачиваемый выходной день.

Таким образом, проанализировав системы мотивации персонала в зарубежных странах, можно извлечь определенные элементы, которые могут быть использованы на белорусских предприятиях. К таким элементам относятся:

- 1) ротация кадров, которая позволяет работникам осваивать новые функции, расширять свой опыт работы;
- 2) профессиональная переподготовка кадров;
- 3) развитие партнерских отношений между руководителями и подчиненными;
- 4) гибкий график работы, неполная рабочая неделя. Этот прием может привести к сокращению непроизводственных затрат, стремлению персонала к повышению качества продукции и снижению потерь рабочего времени;
- 5) продвижение по служебной лестнице и личный рост сотрудников. Данный способ требует финансовых затрат предприятия, однако именно он позволяет крупнейшим компаниям, например IBM, General Motors, сохранять лидирующие положения на рынке в США.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дорофеева, Л. И. Основы теории управления : учеб.-метод. комплекс для студентов, обучающихся по направлению «Управление персоналом» для подготовки бакалавров / Л. И. Дорофеева. – Саратов, 2015. – 433 с.
2. Зарубежный опыт мотивации персонала или как мотивируют персонал за рубежом? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prgma.ru/zarubezhnyj-opyt-motivacii-personala-ili-kak-motiviruyut-personal-za-rubezhom>. – Дата доступа: 29.04.2017.
3. Опыт мотивации труда в ведущих странах мира и целесообразность его применения на отечественных предприятиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://персонал-престиж.рф/опыт-мотивации-труда-в-ведущих-страна>. – Дата доступа: 27.04.2017.
4. Мотивация за рубежом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.motivuem.com/motivaciya-za-rubezhom.php>. – Дата доступа: 27.04.2017.

К. А. Чирва,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПРОЕКТЫ – СРЕДСТВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Стратегическое развитие организации требует определения трех основных составляющих: четких ориентиров развития, способов и технологий осуществления конкретных инициатив развития и необходимых для этого корпоративных ресурсов. Эти составляющие должны присутствовать одновременно и иметь определенное качество для того, чтобы организация могла эффективно и качественно развиваться [5].

Миссия отражает уникальность конкретной организации и обосновывает, зачем она существует.

Видение – это взгляд на желаемое будущее организации, а также на то, как достичь этого будущего. Видение показывает, чего организация стремится достичь, что важно для ее процветания, какие ключевые факторы успеха делают ее уникальной.

Вместе миссия и видение формируют ее общую цель.

Ключевой фактор успеха – это фактор, который необходим для выживания организации. Решение подобных стратегических вопросов определяет конкурентные преимущества организации.

Цель – это описание того, чего организация хочет достичь. Она формируется исходя из ключевых факторов успеха и определяет этапы на пути к реализации этих факторов.

Стратегия – это констатация того, каким образом мы собираемся достичь цели.

Стратегический процесс управления состоит из следующих этапов:

1. Анализ и определение миссии организации.
2. Установление долгосрочных целей и задач.
3. Анализ и определение стратегии для достижения целей.
4. Осуществление стратегии с помощью управления проектами [1].

В большинстве организаций уже установились процессы стратегического планирования и как минимум раз в год составляются долгосрочные планы, утверждаются цели и выработываются стратегии.

Существует два способа развития организаций:

1. Плавное развитие – происходит медленное стабильное увеличение количества и объема производства основных видов продукции, услуг, расширение рынков, увеличение численности персонала. Оно обычно встречается в устойчивых и развитых отраслях промышленности.

2. Скачкообразное развитие – развитие происходит отдельными скачками (небольшими, средними и большими), которые не укладываются в рамки плавного развития. Осуществление значительных шагов на пути развития организации требует их исполнения в виде проектов [2].

Как правило, любая компания стремится к успеху, т. е. переходу из нынешнего состояния в какое-то будущее желаемое состояние. И достижение этого состояния является стратегической целью компании на текущем этапе ее развития. Для достижения стратегических целей предприятия высшее руководство выбирает определенную стратегию и в ее рамках предпринимаются те или иные проекты [3].

Проект – комплекс действий, состоящий из взаимосвязанных задач, выполняемых различными функциональными подразделениями, с четко определенными целями и бюджетом. Все проекты в организации взаимосвязаны за счет использования общих ресурсов.

Существуют как положительные, так и отрицательные стороны применения проектов в развитии организации.

Положительные стороны:

- создается современное окружение и новые условия, применяются инновационные методы и технологии;
- возникают новые связи, партнеры;
- существует вероятность повышения статуса компании в дальнейшем.

Отрицательные стороны:

- некоторые руководители компаний не разрешают сотрудникам отрываться от основной производственной работы;
- для выполнения проектов может потребоваться дорогостоящее обучение;
- работники не могут работать на двух руководителей, которые предъявляют отличные друг от друга требования;
- нарушаются дружеские связи и привычный распорядок [4].

Для того чтобы эффективно управлять проектами, формируется портфель проектов, который состоит из отдельных проектов и программ.

Программа – долгосрочное предприятие, которое включает в себя два или более проектов, требующих тесной координации.

Примеры программ:

- разработка нового продукта;

– выход на рынок другого региона и др.

В организации может существовать только один общий корпоративный портфель проектов, но в крупных организациях часто определяется несколько портфелей для различных стратегических целей организации.

Выделяют три основных типа портфелей проектов:

1) создающие ценности стратегические проекты или проекты в масштабах предприятия;

2) операционные проекты, которые приводят к повышению эффективности организации и соответствуют основным нуждам функциональных подразделений;

3) обеспечивающие соответствие обязательные проекты, которые необходимы для поддержания внутренних нормативов и стандартов.

Для того чтобы эффективно управлять портфелями проектов, необходимо определить приоритеты входящих в них проектов. Относительная значимость факторов, которые влияют на приоритеты проектов, различна и зависит от типа организации и рассматриваемого проекта [1].

Процесс управления портфелями проектов включает в себя следующие этапы:

1. Определение портфелей проектов, которые необходимо сформировать в организации.

2. Определение категорий проектов в портфелях, основанное на критериях, неизменных для всей организации. Примеры категорий проектов: информационные технологии, освоение нового рынка и т. д.

3. Идентификация и распределение всех текущих и предлагаемых проектов по категориям и программам.

4. Подтверждение того, что все проекты соответствуют стратегическим целям организации.

5. Определение степени важности проектов в программах и портфелях.

6. Разработка главного расписания проекта. Сюда необходимо включить логические взаимозависимости проектов. Первоначальный вариант главного расписания должен периодически пересматриваться.

7. Формирование и ведение банка данных ключевых ресурсов.

8. Выделение доступных ресурсов в программы и проекты из портфелей. Отразить ресурсные ограничения необходимо как в приоритетах и расписаниях отдельных проектов, так и в главном расписании портфеля проектов.

9. Сравнение объемов финансовых потребностей с доступными средствами.

10. Принятие решений о том, каким способом нужно реагировать на недостаток денег или дефицит других ключевых ресурсов и чем руководствоваться при утверждении списка финансируемых проектов и приоритетов.

11. Планирование, утверждение и управление каждой программой и каждым проектом с использованием процессов управления проектами организации, а также вспомогательных систем и инструментов в каждой категории проектов. Руководители и команды проектов детально прорабатывают планы, которые используются при утверждении проекта.

12. Регулярный пересмотр приоритетов, перераспределение ресурсов, календарное перепланирование всех программ и проектов в портфелях [1].

Таким образом, выполняя проекты, компания действует в рамках выбранной стратегии и достигает стратегических целей, а значит, развивается. Чем быстрее компания будет выполнять свои проекты, тем быстрее она будет развиваться. Чем меньше будут затраты на выполнение проектов, тем меньше будут затраты компании на развитие. Значит, чем успешнее осуществляется управление проектами, тем быстрее и с меньшими затратами компания достигает своих целей. Соответственно, успешное управление проектами является важным фактором, который обеспечивает успех компании в конкурентной борьбе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Т. В. Интернет-курс по дисциплине «Выбор проектов» / Т. В. Алексеева. М., 2010.
2. Арчибальд, Р. Управление высокотехнологичными программами и проектами / Рассел Д. Арчибальд ; пер. с англ. Е. В. Мамонтова ; под ред. А. Д. Баженова, А. О. Арефьева – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Компания АйТи ; ДМК Пресс, 2010. – 464 с.
3. Связь управления проектами со стратегией организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://iteam.ru/publications/project/section_42/article_2465. – Дата доступа: 10.04.2017.
4. Фунтов, В. Н. Развитие компании и проекты развития / В. Н. Фунтов // Экономические науки. – 2010. – № 10 (71). – С. 112–116.
5. Фунтов, В. Н. Управление проектами развития фирмы : теория и практика / В. Н. Фунтов. – СПб. : Питер, 2009. – 496 с.

О. А. Юшкевич,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Состояние инновационной деятельности является важнейшим индикатором развития общества и его экономики. Поэтому в развитых странах она является составной частью государственной социально-экономической политики.

В настоящее время актуальным является внедрение инноваций не только в сферу материального производства, но и социальную. Инновационная система охватывает все сферы жизнедеятельности общества и имеет своей целью привнести новшества, которые позволят усовершенствовать и процесс управления персоналом, добиться поставленных целей более экономически целесообразными средствами, создать новые рабочие места в сфере услуг.

Экономика Республики Беларусь переходит к инновационному пути развития, который базируется прежде всего на человеческом потенциале. В связи с этим поиск эффективных методов управления персоналом, путей повышения производительности труда, обеспечение условий для внедрения инноваций являются приоритетными направлениями [1].

Система управления персоналом является непременной составляющей для функционирования и развития любой организации. Она представляет собой совокупность функциональных подсистем, объединенных едиными целями и задачами и действующих на основе единых принципов и методов управления.

Управленческие инновации связаны с целенаправленным изменением состава функций, организационных структур, технологий и организации процесса управления, методов работы, ориентированных на замену элементов управления или его системы в целом [2]. Представляется целесообразным обозначить те узловые точки в системе управления персоналом, которые в наибольшей степени связаны с возможностями внедрения инноваций в деятельность работников.

Инновационная система управления персоналом в организации должна формировать его состав из работников, способных разрабатывать, внедрять и широко использовать инновации. Из этого следует, что предпосылки для инновационного пути развития определяются прежде всего наличием специалистов, способных генерировать инновационные идеи.

Активизация инновационной деятельности предопределяет принципиальные сдвиги в формах и методах управления персоналом на макро- и микроуровнях.

Инновационные технологии управления персоналом могут быть объединены в блоки, выполняющие следующие функции в системе персонального менеджмента:

- подсистема планирования персонала предполагает предварительную работу по формированию системы инновационной деятельности и включает в себя анализ рынка труда и кадрового потенциала организации, планирование и прогнозирование ее потребности в персонале;

- подсистема развития персонала включает в себя внешнее и внутреннее формирование профессиональной компетенции сотрудников для реализации инноваций в организации;

- подсистема мотивации и стимулирования персонала направлена на разработку нормирования и тарификации трудового процесса, систем оплаты труда, форм участия персонала в прибылях и капитале, инструментов морального поощрения, организацию нормативно-методического обеспечения системы персонального менеджмента;

- подсистема организации инновационной деятельности персонала реализует установление взаимосвязей и распределение функций между работниками, занятыми инновационной деятельностью, предоставление прав и установление ответственности между ними, осуществление сравнения фактически полученных результатов инновационной деятельности с запланированными и при необходимости их корректировку [5].

Инновации в системе управления персоналом могут реализовываться в двух формах – с постепенным улучшением отдельных аспектов работы персонала (текущие) и в форме радикального, скачкообразного улучшения всей системы управления персоналом в целом (прорывные).

Постепенное улучшение не связано с резкими изменениями результатов деятельности персонала организации и обычно не затрагивает структурные изменения. В самом общем виде его можно представить как долгосрочное непрерывное совершенствование с привлечением максимального количества работников.

Радикальное улучшение системы управления персоналом, как правило, затрагивает не только улучшаемые аспекты деятельности работников, но и всю систему управления персоналом в целом. Основными причинами, обуславливающими кардинальные перемены в организации, являются существенное отставание от конкурентов, громоздкость управляемой системой, отсталость используемых технологий и т. д. Радикальные инновации должны осуществляться на основе процессного подхода, с помощью таких методов, как бенчмаркетинг, реинжиниринг процессов, анализ затрат, связанных с процессами, создание новых процессов и т. д. [4].

Очень важно, чтобы руководители понимали, что цель подобных проектов – не внедрение инновации, а формирование инновационного поведения работников и через его организацию эффективное стимулирование, использование передового опыта зарубежных компаний в этой области и формирование инновационной формы организационной культуры [5].

Таким образом, внедрение инноваций в системе управления персоналом должно быть направлено на трансформацию отношения работников к организационным изменениям и организацию инновационной деятельности самих сотрудников. Это позволяет сформулировать главную цель инновационной системы управления персоналом: обеспечение организации сотрудниками, постоянно генерирующими инновации во всех аспектах своей деятельности, их эффективное использование на основе создания условий для внедрения инноваций и профессионального развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Суровкин, Н. В. Система управления персоналом как инновация / Н. В. Суровкин // Управление персоналом. – 2005. – № 3. – С. 22–27.

2. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом : учебник / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 304 с.
3. Кремнев, Р. Г. Реализация инновационной стратегии организации как фактор решения проблем занятости: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2000. – 18 с.
4. Харрингтон, Дж., Эсселинг, К. С., Ним-веген, Харм Ван Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизации / Дж. Харрингтон, К. С. Эсселинг, Харм Ван Ним-веген. – СПб. : Азбука, 2002. – 320 с.
5. Тебекин, А. В. Управление персоналом : учеб. пособие для СПО и прикладного бакалавриата / А. В. Тебекин. – М. : Изд-во «Юрайт», 2015. – 182 с. (Серия «Профессиональное образование»).

Секция 7

Инновационная экономика в условиях трансформации

Е. А. Варикаш,
студент 2-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

РОЛЬ ТНК В СОВРЕМЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Инновация – это процесс создания, внедрения и использования новых предметов и технологий, средства и способы удовлетворения человеческих потребностей.

Основные функции инноваций в экономике:

- повышение конкурентоспособности товара предприятия и страны, что обеспечивает прогрессивный вектор ее динамики;
- обеспечение диверсификации (расширение ассортимента выпускаемой продукции);
- привлечение внешних финансовых ресурсов с целью завоевания рыночной власти и установления господства в развитии ведущих секторов мировой экономики.

Мировая практика показывает, что инновации занимают ведущее место в экономике развитых стран, где базируются ведущие транснациональные корпорации (далее – ТНК). Они определяют динамику, структуру, уровень конкурентоспособности товаров и услуг на мировом рынке, контролируют международное движение капитала и прямых иностранных инвестиций. Благодаря своим производственным и финансовым возможностям они сосредотачивают в своих руках наиболее наукоемкие производства, способствуют развитию новых технологий.

Почти все крупнейшие ТНК по национальной принадлежности относятся к «триаде» – трем экономическим центрам нашей планеты – США, ЕС и Японии. Однако в последнее время активно развивают свою деятельность на мировом рынке транснациональные корпорации новых индустриальных стран (в табл. 1 указаны особенности географического размещения транснациональных корпораций в мире за 2012 год).

Таблица 1 – Особенности географического размещения ТНК в мире

Страны мира	Количество головных офисов национальных ТНК, ед.	Количество филиалов заграничных ТНК, ед.	Количество стран размещения филиалов национальных ТНК, ед.
США	23	66	170
Япония	16	53	180
Великобритания	13	66	145
Франция	13	67	103
Германия	10	70	131

Примечание – Источник: [Трифорова И. В. Роль транснациональных корпораций в глобализации мировой экономики // Молодой ученый. – 2013. – № 9. – С. 243–245].

Отраслевая структура ТНК диверсифицирована: 60 % международных компаний заняты в сфере производства (они специализируются прежде всего на электронике, автомобилестроении, химической и фармацевтической промышленности), 37 % – в сфере услуг и 3 % – в добывающей промышленности и сельском хозяйстве.

В Республике Беларусь транснациональные корпорации присутствуют практически во всех отраслях, начиная от пивных баров и заканчивая крупными нефтяными компаниями. Однако наибольшее количество ТНК сосредоточено в банковской и страховой сферах.

На данный момент в РБ действует две из топ-100 крупнейших ТНК в мире – Coca-Cola и McDonalds. Ведут свою деятельность и другие крупные компании со всего мира. Совместное белорусско-датское предприятие «Маерск Медикал» производит одноразовые шприцы и катетеры. Иностранное частное унитарное производственно-торговое предприятие «Сироб» разрабатывает, производит и продает оборудование, используемое на разных стадиях производства полупроводников. Совместное предприятие «Бакко Бисов» на данный момент является единственным производителем биметаллических ленточных пил промышленного назначения для металло- и деревообработки на территории всего СНГ.

Наибольшее количество совместных и иностранных предприятий на территории Беларуси создано с участием Российского капитала – 1002, США – 481, Германии – 360, Польши – 329, Великобритании – 247, Литвы – 276 и Латвии – 194 предприятия.

Многие страны, как развитые, так и развивающиеся (в том числе и РБ), одобряют деятельность ТНК на своей территории. Более того, в мире существует конкуренция между странами по привлечению прямых зарубежных инвестиций, в процессе которой ТНК получают налоговые скидки и другие льготы.

Таким образом, внедрение инноваций делает прогресс более разносторонним, творческим и широкомасштабным. Транснациональные корпорации способны нарушать изоляцию национальных экономик, вовлекая их в единый процесс развития с мировым экономическим сообществом. ТНК способствуют научно-техническому прогрессу, применению технических знаний в глобальном масштабе (поскольку для удержания лидерства им необходимо постоянно наращивать и совершенствовать информационные возможности), способствуют установлению новых схем во всемирном разделении труда. Интегрируют рабочую силу стран и, предъявляя ей повсеместно одни и те же требования, ТНК играют важную роль в распределении международных стандартов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Булатова, А. С. Мировая экономика : учебник / А. С. Булатова. – М. : Экономистъ, 2009. – 407 с.
2. Владимиров, И. Г. Исследование уровня транснационализации компаний // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 99–114.
3. Гордеев, В. В. Мировая экономика и проблемы глобализации : учеб. пособие / В. В. Гордеев. – М. : Высш. шк., 2010. – 407 с.
4. Онгоро, Т. Н. Экономическая глобализация // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 3/4 (19/20).
5. Будюхин, Н. В. Бюллетень студенческой научно-исследовательской лаборатории (СНИЛ) «Теория, история и методология экономической науки» / Н. В. Будюхин, 2012. – 10 с.

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ведение инновационной деятельности ввиду ее специфики всегда характеризуется высоким уровнем рисков, но вместе с тем при успешном внедрении инновационной разработки обеспечивает высокую доходность. Специфический риск инновационной деятельности следует определять как степень неопределенности, отражающую вероятность достижения поставленных целей по реализации нового товара или услуги, которые могут не найти своего потребителя на рынке или оказаться малоэффективными. Остановившись на отрицательном аспекте рисков инновационной деятельности, следует особо подчеркнуть то, что невозможно избежать в полной мере рисков неблагоприятного исхода принимаемых решений, но возможно снизить вероятность и/или уровень потерь при их наступлении.

Очевидно существование необходимости в разработке системы управления рисками, основными этапами которой являются анализ и разработка перечня возможных рисков ситуаций, анализ и прогнозирование причин и последствий их возникновения. От того, насколько полным и исчерпывающим будет составленный перечень рисков ситуаций и насколько адекватны предполагаемые критерии оценки риска, зависит возможность эффективного управления рисками [1].

Инновационные проекты, как правило, не имеют аналогов на рынке, поэтому прогнозировать сопровождающие их риски крайне сложно. Риски при осуществлении инновационной деятельности зависят как от внутренних факторов, связанных с реализуемым проектом (степень компетентности сотрудников, наличие необходимых финансовых и других ресурсов, уровень правовой защиты интеллектуальной собственности), так и от внешних рыночных условий (потребительского и платежеспособного спроса, наличия компаний – конкурентов).

С целью анализа сущности и специфики рисков инновационной деятельности следует подробно исследовать основные этапы реализации инновационного проекта. Основу любого инновационного проекта составляет определенная новаторская идея, которая должна обладать следующими характерными чертами: полезностью для потребителя и возможностью внедрения в течение какого-то промежутка времени [2]. Следует учесть, что для реализации инновации на практике потребуются ресурсы (финансовые, материально-сырьевые, производственные, технические, технологические и др.), которые могут быть ограничены ввиду их специфики или уникальности.

При реализации инновационного проекта даже при соответствующем уровне финансирования успешность внедрения инновации на рынке во многом зависит от степени профессионализма осуществляющей проект команды. В такой команде интеллектуальные ресурсы каждого участника эффективно дополняют друг друга. Участники инновационного проекта должны обладать гибкостью, высокой степенью согласованности при принятии решений и быстротой реагировании на те или иные события.

Полученные результаты научных исследований и разработок необходимо своевременно и должным образом оформлять и защищать патентами, в противном случае возникает угроза потери конкурентных преимуществ, а также утечки конфиденциальной информации.

На этапе коммерциализации результатов инновационного проекта важно сделать правильный выбор потребительского сегмента (целевой группы потребителей) и провести эффективную маркетинговую политику (определить стратегию и время выхода на рынок, организовать рекламные кампании, выявить возможности потенциальных конкурентов).

На каждом из рассмотренных этапов инновационного проекта возможно возникновение специфических рисков ситуаций, которые необходимо своевременно выявлять, предупреждать или предотвращать, используя соответствующие методики управления рисками. Процесс управления рисками начинается с их выявления и классификации.

В настоящее время существует множество подходов к классификации рисков инновационной деятельности. Под классификацией рисков понимается их систематизация на основе определенных параметров, признаков и критериев. Таким образом, та или иная классификация рисков отражает распределение риска по различным категориям: содержанию, источникам возникновения, этапам реализации и участникам инновационного проекта и др. [3, 4, 5, 6].

Следует отметить, что общепринятой классификации рисков инновационной деятельности пока не сформировалось. Некоторые исследователи считают, что на этапе идентификации рисков инновационного проекта классификация рисков является частью этого этапа и проводится для анализа полноты перечня рисков ситуаций путем сопоставления с общепринятой классификацией рисков [7].

В связи с тем, что каждый инновационный проект обладает своим уникальным профилем рисков, обращение к единой классификации и дальнейшее ее применение на практике могут оказаться недостаточно эффективными. Поэтому предлагается использование классификационной матрицы рисков по степени их вероятности и влияния (рис. 1), так как не все инновационные риски имеют одинаковую вероятность или степень тяжести воздействия на проект.



Рисунок 1 – Классификационная матрица видов инновационных рисков по степени вероятности и влияния

Примечание – Источник: собственная разработка.

Игнорируемые риски (низкая степень вероятности и влияния) не требуют дополнительных ресурсов на управление ими. Например, риск попадания в пробку по пути на важную встречу с инвестором несет в себе некоторую угрозу зарекомендовать себя с отрицательной стороны, но, с другой стороны, всегда есть возможность объяснить возникшую ситуацию и принести свои извинения.

Страхуемые риски (низкая степень вероятности, высокая степень влияния) имеют высокий потенциал воздействия, но могут быть предотвращены с помощью страхования. Это становится особенно актуальным, когда возможности страхования доступны и затраты на него относительно невелики. Например, тщательная подготовка и своевременная подача документов для участия в конкурсе, проводимом венчурным фондом; своевременная регистрация патента на новый продукт или технологию.

Предотвращаемые риски (высокая степень вероятности, низкая степень влияния) способны в определенной степени затруднить деятельность, но являются предотвратимыми. Например, утрата информации, хранимой только на бумажном носителе, или технический

сбой в работе компьютера и, как следствие, потеря важной информации могут негативно отразиться на реализации проекта. В таком случае требуется создание резервных ресурсов или мощностей, с тем чтобы в случае внезапного возникновения неблагоприятных обстоятельств процесс разрешения непредвиденных ситуаций был гибким, а последствия не отражались на инновационном процессе.

Существенные, но адаптируемые риски (высокая степень вероятности и влияния) несут в себе основную угрозу для всего инновационного процесса, поскольку они являются слишком дорогостоящими, чтобы их застраховать, но их нельзя просто игнорировать или избежать из-за тяжести последствий для инновационного проекта.

Таким образом, матрица инновационных рисков предназначена для оценки уровня того или иного риска, выделяемого в процессе реализации проектов, и может быть использована как один из элементов системы управления рисками.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федотова, Г. В., Манченко, Т. А. Особенности оценки инновационных рисков / Г. В. Федотова, Т. А. Манченко // Финансы и кредит. – 2011. – № 10 (442). – С. 52–62.
2. Козлов, О. В. Сущность и роль инноваций и инновационной деятельности в современном мире / О. В. Козлов // Вестник Московского государственного открытого университета. – 2011. – № 4. – С. 17–21. (Серия «Экономика и право»).
3. Галетов, И. Д., Железин, А. В., Аванесян, М. Г. Исследование особенностей снижения риска и неопределенности инновационной деятельности промышленного предприятия / И. Д. Галетов, А. В. Железин, М. Г. Аванесян // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 3. – С. 161–164.
4. Калеев, С. В. Методы анализа и оценки рисков инвестиционных проектов / С. В. Калеев // Ученые записки Санкт-Петербургского академического университета. – 2011. – № 3 (33). – С. 150–156.
5. Качалов, Р. М., Слепцова, Ю. А. Динамика риска в процессах инновационного развития предприятий / Р. М. Качалов, Ю. А. Слепцова // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2014. – № 4. – С. 72–86 (Серия 3 «Экономика. Экология»).
6. Плаксина, И. А., Ашмарина, С. И. Идентификация рисков инновационной деятельности высших учебных заведений на основе сбалансированной системы показателей / И. А. Плаксина, С. И. Ашмарина // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 5. – С. 82–89.
7. Нечаев, А. С., Прокопьева, А. В. Идентификация и управление рисками инновационной деятельности предприятий // Економічний часопис-XXI. – 2014. – № 5–6. – С. 72–77.

Н. В. Ивашинко,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Конкурентоспособность продукции – это способность товара отвечать требованиям конкурентоспособности рынка, запросам покупателей в соответствии с аналогичными товарами на рынке.

Конкурентоспособность продукции включает в себя три основные группы показателей:

- 1) нормативно-правовые;

- 2) технические;
- 3) экономические.

Первая группа показателей представляет собой данные, которые определяются в соответствии с техническими параметрами и нормативными требованиями. Основными условиями таких показателей являются соответствие международным и национальным стандартам качества, действующее на определенном рынке; патентная чистота изделий, содержащих технические решения, не подпадающие под действие патентов, выданных в стране, на рынке которой предполагается сбыт данного изделия. В таком случае гарантией стабильности уровня качества является система качества.

Ко второй группе показателей относится непосредственно само качество продукции.

К третьей группе показателей относят цену потребления. Иначе это полные затраты потребителя в течение периода полезного использования [3, с. 256].

Как известно, на рынке действует непрерывная жесткая конкуренция между предприятиями. В связи с этим каждое из них стремится либо вводить новые виды продукции, либо совершенствовать уже производимые изделия. Во многом на конкурентоспособность предприятия влияет конкурентоспособность его продукции, а следовательно, и качество выпускаемого товара. Каждая организация стремится различными способами улучшить качество и довести максимально его до совершенства.

Качество продукции относится к числу наиважнейших показателей деятельности предприятий любой формы собственности. Достижение высокого и стабильного качества продукции на предприятии позволяет:

- увеличить объем реализации, а следовательно, и прибыли;
- обеспечить конкурентоспособность продукции;
- повысить имидж предприятия;
- снизить риск банкротства и обеспечить устойчивое финансовое положение предприятия [4].

Конкурентоспособность предприятия в самом широком смысле можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов. Ее изменение во времени связано как с внешними, так и с внутренними факторами. На конкурентоспособность производителей, объемы их продаж и прибыль во всех сегментах мирового рынка в наибольшей степени влияют три важнейших фактора:

1. Объемы инвестиций в инновации, техническое и технологическое перевооружение производств, в создание и развитие товаропроводящей сети.
2. Налоговые меры государств по поддержке своих производителей.
3. Коммерческий расчет в структурных звеньях предприятий в соединении с высоким уровнем мотиваций для менеджмента (в особенности) и всех работников к выручке, прибыли и развитию средств производства.

Оптимальная система национального производства любой суверенной страны должна включать следующие системные элементы:

- государственную денежно-инвестиционную систему;
- налоговую систему;
- производителей товаров, работ, услуг.

Чтобы добиться максимальной конкурентоспособности экономики любой страны, нужно сформировать такие варианты отношений и связей между названными элементами системы национального производства и создать такие условия во всех их подсистемах, при которых они станут давать максимальный полезный эффект.

Для выхода любой страны из кризисных тенденций по оптимальному пути необходимо:

- создание в стране высокоэффективной государственной инвестиционной бездолговой валютно-денежной системы;
- оптимизация налоговой системы по критерию максимального содействия конкурентоспособности продукции и прибыльности ее продаж;

– создание условий высоких хозрасчетных мотиваций для менеджмента и всех работников организаций к повышению эффективности их работы и развитию национальных средств производства [1, с. 128].

Система производственных отношений становится оптимальной и достигает максимума в своей целевой функции тогда, когда в ней сложится равновесие между системообразующими элементами. Ущемление интересов любого из системообразующих элементов (инвестора, работника, общества, государства) неизбежно приводит к накоплению в системе противоречий и ее последующей деградации.

Меры по совершенствованию налоговой системы должны осознанно открыть пути создания высоких мотиваций для работников на предприятиях всех видов и форм собственности с выгодой как для собственника, так и для работников и для государства с построением такой системы производственных отношений в предприятиях и корпорациях, которая обеспечит:

– решение проблемы снятия противоречий между хозяином и наемным работником, при котором наемные работники относятся к имуществу своей компании (организации) и к результатам своего труда как к совершенно чужим для них предметам;

– устранение конфликта интересов собственника и наемного работника, при котором собственник имущества стремится к прибыли и развитию имущества предприятия, а работники хотят высокую зарплату, которая уменьшает прибыль;

– наилучшие возможности конкурентоспособности, устойчивости, прибыльности, развития предприятия [2].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пелипась, И. Национальная конкурентоспособность Беларуси: отвечая на современные вызовы / И. Пелипась ; под ред. И. Пелипася. – Минск : Белпринт, 2010 – 200 с.

2. Геополитика [Электронный ресурс] // Конкурентоспособность белорусских предприятий и пути ее повышения в современных условиях. – Режим доступа: <http://geopolitics.by/analytics/konkurentosposobnost-belorusskih-predpriyatij-i-puti-ee-povysheniya-v-sovremennyh>. – Дата доступа: 02.05.2017.

3. Володько, О. В. Экономика организации : учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй ; под ред. О. В. Володько. – Минск : Выш. шк., 2012. – 390 с.

4. Информационно-образовательный портал [Электронный ресурс] // Эффективность повышения качества продукции. – Режим доступа: http://www.hanadeeva.ru/biblioteka/knigi_economika/Cergeev/effect_kachestva/index.html. – Дата доступа: 02.05.2017.

Д. А. Канащ,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

В Республике Беларусь ключевое значение отводится разработке и стимулированию процессов финансирования инновационных проектов, ведь именно за счет инноваций происходят укрепление и рост экономики. В Беларуси создана модель государственного стимулирования инноваций и венчурного бизнеса, которая реализуется через деятельность Белорусского инновационного фонда, который с 2010 года финансирует инновационные проекты на возвратной основе и согласно Указу Президента Республики Беларусь № 252 наделен функциями государственного венчурного фонда.

В нестабильном и быстро меняющемся мире в последнее время регулярно появляются все больше крупных и средних компаний, которые готовы финансировать перспективные инновационные проекты для получения прибыли. Во многих сферах деятельности открытия совершаются не только профессионалами, но и небольшими группами энтузиастов, чьи проекты зачастую требуют финансирования от крупных компаний. С появлением новых технологий и увеличением роли интернет-коммуникаций в бизнесе в настоящее время существует много вариантов финансирования перспективного проекта. Суть венчурного финансирования заключается в предоставлении суммы венчурного капитала предприятиям для реализации инновационных проектов повышенного риска в обмен на соответствующую долю в уставном фонде. В отличие от государственного финансирования, венчурные инвестиции могут быть вложены в бизнес-проект любой направленности, будь то высокотехнологичная разработка, открытие студии кинозаписи либо строительство.

В перспективе в Республике Беларусь венчурные фонды должны выступать в роли элементов инновационной инфраструктуры, ориентированной на оказание финансовой поддержки инновационно-активным предприятиям.

Становление венчурного предпринимательства в Республике Беларусь позволит:

- 1) обеспечить дополнительный приток инвестиций, в том числе из-за рубежа; реанимировать и существенно активизировать национальный инновационный потенциал;
- 2) сблизить белорусскую и международную предпринимательскую среды на основе самых современных форм и направлений экономической активности, взаимодействия с непосредственными разработчиками инновационных продуктов;
- 3) получить с венчурным капиталом не только западные деньги, но и передовой управленческий опыт, обширные деловые контакты, необходимые для международной коммерциализации собственных технологических разработок.

Стадии финансирования инновационного проекта из средств венчурного фонда:

- 1) осуществление поиска перспективных инновационных проектов;
- 2) проведение анализа потенциальных проектов и выбор наиболее удачного из них в плане будущего дохода;
- 3) составление бизнес-плана проекта с учетом опыта представителей венчурного фонда;
- 4) планирование и составление точной стратегии инвестирования средств в предприятие;
- 5) заключение договора об инвестировании с авторами проекта;
- 6) предоставление всевозможной помощи в виде деловых связей и советов, основанных на опыте инвесторов;
- 7) завершение проекта и выход из него при получении оговоренной доли дохода проекта.

Отдельной категорией венчурного инвестирования являются так называемые «бизнес-ангелы» – частные венчурные инвесторы, которые вкладывают деньги в инновационный проект. Примечательным является происхождение данного понятия: так называли богатых посетителей Бродвейского театра, которые поддерживали театр в финансовом плане.

Основная проблема в финансировании инновационных проектов в РБ связана с тем, что финансируют их в основном банки, которые вкладывают не свои деньги. Главная задача банка – сохранность денег вкладчиков, поэтому банки в первую очередь ориентированы на минимизацию рисков. Им в обязательном порядке нужно обеспечение выданных кредитов. Однако ломбардных банков, которые дают кредиты просто под обеспечение, в Беларуси нет. Банки выделяют кредитные ресурсы под реализацию конкретных бизнес-проектов, а обеспечение кредита – условие необходимое, но недостаточное. Следовательно, банкам выгодно, чтобы это был простой проект, например покупка технологического оборудования, с помощью которого может производиться продукция для хорошо известных рынков (продукты питания, строительные материалы и др.). Приобретаемое оборудование, как правило, оформляется в залог.

Проблемы венчурных фондов в том, что они финансируют проекты в пределах от 3 до 8 млн долларов США. Для более крупных проектов могут использоваться смешанные формы финансирования. При этом венчурные инвесторы приходят только тогда, когда уже есть готовая технология или продукт. Они не вкладывают деньги в научные разработки. Их цель – коммерциализация (выведение на рынок) существующих разработок. Для того, чтобы обратиться к венчурным фондам, нужно иметь готовую технологию и соответствующим образом оформленные права на нее (если необходимо). Научная фаза может финансироваться либо за счет грантов, либо за счет собственных средств инициатора проекта.

Существует много способов организации венчурного фонда. Это может быть частный фонд, открытый одним либо несколькими предпринимателями, также фонд может быть создан при участии нескольких компаний.

При финансировании инновационного проекта венчурные фонды руководствуются лишь извлечением максимальной прибыли, поэтому критериев отбора, как правило, меньше, чем при государственном финансировании.

На сегодняшний день развитие венчурного финансирования сталкивается с рядом проблем, поэтому необходимо:

1) расширить правовую базу, с одной стороны, регламентирующую порядок осуществления венчурной деятельности, а с другой – стимулирующую потенциальных инвесторов к участию в ее осуществлении;

2) развивать фондовый рынок, так как функционирование венчурной индустрии невозможно в стране без развитого рынка ценных бумаг;

3) значительно увеличить количество субъектов инвестирования – инновационных организаций.

Для формирования грамотного инвестиционного предложения инвестору необходимо решить целый комплекс маркетинговых, финансовых, юридических и организационных вопросов. Решение этих вопросов зачастую требует существенных временных и финансовых затрат, которые разработчик не всегда может себе позволить.

В этой связи государственная политика должна быть направлена на то, чтобы в стране генерировалось как можно больше инновационных бизнес-проектов. С этой целью целесообразно развитие системы соответствующих конкурсов (в системе ГКНТ, АН, Минобразования) с последующим выделением победителям грантов на дальнейшую разработку инвестиционных проектов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Корнилов, Д. А., Зайцев Д. А. Информационное сопровождение бизнеса, интернет-продажи и продвижение продукции / Д. А. Корнилов, Д. А. Зайцев // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций : материалы Международной научно-практической конференции ученых, специалистов, преподавателей вузов, аспирантов, студентов, 2014. – С. 13–22.

2. Первышин, М. Н., Корнилов, Д. А., Зайцев, Д. А. Финансирование венчурных инновационных проектов с использованием фондов поддержки научно-технической деятельности в промышленных холдингах / М. Н. Первышин, Д. А. Корнилов, Д. А. Зайцев // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 5-1 (46-1). – С. 662–665.

3. Бевзелюк, А. Методы оценки инвестиционных проектов / А. Бевзелюк // Банкаўскі веснік. – 2012. – № 19. – С. 12–18.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 02.05.2017.

МОТИВАЦИЯ МОЛОДЕЖИ НА ТРУД И ЭКОНОМИЧЕСКУЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ

Мотивация – это то, в чем нуждается любой человек, когда дело касается какой-либо сферы его деятельности. Мотивация может быть как внутренней (ряд причин, связанных с жизненной позицией человека), так и внешней (воздействие внешних факторов, социума, семьи). В настоящее время молодежь – это тот слой общества, который больше всего нуждается в мотивации на труд для получения необходимого опыта в определенной сфере и повышения своей эффективности на рабочем месте.

Молодежь не обладает большим запасом реального опыта, а потому является наименее конкурентоспособной на рынке труда. Миссия молодежной политики состоит в том, чтобы повысить конкурентоспособность молодых людей и позволить им занять свою нишу на рынке труда.

В настоящее время актуальна проблема безработицы для молодежи в Республике Беларусь. Численность безработных в возрасте до 30 лет на конец 2016 года составила практически 1,7 млн человек [1]. Одна из проблем такого количества неработающих молодых людей – это немотивированность к труду и экономической самостоятельности.

Отсутствие мотивации объясняется рядом причин:

1. Малое количество молодых людей заботится о своем будущем. В школе многие не задумываются о том, кем они станут в будущем, идут учиться туда, куда хватает баллов, и, как следствие, занимаются не своим делом, у них нет желания работать по полученной специальности.

2. Малая заработная плата. Окончив высшее учебное заведение, многие молодые люди находятся в поисках работы, но, как правило, им предлагается значительно меньшая заработная плата, нежели людям с большим опытом работы. У молодежи пропадает желание работать.

3. Ориентация на «деньги». Многие молодые люди думают лишь о том, как получить наибольшую материальную выгоду, забывая о важном моменте, о том, что только конкурентоспособный, заинтересованный в работе и мотивированный человек будет востребован на рынке труда.

4. Завышенные ожидания. Практически никто, будучи молодым, не задумывается над тем, что ставит перед собой недостижимые цели, и над вопросом, есть ли у него возможности их реализовать. Как результат, якобы обманутые ожидания и упадок мотивации.

5. Непривлекательность рабочих мест. Значимую роль играет и то, насколько презентабельна работа. Социальная мотивация выходит на первый план, когда дело касается вопроса престижа рабочего места. Для многих будет играть важную роль то, как звучит название профессии, в каком здании (офисе) находится рабочее место.

Проблема безработицы молодежи является актуальной не первый год. Многие высшие учебные заведения пытаются помочь своим студентам в трудоустройстве, но мало кто пользуется этой помощью, соглашается идти работать на предлагаемое место и на подобные социальные аспекты.

Дополнительные гарантии в области содействия занятости обеспечиваются путем разработки и реализации целевых государственных программ содействия занятости, создания дополнительных рабочих мест и специализированных организаций, установления брони приема на работу, предоставления услуг по профессиональной ориентации, а также путем организации обучения по специальным программам.

Но все же Республика Беларусь нуждается в более масштабных мероприятиях и более действенных способах повышения мотивации молодых людей к трудовой деятельности.

Для решения причин низкой мотивации к труду и экономической самостоятельности среди молодежи можно рассмотреть мероприятия и инструменты для повышения мотивации среди молодых людей, используемых в других странах.

1. Например, в Японии существует пожизненный найм персонала (человек всю жизнь трудится в одной и той же компании), использование системы старшинства при определении заработной платы и служебного повышения, введение внутрифирменных профсоюзов. Использование этих трех принципов привело к повышению производительности труда в Японии, сокращению количества забастовок и протестов, облегчилось внедрение инновационных технологий в производство [2].

2. В США заработная плата работника начисляется исходя из количества отработанных часов. Существует определенная тарифная ставка за один отработанный час, и она умножается на количество отработанных работником часов.

3. Во Франции существует интересная балльная оценка труда. Неважно, какой у работника опыт, квалификация или сколько ему лет, все зависит от качества выполняемой работы. Она оценивается по баллам от 0 до 120, и, исходя из этого, начисляется заработная плата работника. Чем больше баллов, тем выше оплата труда.

4. Немецкая модель интересна тем, что в центре стоит человек как свободная личность, осознающая всю ответственность перед обществом, т. е. расчет сделан на социальную самосознательность граждан Германии, которые должны сами понимать свое место в производственной системе страны.

5. В Швеции мотивируют тем, что за равный труд обещают равную заработную плату. К тому же существует сокращение разрыва между минимальной и максимальной оплатами за труд.

Перенимая опыт зарубежных стран в мотивации молодых сотрудников, можно значительно понизить уровень безработицы среди молодежи в Беларуси, что пойдет на пользу общей тенденции мотивированности молодого населения на труд и экономическую независимость. Молодежи, в свою очередь, необходимо как можно быстрее адаптироваться к потребностям рынка труда после получения диплома, чтобы не угасала мотивация на труд и экономическую независимость.

Для того чтобы раскрывать свой потенциал, каждый человек должен заниматься делом, которое ему нравится. А мотивация к труду может помочь человеку найти свое место и стать успешным, реализоваться в определенной сфере деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 02.05.2017.

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-motivatsii-i-oplaty-truda>. – Дата доступа: 02.05.2017.

А. Ю. Красницкий,
студент 3-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ КОРЗИНЫ В СЕТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В последние годы на наших глазах происходит повсеместное внедрение компьютерно-кассовых систем в магазинах розничной торговли. В результате появляются предпосылки для решения таких задач, свойственных для современных логистических центров, как эффективное управление торговым предприятием, четкий учет денег и товаров, оптимизация товарных запасов, оценка эффективности продаж. Это позволяет снизить собственные затраты и повысить объем реализации за счет оперативной и безошибочной обработки данных, поступающих с кассовых терминалов, получения инвентаризационной информации более высокого качества, выбора оптимального процесса продаж и уменьшения численности обслуживающего персонала. Кроме этого, появилась принципиально новая для нашей розничной торговли возможность погружения в большие массивы оперативных данных и применения технологий Data Mining для извлечения знаний о предпочтениях и потребительском поведении покупателей.

Исследования обнаруживают [1] гендерные особенности потребительского поведения и то, что, по разным оценкам, от 60 до 75 % покупок носят импульсный характер. Даже если покупка предварительно запланирована, 7 из 10 покупателей принимают решение о выборе того или иного товара непосредственно в торговом зале. Благодаря этому значительному сегменту потребителей возникло и приносит плоды такое направление стимулирования потребления, как мерчандайзинг, согласно которому [2] правильная выкладка товара – один из главных инструментов продаж супермаркета.

В отличие от инструментов мерчандайзинга, основанного на психологических аспектах потребительского поведения, анализ рыночной корзины – процесс поиска наиболее типичных шаблонов покупок в супермаркетах [3]. Он производится путем анализа баз данных транзакций с целью определения комбинаций товаров, связанных между собой. Иными словами, выполняется обнаружение товаров, наличие которых в транзакции влияет на вероятность появления других товаров или их комбинаций. Например, если в результате анализа будет установлено, что совместная покупка макарон и кетчупа является типичным шаблоном, то, разместив эти товары на одной и той же витрине, можно «спровоцировать» покупателя на их совместное приобретение.

Анализ рыночной корзины – процесс поиска наиболее типичных шаблонов покупок в супермаркетах. Он производится путем анализа баз данных транзакций с целью определения комбинаций товаров, связанных между собой. Результаты, полученные с помощью анализа рыночной корзины, позволяют оптимизировать ассортимент товаров и запасы, размещение их в торговых залах, увеличивать объемы продаж за счет предложения клиентам сопутствующих товаров.

Ассоциативные правила. Для решения задачи анализа рыночной корзины используются ассоциативные правила вида «если... то...». Например, «если купил макароны, то купит и кетчуп».

Поиск ассоциативных правил среди отдельных товаров во многих случаях показывает практическое отсутствие ассоциаций с высокой (5 – 10 %) поддержкой. Особенно это характерно для магазинов, где велик ассортимент товаров каждого вида. Поэтому, несмотря на то, что в целом поддержка ассоциации *макароны* → *кетчуп* может быть очень высока, поддержка ассоциаций между отдельными видами этих товаров, скорее всего, будет низкой. В этом случае или снижается минимальная поддержка правила (интересует именно этот сорт,

производитель, расфасовка), или товары объединяются в товарные группы в зависимости от цели исследования. Отметим, что результаты при этих подходах тесно коррелируют.

Поиск ассоциативных правил среди отдельных товаров во многих случаях показывает практическое отсутствие ассоциаций с высокой (5 – 10 %) поддержкой. Особенно это характерно для магазинов, где велик ассортимент товаров каждого вида.

Результаты исследования. В качестве исходных данных для анализа использовался электронный вариант кассовой ленты за один месяц продаж в одном из магазинов торговой сети «Родная сторона».

В нашем случае исследовались дневные наборы продаж при **минимальной** поддержке и достоверности соответственно 1 % и 75 % для отдельных товаров и поддержке 10 % с той же достоверностью для товарных групп. Указанные параметры поиска позволяли найти 15 – 20 правил в каждый день продаж. Некоторые из них приведены ниже в табл. 1.

Если товары	То товары
К-са «Докторская» премиум, в/с, н/о / Гомель батон «Браславский», в/с, уп/нар, 500 г	Сыр «Сливочный», 50 % / Кобрин
Лещ ср. вяленый, вес/ «Санта»	Пиво «Оболонь» белое, 1 л
Хлеб «Старомонастырский» бездрож. колбаса «Ливерная» с печенью, вес	Томаты св. ст. / «Брилёво»
Молоко 2,8 %, 1 л, пленка / Гомель творог «Столовый» 2 %, 250 г / Гомель	Масло «Крестьянское», 200 г / «Октябрь»
М-з «Провансаль», 50 %, п/п 250 г	Сыр «Костромской», 45 % / Калинковичи
Огурцы св. / «Тепличное»	Томаты св. ст. / «Тепличное»
Если товарная группа	То товарная группа
Крабовые палочки	Маринованная кукуруза
Йогурт	Фрукты
Макароны	Кетчуп, колбаса
Пельмени	Сметана
Сельдь	Свекла

Все из приведенных выше правил четко прослеживаются, имеют достоверность 100 %, коэффициент улучшения (improvement) >1, и не все очевидны, во всяком случае, для авторов.

Графическое представление правил в программе Statistica7 представлено ниже на рис. 1.

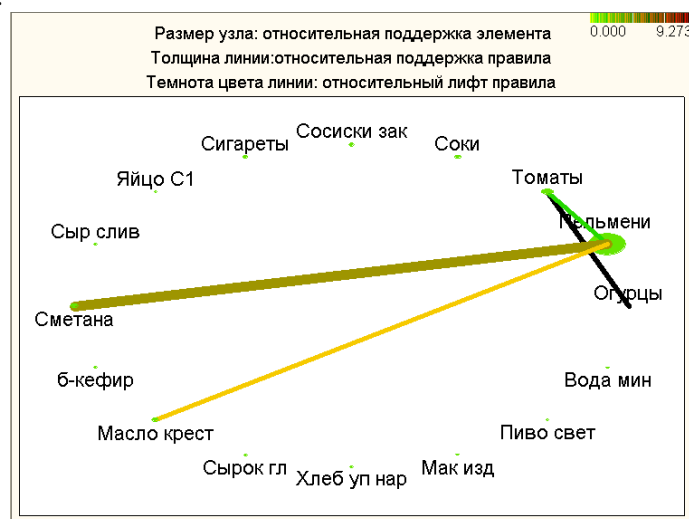


Рисунок 1 – Графическое представление правил в программе Statistica7

Подводя итоги, необходимо отметить следующее: в целом на предприятиях розничной торговли РБ накоплена информационная база и созрели предпосылки для использования инструментов бизнес-аналитики для решения задач сбытовой логистики. Вчерашние гастрономы, оборудованные учетно-аналитическими системами, приобретают как торговые предприятия новые возможности. Результаты, полученные с помощью анализа оперативных данных, позволяют оптимизировать ассортимент товаров и запасы, размещение их в торговых залах, увеличивать объемы продаж за счет предложения клиентам сопутствующих товаров практически без дополнительных капиталовложений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ильин, В. И. Поведение потребителей / В. И. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 224 с.
2. Колборн, Р. Мерчандайзинг / Р. Колборн. – СПб. : Нева, 2004. – 416 с.
3. Методы и модели анализа данных: OLAP и Data Mining / А. А. Барсегян [и др.]. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 336 с.

И. А. Кузьменко,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В последние десятилетия в мире произошло много процессов и изменений, которые имеют качественный характер, но они еще не получили общего распространения, еще не выделились в единое системное качество, а прокладывают себе путь как разнонаправленные и нелинейные тенденции. Наблюдаемые изменения связаны со всеми основными параметрами экономики и общества: господствующими технологическими укладами, экономической системой, социальными отношениями, институтами, типом общества и личности и др. Несмотря на различия, имеющиеся в различных оценках наиболее существенных изменений экономического и социального развития, все без исключения теории сходятся на оценке резко возрастающей роли инноваций и инновационного развития в определении сущности происходящих. Существенно актуализируются исследования нового содержания инновационного развития в условиях современных глобализационных процессов.

Современный мир – мир инноваций – постоянно меняется, непрерывно обновляется. Один из известных авторов, который сделал попытку концептуализации качественных изменений в окружающем мире, А. Бузгалин отмечает, что сегодня перед исследователями стоит задача перехода от первичного полуэмпирических обобщения некоторых черт генезиса «новой экономики» и теорий, что ее исследуют, к систематическому «теоретическому исследованию содержанию этого процесса» (табл. 1) [3, с. 21].

Таблица 1

Основные течения (теории)	Период		
	60 – 70-е гг.	конец 70-х – 80-е гг.	конец 80-х – начало 2000-х гг.

Техническая	Рассвет концепций постиндустриального общества	Исследование конкретных аспектов проблемы	Увеличение внимания к проблемам высоких технологий
Социальная	Рассвет теорий социализации капитализма	Сохранение интереса к некоторым проблемам (человеческий капитал, ESOP, кооперативный и др.)	Положение исследования частных проблем («экономика участия», конец работы и др.)
Структурная	Появление концепции структурных сдвигов	Генезис теории информационного общества	Рассвет теории информационного общества (общества знаний)
Глобалистическая	Рассвет исследований глобальных проблем	Акцент на исследованиях «частиц» аспектов глобальных проблем	Рассвет теорий «устойчивого развития», глобализации/интеграции
Социалистическая	Рассвет социалистических теорий постэкономических проблем	Застой в этих исследованиях	Начало «новой волны» в социал-демократических и неомарксистских исследованиях проблем постиндустриального общества и глобализации
Славянофильская			Возрождение евразийских теорий, близких к постэкономической проблематике
Методологическая			Генезис теорий общества «постмодернизма»

Примечание – Источник: составлено на основании данных [3, с. 22].

Стоит обратить внимание на то, что инновации – это не просто новшество, а способность к новому мышлению, к переосмыслению стереотипов, традиций и устоявшихся представлений. Никакое нововведение не произойдет, если мышление само по себе не будет инновационным. В современных условиях это особенно важно, потому что все, что усложняет и ускоряет экономическое развитие, обуславливает изменение способов его понимания.

Как правило, инновация способна разрушить представление об окружающей среде, правила и нормы жизни, которые существовали сотнями лет. «Мы живем в обществе и способны легко ориентироваться в нем, – пишет Ф. Хайек, – а наши действия с большей долей вероятности приводят к успеху не только потому, что окружающие нас люди руководствуются известными целями или известными соотношениями между средствами и целями, но и потому, что мы ограничены также правилами, назначения или происхождение которых нам неизвестно, да и об их существовании мы далеко не всегда догадываемся» [4, с. 32].

Инновация – это выход за грани общепризнанных фактов. Современная эпоха особенно имеет потребность в новом, даже не просто в новом, а кардинально новом. Как правило, потребность в инновациях возникает в переходные эпохи.

Начало XXI в. ознаменовалось одновременно цивилизационными, финансово-экономическими и социокультурными сдвигами, которые должны найти свое отражение и в характере инноваций.

В этом исследовании нас интересуют те инновации, которые реализуются в экономической сфере, обеспечивая решение задач социально-экономического развития, конкурентоспособности предприятий и страны в целом. Инновация – это не просто новое, воплощенное в хозяйственную деятельность. Инновация – это практически освоенная новация, новое знание, реализованное в практике. Внедрение инноваций повышает не только экономическую, но и социальную эффективность. Стоит обратить внимание на то, что инновация – это воплощенное в хозяйственную практику новое знание. А это значит, что при инновационном развитии, доступном обществу, фирме, умеют извлекать пользу от знаний, непонятных или непринятых другими. Такие инновации ведут к достижению более значимых целей и результатов. Радикальная инновация может вызвать прерывистость научной, хозяйственной, социальной, политической и другой традиций. Это становится основанием восстановления цивилизационного процесса, преимущества и выгоды которого могут прийти не сразу, а через некоторое время.

К характеристикам инновационного развития следует отнести такие его отличия, как производство новых знаний и способность их передачи и трансформации в реальную хозяйственную практику. Этот процесс во многом определяется рынком интеллектуальных услуг, объемом, качеством этих услуг, эффективностью механизма их производства и потребления. В экономической теории обычно под инновациями понимают нововведения, приводящие к ресурсосберегающему, продуктивному, или к потребительскому, или просто к конкурентному, или чисто экономическому (денежному, доходному, финансовому) эффекту, разумеется, позитивному с точки зрения образующего нововведения субъекта. Выгода от инновации может быть разной, иногда инновация является с доходной стороны провальной, а с позиции общества, его интересов – вполне необходимой [1, с. 5]. Говоря о системном характере феномена инновационного развития, следует подчеркнуть две особенности: 1) всеобъемлющий характер нововведений касается, как видно из вышеприведенного определения, практически всех сторон жизнедеятельности человека; 2) направленность этих инноваций на содержание социально-экономического развития. Содержание понятия развития не сводится к простому обозначению протекания любого процесса во времени, к какой-то временной характеристике процесса безотносительно к его содержанию. В развитие учеными вкладывается вполне конкретный смысл. Основное в его определении заключается в том, что процесс действительного развития происходит при непосредственном участии человека как в самом развитии, так и в его результатах. Инновационное развитие, таким образом, можно рассматривать не только как изменения, основанные на знаниях, инновациях, но и как развитие, управляемое человеком. Такая оценка современного развития наблюдается в подходах Всемирного банка, и в частности в утверждении об активных, ориентированных на накопление знаний стратегий развития [5, с. 201], о том, что «знание» и является развитием [5, с. 28], что «развитие без знаний невозможно», потому что «все, что мы делаем, зависит от знаний [5, с. 25], что «мир переходит к экономическим отношениям, которые будут строиться на основе знаний [5, с. 15].

Таким образом, в центре инновационной экономики, инновационного развития находятся системообразующие взаимосвязанные звенья развития – человек, знания, экономика. Исторический опыт наиболее развитых в экономическом отношении стран показывает, что все более важным фактором развития становится человеческая деятельность, основанная на знаниях. В силу того, что производящая знания функция – это исключительно человеческая функция, возрастание роли человека в развитии объективно обусловлено. Инновационная направленность развития является адекватным вызовом глобальных

трансформаций XXI в. Эти трансформации базируются на производстве, использовании и распространении знаний и реализуются при непосредственном и активном участии человека.

Новое мышление в условиях глобализационных процессов прежде всего связано с отказом от линейного, упрощенного представления о действительности. Проведенное исследование является основанием для определения следующих требований к трактовке современного инновационного развития:

1) необходимость расширения и обогащения методологии изучения многомерной реальности. Уход от догматического мышления – это не только путь к созданию инноваций, но и надежда на то, что они будут воплощены в действительность;

2) потребность учитывать при выработке стратегий современного развития национальные особенности, исторические традиции, социальную структуру общества;

3) человекоцентричность современного развития, которая заключается во взаимосвязанной реализации двух его составляющих – развития на основе выработки нового знания и развития для и с помощью человека;

4) направленность, востребованность индивидом, фирмой, обществом инноваций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инновационная экономика : монография / под ред. Ю. М. Осипова, И. В. Шевченко, Л. Н. Дробышевской, Е. С. Зотовой. – М. : Краснодар, 2008. – 537 с.

2. Глобальное и национальное в экономике: по итогам Международной научной конференции Малого университетского форума, Москва, 25 – 27 февраля 2004 г. / МГУ им. М. В. Ломоносова [и др.]. – М. : Центр общественных наук при МГУ им. М. В. Ломоносова, 2004. – 210 с.

3. Экономика знаний и инноваций: перспективы России / А. В. Бузгалин [и др.] ; под ред. А. В. Бузгалина. – М. : Экономический ф-т МГУ, ТЕИС, 2007. – 364 с.

4. Хайек, Ф. Право, законодательство и свобода / Ф. Хайек. – М. : ИРИСЭН, 2006. – 648 с.

5. Знания на службе развития. Отчет о мировом развитии 1998 – 1999. Включая выборочные показатели мирового развития. – М. : Весь мир : Всемирный банк, 1999. – 298 с.

Е. А. Липницкий,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОГРАММ

Устойчивый экономический рост Беларуси, повышение его эффективности в существующих экономических условиях не представляется возможным без комплексного использования имеющегося в республике инновационного потенциала. Это связано с тем, что в современном мире в основе качественных сдвигов, обеспечивающих высокоэффективное развитие социально-экономических систем, поддерживающих конкурентоспособность как отдельных регионов, так и государств в целом, лежит инновационная направленность стратегии и тактики совершенствования производства и иных видов деятельности.

На современном этапе развития экономики для всех развитых стран и большого количества представительных международных организаций главными темами экономических исследований все чаще становятся проблемы развития национальных инновационных систем и совершенствования инновационного потенциала, который является важнейшим фактором экономического роста. В данной связи большое значение приобретает наличие

инструментария для оперативного и объективного анализа уровня инновационного развития. В качестве такого инструментария используются международные рейтинги, составляемые авторитетными международными организациями [1].

Анализ инновационного развития г. Минска показывает, что стимулирование перехода промышленных организаций на инновационный путь развития и создание субъектов инновационной инфраструктуры осуществляется недостаточно эффективно, усилия местных органов управления в значительной степени ориентированы на использование прямых инструментов стимулирования. В то же время для дальнейшего динамичного развития необходим комплексный подход к стимулированию инновационных процессов.

В настоящее время существуют различные определения программ развития, которые рассматривают их как комплекс мер, обеспечивающий в рамках реализации ключевых государственных функций достижение приоритетов и целей государственной политики в определенной сфере.

Особая роль программ заключается в том, что в отличие от других финансовых инструментов они нацелены на решение не столько текущих, сколько перспективных задач. Однако значительного совершенствования требует практика управления реализацией программ [2].

Несмотря на необходимость реализации программ, органы государственного управления практически не проводят оценку эффективности их выполнения. В случае непроведения оценки эффективности реализации программ либо формальной оценки не приходится говорить о достижении целей программы и разрешении проблемных вопросов, так как принимать управленческие решения целесообразно после проведения оценки, поскольку устранение недостатков возможно только после их выявления.

При оценке эффективности реализации инновационных программ необходимо учитывать то, что результатом выполнения программы может быть не только увеличение финансово-экономических показателей, но и создание новых субъектов инфраструктуры, развитие нематериальных форм стимулирования и т. д.

С учетом анализа требований нормативных правовых актов обозначим принципы оценки эффективности реализации программ: объективности, эффективности, необходимости и достаточности показателей оценки, независимости, открытости и прозрачности. В соответствии с данными принципами обозначим требования, которым должны соответствовать показатели оценки: адекватность, достоверность, однозначность, экономичность, сопоставимость, своевременность и регулярность, в число используемых показателей должны включаться индикаторы, характеризующие мнение независимых субъектов об условиях деятельности в результате реализации мероприятий программы [3].

На основании анализа обозначим требования к методике оценки эффективности реализации инновационной программы:

- показатели оценки эффективности должны быть четко сформулированы и однозначны, должны меняться каждый отчетный период реализации программы в зависимости от влияния внешних и внутренних факторов;
- необходимо соблюдение разумного соотношения между затратами на сбор данных и полезностью этих данных;
- показатели должны обеспечивать сопоставимость во времени;
- управляющие органы должны иметь возможность оценивать затраты и непосредственные результаты;
- необходимо наличие обратной связи от исполнителей программы.

В последние годы в зарубежных государствах набирает популярность метод интегральной оценки, применяемый, как правило, для оценки уровня инновационного развития регионов и государств. Для оценки эффективности программы предлагается взять за основу методику интегральной оценки с учетом особенностей программ инновационного развития.

В связи с отсутствием в настоящее время в нашей стране утвержденной методики оценки эффективности инновационных программ рассмотрим предлагаемую методику и систему показателей оценки эффективности. Методика интегрированной оценки эффективности реализации программ основана на прямых измерениях конкретных показателей достижения целей и включает обоснование перечня показателей, оценку их статистической доступности, порядок расчета и определение агрегированного индикатора оценки.

Разработанная методика интегрированной оценки эффективности включает в себя сочетание трех основных аспектов: оценку финансирования инновационной программы, оценку уровня управления реализацией инновационной программы, оценку уровня проведения мероприятий по стимулированию инновационной деятельности.

Финансирование инновационной программы может осуществляться за счет средств республиканского и местного бюджетов, включая инновационные фонды, собственные средства организаций, кредитные ресурсы, иностранные инвестиции и прочие источники. В настоящее время основной объем финансирования приходится на собственные средства организаций. В то же время динамика последних лет показывает уменьшение доли иностранных инвестиций и кредитных ресурсов и увеличение доли бюджетного финансирования и собственных средств. В данной ситуации актуальным становится вопрос изменения структуры финансирования путем увеличения доли внебюджетных источников.

В соответствии с концепцией Программы инновационного развития на 2016 – 2020 гг. доля бюджетных источников (включая инновационные фонды) составит 19 %. Программой инновационного развития на 2011 – 2015 гг. предусматривалась доля бюджетных средств в размере 19,4 % [3].

В связи с этим оценка финансирования инновационной программы должна включать критерии, характеризующие изменение доли бюджетных средств в финансировании мероприятий, своевременность и полноту финансирования программы. Остальные критерии должны характеризовать степень выполнения запланированных показателей, своевременность выполнения мероприятий программы, учет корректировок программы, оценку различных аспектов инновационного развития региона со стороны инновационно-активных организаций.

Таким образом, взяв за основу мультипликативную модель оценки эффективности и дополнив ее показателями, выведенными на основе требований нормативных правовых актов и научных принципов построения программ, получаем методику оценки эффективности, которая рассчитывается, исходя из результатов оценки первичных критериев.

А значит, для оценки программ по следующим направлениям используются:

- структура и своевременность финансирования мероприятий программы;
- обеспечение полноты финансирования мероприятий программы;
- своевременность реализации проектов программы и наличие корректировок по срокам;
- степень выполнения значений целевых индикаторов программы;
- оценка субъектами хозяйствования уровня финансовой поддержки, степени информированности и обеспеченности инновационной инфраструктурой [4].

Таким образом, совершенствование форм государственной поддержки строится на основе оптимизации ключевых его элементов. Поэтому важным этапом повышения эффективности является оценка, основанная на предложенной комплексной системе количественных и качественных показателей, позволяющая разработать корректирующие мероприятия, провести мониторинг осуществляемых преобразований, обеспечить благоприятные условия для развития инновационной деятельности промышленных организаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агарков, С. А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика : учеб. пособие / С. А. Агарков, Е. С. Кузнецова, М. О. Грязнова. – М. : Академия естествознания, 2014. – 143 с.
2. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь, 10 июля 2012 г., № 425-3 : в ред. Закона Республики Беларусь от 11.05.2016 № 364-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
3. Об утверждении Инструкции о требованиях к структуре государственной программы и содержанию отчетов о результатах реализации государственной программы [Электронный ресурс] : постановление Министерства экономики Респ. Беларусь, 10 авг. 2016 г., № 51. – Режим доступа: http://kodeksy-by.com/norm_akt/source/type51-19.08.2016.htm. – Дата доступа: 02.05.2017.
4. Полтавский, П. А. Государственное регулирование инновационной деятельности / П. А. Полтавский // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 27. – С. 52–56.

Д. И. Магер,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ КРУПНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В существующих экономических и политических условиях во многих странах остро стоит вопрос о создании и производстве многих видов продукции, которая ранее поставлялась из-за рубежа. Как показала практика, продукция, производимая отечественными предприятиями, зачастую уступает в качестве. Именно поэтому сейчас так активно начали развиваться и образовываться инновационные предприятия различных форм. При этом в основном инновационные предприятия имеют малый масштаб производства и потому не могут обеспечить все потребности рынка. Соответственно, есть необходимость развития крупных форм инновационных предприятий или активизации инновационной деятельности на существующих заводах и производствах совершенно в любых сферах – важны как пищевая промышленность, так и приборостроение и медицина.

Если рассмотреть инновационный процесс как таковой, то необходимо понимать, что он неразрывно связан с инвестициями. И для осуществления инновационно-инвестиционной деятельности необходимо тесное и взаимовыгодное взаимодействие двух групп участников. Первая группа – это реципиенты инвестиций в инновационной сфере, т. е. те организации, которые непосредственно занимаются инновационной деятельностью и нуждаются в инвестициях, объективно обосновывая необходимость получения дополнительных финансовых ресурсов для своей деятельности. Ко второй группе относятся инвесторы – те организации или физические лица, которые обладают определенными финансовыми ресурсами и готовы на определенных условиях предоставить инвестиции для инноваций, если вложения отвечают их представлениям о соотношении риска и доходности [1].

Реципиентами инновационных инвестиций выступают научные организации – предприятия, фирмы, учреждения, подразделения в составе организаций, основным видом деятельности которых являются научные исследования и разработки.

Среди реципиентов инвестиций в инновации выделяют: венчурные компании, крупные инновационные предприятия (технопарки, научно-технические альянсы, инженерные центры,

исследовательские консорциумы и пр.), малые инновационные предприятия (деловые центры – бизнес-инкубаторы, внедренческие фирмы). Особое внимание стоит уделить именно крупным инновационным предприятиям, так как в отличие от венчурных компаний данные предприятия работают с менее рискованными продуктами и технологиями, а в отличие от малых инновационных предприятий имеют возможность быстрее и масштабнее организовывать производство.

Рассматривая технопарки как одну из прогрессивных форм организации инновационной деятельности в крупных масштабах, отметим, что их основной функцией является поддержание развития инновационной деятельности и способствование передачи на рынок готовых научно-технических новшеств. Технопарк – это территория, подходящая для создания инфраструктуры, на которой можно создать комфортные условия для жизни и работы [2].

Основная цель создания технопарков – укрепление связей между научными исследованиями, разработками и бизнесом. Такие связи появляются благодаря малым высокотехнологичным предприятиям, которые являются важнейшим элементом технопарка и способствуют ускорению вывода результатов научных исследований и разработок на рынок. Технопарк является юридическим лицом, его услуги оплачиваются спонсорами и заинтересованными фирмами. Финансовым итогом деятельности технопарка является прибыль от реализации результатов инновационной деятельности.

Исследовательские консорциумы – это объединение нескольких организаций, которые занимаются поиском и реализацией перспективных в коммерческом аспекте инновационных проектов. Создание консорциума предусматривает разделение ответственности между компаниями-учредителями, при этом сохраняются равные права партнеров и централизованное управление. В консорциум входят организации, различные по форме собственности, профилю и размеру. За участниками консорциума сохраняется их полная хозяйственная самостоятельность, но они подчиняются выбранному исполнительному органу в той части деятельности, которая касается целей консорциума. После выполнения поставленных целей и задач консорциум распускается.

Участие в консорциуме дает возможности:

- реализации исследований, которые нельзя было проводить самостоятельно из-за значительных затрат и риска;
- распределения расходов на выполнение НИОКР между фирмами-участниками;
- объединения фирмами-участниками дефицитных трудовых и материальных ресурсов;
- для выполнения НИОКР [3].

Научно-технический альянс – это союз нескольких фирм, различных по размеру, с университетами и/или государственными лабораториями на основе договора о совместном финансировании НИОКР, разработке или модернизации продукции [3]. Часто в создании альянса участвуют иностранные фирмы, и тогда данный союз приобретает статус международной компании. При этом, работая над технологией вне жестких национальных границ, альянсы снижают число и силу влияния различных рисков, в частности страховых рисков, рисков ограниченности ресурсов, рисков государственного регулирования.

Научно-технические альянсы бывают двух видов:

- с горизонтальной интеграцией (объединяются фирмы одной отрасли);
- с вертикальной интеграцией (фирмы разных отраслей).

При образовании альянса участники вкладывают интеллектуальные, материальные и другие ресурсы, а после достижения результата получают по соглашению свою долю интеллектуальной собственности. Они занимают промежуточное место между неорганизованной кооперацией и полным слиянием. Управление альянсом осуществляется либо одним из участников, либо специально избранным координирующим комитетом.

Все три формы крупных инновационных компаний интересны по-своему и имеют свое место в сфере инноваций. Сравним технопарки, консорциумы и альянсы в табл. 1 (собственная

разработка).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика крупных форм инновационной деятельности

Характеристика	Технопарки	Консорциумы	Альянсы
Структура и участники	Много малых инновационных предприятий и предприятия инфраструктуры	Несколько инновационных организаций	Несколько инновационных организаций и университеты и/или государственные лаборатории
Цель создания	Укрепление связей между наукой и бизнесом	Поиск и реализация перспективных новшеств	Финансирование НИОКР, создание и модернизация продукции
Степень зависимости участников	Полная самостоятельность участников, взаимодействие на основе общей цели	Хозяйственная самостоятельность участников при подчинении исполнительному органу консорциума	Объединение участников на время действия альянса и деление в итоге согласно доле интеллектуальной собственности
Время действия	Долгосрочно или бессрочно	Распадаются после выполнения задач консорциума	Распадаются после выполнения задач альянса

В целом по инвестированию в крупные инновационные компании можно выделить следующие особенности: вложение средств в наукоемкие инновации, которые имеют значительный объем, менее высокие риски вложений (по сравнению с венчурными компаниями) за счет распределения рисков среди участников инновационной деятельности. Крупные инновационные предприятия как научные организации – реципиенты инвестиции представляют собой субъекты хозяйствования, которым свойственна большая консервативность и более медленная, чем у венчурных фирм, реакция на новые общественные потребности в реализации новых идей в конечный продукт. Использование крупных инновационных предприятий эффективно в ряде случаев:

- когда объективно обосновано и запланировано крупномасштабное использование инноваций;
- когда требуются крупные вложения для освоения и продвижения инноваций, и при этом жесткая конкуренция на рынке;
- когда наблюдаются высокие издержки на начальном этапе производства инноваций;
- когда для производства инновационного продукта требуется использование сложных технологических систем, нужны длительные испытания и апробации, зачастую связанные с лицензированием и сертификацией [4].

Отличительной особенностью крупных инновационных комплексов является то, что они имеют финансовые возможности для освоения стратегических инноваций, которые в свою очередь важны для развития национальных экономик. Кроме того, данные фирмы способствуют развитию наукоемкого производства и трансферу технологий для внедрения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Голубев, А. А. Экономика и управление инновационной деятельностью / А. А. Голубев. – СПб., СПбГУ ИТМО, 2012. – 121 с.
2. Мухамедьяров, А. М. Инновационный менеджмент / А. М. Мухамедьяров. – М., ИНФРА-М, 2013. – 176 с.
3. Организация и финансирование инноваций / В. В. Быковский [и др.]. – Тамбов : Изд-во Тамбовск. гос. техн. ун-та, 2006. – 116 с.
4. Гончаренко, Л. П. Менеджмент инвестиций и инноваций / Л. П. Гончаренко. – М. : КРОНУС, 2014. – 160 с.

Н. С. Рабцевич,

студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИННОВАЦИИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Экономический рост (развитие) – это важнейшая макроэкономическая категория, являющаяся показателем не только абсолютного увеличения объемов общественного производства, но и способности экономической системы удовлетворять растущие потребности, повышать качество жизни.

Экономический рост, как и многие экономические показатели, подвергается изменению под влиянием различных факторов. В экономике факторами экономического роста принято считать те явления и процессы, которые определяют возможности увеличения реального объема производства, повышения эффективности и качества роста. В настоящее время на экономический рост оказывают воздействие большое количество факторов, но одним из основных факторов принято считать инновации.

Инновационная теория развития сформировалась в середине XX в. Научно-технический прогресс становится основным фактором экономического развития. Понятие «инновация», введенное Й. Шумпетером, стало базовым в инновационной теории развития и в экономической науке. Инновации являются активным звеном всех сфер жизнедеятельности человека. Это обуславливает повсеместное использование этого термина. Инновация – это скачок от старой производственной функции к новой. Экономическим содержанием этой функции являются новые технологии и средства производства, которые влияют на изменение структуры издержек, создают новые продукты, повышают качество.

Й. Шумпетер впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций производственных факторов и выделил пять изменений в развитии, т. е. вопросов инноваций:

1. Использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства.
2. Внедрение продукции с новыми свойствами.
3. Использование нового сырья.
4. Изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения.
5. Появление новых рынков сбыта.

Свойствами инновации является их новизна, производственная применимость (экономическая обоснованность), и она обязательно должна отвечать запросам потребителей [1].

Инновации занимают ведущую роль в обеспечении социально-экономического развития любого государства. Наиболее значительной группой в составе инноваций с позиции

устойчивого развития является группа экономических инноваций. Эти инновации состоят из двух подгрупп. Первая – технологические, в результате которых происходит создание нового продукта или технологии. Они способствуют повышению эффективности национальной экономики и создают предпосылки для устойчивого развития. Вторая – маркетинговые инновации, организационные инновации, а также финансовые инновации. Эти виды инноваций в целом оказывают позитивное влияние на устойчивое развитие социально-экономических систем [3].

Все больше внимания уделяется вопросам формирования инновационной экономики, так как это позволяет уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов. Особенно актуальными вопросы инновационного развития стали ввиду экономического кризиса. Во многих развитых странах наблюдается переход к инновационной экономике, который базируется на знаниях и эффективной системе разработки и внедрения технологических решений в различные сферы деятельности. В обеспечении динамически устойчивого развития национальной экономики первостепенная роль принадлежит новациям, способным обеспечить непрерывное обновление технической и технологической базы производства, освоение и выпуск новой конкурентоспособной продукции, эффективное проникновение на мировые рынки товаров и услуг.

Опыт развитых стран свидетельствует о том, что коренные преобразования в области производственных сил в эпоху научно-технического прогресса, быстрая сменяемость ее волн, а следовательно, новых комбинаций факторов производства, широкое внедрение нововведений стали нормой современной экономической жизни [5].

Особенностями инновационного развития являются высокая вероятность неудачи, непредсказуемость результатов исследований, необходимость постоянного поиска нового, сложность в управлении инновационными процессами.

Одним из важнейших признаков инноваций является признание рынком потенциальной экономической стоимости изобретения, т. е. наличие спроса на новшество. Для развития экономики важными являются широкие возможности для других фирм участвовать в распространении новшеств, выступая в роли покупателей новых технологий или адаптации новых продуктов [4].

На основе этих признаков европейскими исследователями были выделены четыре модели инновационного развития. Эти модели позволяют оценить основу инновационного развития на микроуровне:

- стратегические инноваторы (21,9 % всех инновационно-активных фирм) – проводят НИОКР и постоянно рассматривают инновации главным компонентом конкурентной стратегии;
- периодические инноваторы (30,7 %) – проводят НИОКР по мере необходимости, чаще адаптируют новые технологии, разработанные другими фирмами;
- технологические модификаторы (26,3 %) – НИОКР не проводят, изменяют уже существующие продукты или процессы;
- технологические адаптеры (21,1 %) – занимаются приспособлением разработок других фирм для себя или иных заказчиков.

Эффект от внедрения инноваций оценивается двумя видами показателей:

- эффективность инновационной деятельности – показатели, характеризующие объемы продаж инновационной продукции, долю занятых в высокотехнологичных отраслях производства и услуг;
- права интеллектуальной собственности – показатели, характеризующие количество поданных заявок и полученных патентов, зарегистрированных новых торговых марок и промышленных образцов на 1 млн жителей страны.

Последствием внедрения инноваций является формирование новых отраслей экономики. В рамках этой функции можно выделить два типа инноваций: улучшающие и радикальные. Улучшающие инновации лишь дорабатывают, совершенствуют уже

существующий продукт, в то время как радикальные инновации предлагают совершенно новый продукт, метод или услугу и способствуют появлению новых отраслей, которые в будущем становятся доминирующими [6].

Инновации оказывают влияние на развитие экономики страны в долгосрочной перспективе. В начале эры постиндустриального и информационного общества инновации стали основой экономического роста. Они влияют на все стороны жизнедеятельности общества, в том числе и на экономическую составляющую. Инновационная деятельность ведет к повышению конкурентоспособности как страны, так и фирмы, и отдельного физического лица. Инновационная деятельность направлена на практическое использование научного, научно-технического результата и интеллектуального потенциала с целью получения новой или радикально улучшенной производимой продукции, технологии ее производства и удовлетворения платежеспособного спроса потребителей в высококачественных товарах и услугах, совершенствования социального обслуживания. Поэтому инвестирование средств на инновационную деятельность повышает спрос, объемы продаж и экономическую эффективность производства. Опираясь на достижение научно-технического прогресса, инновация позволяет постоянно поддерживать на современном научно-техническом и экономическом уровне предприятия и качество продукции, обеспечивать с наименьшими затратами прибыльность работы предприятий.

Без резкой активизации мероприятий по стимулированию инновационной деятельности, ускорения внедрения в использованный сектор передовых технологий и новейших разработок мирового уровня в стране невозможно будет обеспечить переход к динамично и устойчиво развивающейся экономике и тем самым обеспечить существенный рост благосостояния общества [1].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Грасмик, К. И. Инновационная активность фирм в условиях экономического кризиса / К. И. Грасмик // Проблемы теории и практики управления. – 2017. – № 2. – С. 58–64. (Серия «Инвестиции и инновации»).
2. Устойчивое развитие: методология и методики измерения / С. Н. Бобылев [и др.] – М : Экономика, 2011. – 358 с.
3. Евдокимова, С. С. Современные модели финансирования стартапов / С. С. Евдокимова, М. С. Кобышев // Финансы и кредит. – 2017. – № 6. – С. 341–352.
4. Дагаев, А. А. Время собирать инновации / А. А. Дагаев // Инновации. – 2016. – № 12. – С. 28–33.
5. Евстигнеева, Л. М. Создание инноваций и международная торговля: причина и следствие? / Л. М. Евстигнеева, В. В. Киселева // Инновации. – 2016. – № 12. – С. 75–81.
6. Инновационное развитие : экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. – М. : ИНФРА-М, 2010. – С. 58–61.

Е. Р. Регуш,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МАКРОУРОВНЕ

Способы стимулирования инновационных процессов в стране и их распределение в большей своей степени зависят от общей экономической ситуации в государстве и определенной концепции государственного регулирования.

В государствах, играющих главную роль в социально-экономических процессах, чаще всего доминируют прямые способы регулирования, в том числе инновационной сферы. Система государственного регулирования в государствах с либеральной моделью управления, напротив, основывается на использовании существенного количества косвенных способов. Конечно, каждый из этих способов имеет свои особенности.

Основное отличие среди двух данных групп способов стимулирования заключается в следующем: прямые способы воздействия достаточно часто ограничивают свободу выбора хозяйствующего субъекта, косвенные способы государственного регулирования, наоборот, увеличивают свободы предпринимательского выбора. Так, снижение учетной ставки процента налогов на бизнес является характерным способом косвенного регулирования, нацеленного на увеличение объема производства и укрепление инновационной деятельности организаций. Другие способы обеспечивают рост производства и капиталовложения, отталкиваясь от производственного плана и инвестиционной политики.

Однако жесткое разделение прямых и косвенных способов государственного регулирования до определенного уровня относительно. Для того чтобы задействовать любой косвенный регулятор, следует принять предварительное административное решение соответствующих государственных органов, например решение о предоставлении налоговых льгот, об изменении налоговых ставок или продаже Центральным банком государственных облигаций – в таком случае любые экономические регуляторы ответственны за прямое управление процессами.

Прямые способы государственного регулирования инновационных процессов осуществляются преимущественно в двух формах: административно-ведомственной и программно-целевой.

Административно-ведомственная форма государственного регулирования инновационного процесса – это прямое финансирование, осуществляемое в соответствии со специальными законами, принимаемыми с целью непосредственного содействия инновациям. Программно-целевая форма государственного регулирования инноваций – это контрактное финансирование инноваций посредством государственных целевых программ поддержки нововведений, в том числе в малых наукоемких фирмах. В данном случае создается система государственных контрактов на приобретение тех или иных новшеств (товаров, технологических процессов, услуг), и компаниям предоставляются кредитные льготы для осуществления нововведений, формируются государственные заказы, гранты [1].

Прямая государственная поддержка инновационной деятельности осуществляется в следующих формах:

- инвестирование средств для научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, связанных с инновационной деятельностью;
- финансирование инновационных программ и проектов, обеспечивающих инновационную деятельность мероприятий, а также деятельность субъектов инфраструктуры инновационной деятельности;
- инвестирование средств для патентования за рубежом изобретений и промышленных образцов, входящих в состав экспортируемой или готовящейся к экспорту отечественной продукции;
- финансирование субъектов инфраструктуры инновационной деятельности;
- помощь в реализации продукции, созданной в результате инновационной деятельности;
- предоставление субсидий на реализацию отдельных инновационных проектов и обеспечивающих мероприятий.

Важным является то, что государственная поддержка инновационной деятельности предоставляется только на период осуществления такой деятельности. Государственная поддержка инновационного проекта предоставляется на нормативный срок окупаемости, но не более трех лет с момента начала производства. Помощь, оказываемая в конкурсной основе,

исполняется на условиях возвратности. Более популярными на практике являются такие способы поддержки, как государственные заказы, гранты и контрактное финансирование.

Контрактное финансирование – это популярный в наше время во многих странах элемент системы контрактных отношений, а именно договоров, между подрядчиками и заказчиками. Эта форма используется, когда научные разработки, приобретенные государством, приносят пользу или выгоду государству; однако может осуществляться передача данного продукта и третьей стороне. Заключение контракта, кроме специально оговоренных ситуаций, является результатом конкурса. В ходе работ по контракту представитель государства имеет право контролировать и корректировать выполняющиеся работы.

Гранты – инструмент, легализующий стимулирование или поддержку государством научных исследований и разработок услугами, финансами, собственностью или чем-либо еще ценным. При этом считается, что государство не имеет права контроля и вмешательства в выполнение работ по гранту до его окончания. Срок выполнения работ оговаривается специальным соглашением. Чаще всего грант используется для помощи исследованиям и разработкам со стороны государства, когда результаты работ неопределенны или не могут принести непосредственную пользу или выгоду в ближайшем будущем.

Основу заказа государства на научно-техническую продукцию составляют государственные целевые программы в сфере науки и технологий, а также государственная программа вооружения и государственный оборонный заказ [2].

Государственное регулирование в сфере науки и технологий предусматривает реализацию важнейших инновационных проектов государственного значения, которые базируются на научных результатах мирового уровня, полученных при осуществлении исследований по приоритетным направлениям.

Косвенные способы играют одну из главных ролей в государственном регулировании инновационных процессов. Способы, используемые в реализации государственной инновационной политики, нацелены, с одной стороны, на стимулирование инновационных процессов, а с другой – на создание благоприятного (социального, экономического, психологического) климата для новаторской деятельности. Состав, структура и содержание косвенных способов государственного регулирования инновационных процессов, как отмечалось выше, достаточно разнообразны.

Косвенные способы госрегулирования нашли широкое применение во многих развитых и развивающихся странах. Особенно активно используются налоговые льготы и скидки, кредитные льготы. Налоговые льготы и скидки находят выражение:

- в освобождении от налогообложения той части прибыли предприятий и организаций, которая направляется на проведение перспективных инновационных разработок, создание научно-технического задела;

- исключении валютных средств научных организаций и вузов из числа налогооблагаемых доходов, полученных от реализации научно-технической (инновационной) продукции и направленных на приобретение специального оборудования и уникальных приборов;

- снижении ставок налога на добавленную стоимость, имущество и землю для научно-технических организаций;

- уменьшении в течение определяемого периода налогооблагаемой прибыли, получаемой предприятиями (фирмами) от использования изобретений и других новшеств.

Кредитные льготы являются наиболее эффективными косвенными мерами государственного регулирования инноваций.

Формирование благоприятного инновационного климата в экономике и инфраструктуре обеспечения исследований и разработок играет главную роль в стимулировании инновационной деятельности со стороны государства, что включает национальные службы научно-технической информации, стандартизации, сертификации, патентования и лицензирования, стандартизации, сертификации, статистики; аналитические

центры для изучения зарубежного опыта, подготовки прогнозов научно-технического развития и формирования на их основе системы национальных научных приоритетов в обеспечении информацией лиц, принимающих решение; оценку возможных негативных последствий инноваций.

Мероприятия, которые стимулируют взаимодействие университетов, организаций и исследовательских центров, занимают важное место в системе способов воздействия государства на инновационные процессы.

В процессе стимулирования и регулирования инновационной деятельности в государстве используются прямые и косвенные способы. Даже при том, что между состоянием инновационной сферы и спецификой социально-экономической модели, реализуемой в той или иной стране, есть различия, все страны реализовывают систему мер по научно-технической и инновационной деятельности, ее стимулированию с помощью сочетания двух способов: прямой и косвенной поддержки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инновационная экономика : лекция / сост. А. И. Попов. – Тамбов : Изд-во Тамбов. гос. техн. ун-та, 2008. – С. 84.
2. Развитие инновационной политики в современной экономике : монография / Л. П. Гончаренко [и др.] ; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова». Тамбов : Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2012. – С. 70.

Е. Н. Федорович,
студент 2-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В настоящее время можно наблюдать процесс внедрения инноваций во все сферы жизнедеятельности человека. Это происходит потому, что в условиях современного рынка фирмам необходимо внедрять новые технологии для получения конкурентных преимуществ и их результативного функционирования. На сегодняшний день все субъекты хозяйствования и организации стремятся перейти к инновационному менеджменту. Инновации играют решающую роль в стратегии управления предприятием, нацеленным на выживание, сохранение и упрочение своего положения на рынке в долгосрочной перспективе [1].

Инновационный менеджмент представляет собой целое искусство, которое сочетает в себе знание предметной области, в которой реализуются проекты, навыки руководства проектами с высоким риском, а также умение собрать команду и сплотить ее вокруг общей цели [2].

Принято выделять три приема инновационного менеджмента, которые классифицируются следующим образом:

1. Приемы, воздействующие только на производство инновации.
2. Приемы, воздействующие как на производство, так и на реализацию, продвижение и распространение инновации.
3. Приемы, воздействующие только на реализацию, продвижение и распространение инновации.

На рис. 1 представлена схема, отражающая приемы инновационного менеджмента.

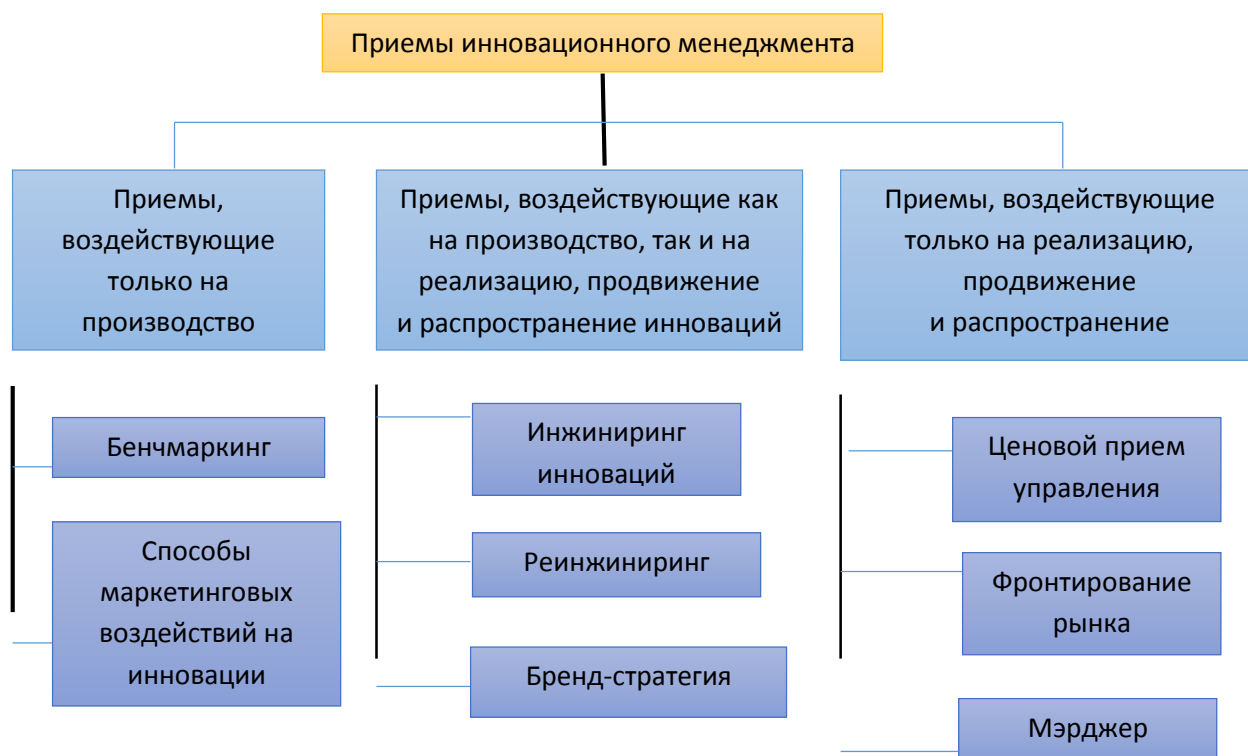


Рисунок 1 – Приемы инновационного менеджмента

Примечание – Источник: собственная разработка.

Приемы инновационного менеджмента представляют собой воздействие управляющей подсистемы (субъект управления) на управляемую подсистему (объект управления). Управляемая подсистема включает в себя инновации, инновационный процесс и отношения на рынке реализации инновации.

Первая группа приемов используется для создания нового продукта или новой операции, имеющих высокие качественные параметры. К этим приемам следует отнести такие, как бенчмаркинг, способы маркетинговых исследований и планирование маркетинга инноваций.

Приемы, воздействующие на производство, реализацию, продвижение и распространение инновации, включают такие приемы, как инжиниринг инновации, реинжиниринг инновации, бренд-стратегия.

В состав третьей группы входят ценовой прием управления, фронтирование рынка и мэрджер. Все вышеперечисленные приемы используются для ускорения продажи инноваций с наибольшей выгодой и эффективностью как в текущий момент времени, так и будущий период.

Итак, рассмотрим наиболее интересные из указанных приемов подробнее.

На сегодняшний день стабильное и эффективное функционирование организации возможно лишь при условии ее адаптации и постоянного приспособления к изменяющимся условиям. Необходимость решения данного рода задач привела к необходимости возникновения такого понятия, как инжиниринг. В общем виде инжиниринг (англ. engineering – изобретательность, знание) означает инженерно-консультационные услуги по созданию новых объектов или крупных проектов. Инжиниринговая деятельность осуществляется не только самими компаниями, но и многочисленными инжиниринговыми консультационными фирмами.

Разновидностью метода инжиниринга является реинжиниринг. Впервые в научный оборот этот термин ввел американский ученый М. Хамплер. Реинжиниринг согласно Хамплеру – это фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование

деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений современных показателей деятельности компаний, таких как стоимость, качество, сервис и темпы.

Под понятием бенчмаркинга понимается изучение деятельности хозяйствующих субъектов (прежде всего своих конкурентов) для использования положительного опыта их деятельности в своей работе. Бенчмаркинг включает в себя комплекс средств, которые позволяют находить и оценивать положительные аспекты чужого опыта и организовывать их использование в своей работе. Применительно к инновациям бенчмаркинг означает изучение бизнеса других предпринимателей с целью выявления основополагающих характеристик для разработки своей инновационной политики и конкретных видов инноваций.

Нарастающая конкуренция среди хозяйствующих субъектов привела к необходимости выхода инноваций на международный рынок. Успех в этой конкурентной борьбе во многом зависит от правильно разработанной бренд-стратегии и эффективности ее применения. Бренд-стратегия означает основательную проработку имиджа хозяйствующего субъекта на основе продвижения его брендов на рынке. В основе бренд-стратегии лежит разработка и движение бренда как целостного маркетингового комплекса по созданию дополнительных конкурентных преимуществ у данного предпринимателя на рынке.

Каждое предприятие имеет свой уровень инновационного потенциала, и от него зависит интенсивность проведения инновационных преобразований на предприятии и, следовательно, выбор приоритетных направлений развития. От того, каким объемом инновационных ресурсов обладает предприятие, зависит его инновационная активность, способность разрабатывать и внедрять инновации. Стоит заметить, что предприятия, которые обладают большим объемом ресурсов, характеризуются высокой инновационной активностью. В свою очередь, с уменьшением уровня инновационного потенциала инновационная активность предприятий уменьшается. Предприятия с низким уровнем инновационного потенциала не имеют возможности осуществлять инновационную деятельность, а их инновационная активность будет минимальной [3].

На сегодняшний день проблема управления инновационной деятельностью является, как никогда, актуальной, ведь ее решение является одним из важнейших условий выживаемости предприятий и в целом становления рыночных отношений. Для того чтобы эта проблема решилась как можно более эффективно и в кратчайшие сроки, необходимо, чтобы она признавалась не только как проблема администрации конкретного предприятия, но и как задача государственных органов управления.

Изменения, в основе которых лежат инновационные методы управления, являются сегодня залогом успеха практически любого крупного бизнеса. Если говорить более доступно, то конкурентная борьба с другими участниками рынка, конечно же, становится причиной того, что предприятие вынуждено оптимизировать схемы перераспределения ресурсов, чтобы не проиграть в прибыли. Каждой такой компании для разработки эффективных проектов необходимы менеджеры по инновациям. Инновационный менеджмент имеет огромное значение для развития инновационной деятельности фирм и нормального функционирования их в условиях рыночной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александров, Н. Н. Проблемы инновационного менеджмента / Н. Н. Александров. – М. : Изд-во Академии тринитаризма, 2011. – 190 с.
2. Оголева, Л. Н. Инновационный менеджмент / Л. Н. Оголева. – М. : ЮНИТИ, 2005.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-menedzhment-1>. – Дата доступа: 30.03.2016.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Одной из самых актуальных и дискуссионных тем на сегодняшний день является глобализация. Конференции, книги, множество статей посвящены именно ей. На эту тему спорят не только ученые, политики, экономисты, но и бизнесмены, журналисты, религиозные деятели. Говоря об основах этого явления, можно отметить, что некоторые черты современной глобализации просматривались достаточно давно, наряду со становлением колониальных империй, когда закладывались первые основы международных отношений и началось формирование процесса глобализации. Однако современные международные экономические отношения кардинально отличаются от тех, которые были сформированы в Эпоху Великих географических открытий [1].

На сегодняшний день термин «глобализация» широко используется в различных сферах деятельности. Тем не менее, он не получил однородной трактовки в научной среде. Слово «глобализация» происходит от лат. слова *globe* и имеет несколько значений: круглый, как шар; всемирный, всеобщий; заверченный, целый, полный. Если слово «глобальный» имеет такие трактовки, то, соответственно, глобализация – процесс движения к такому состоянию [2].

Сегодня можно с полной уверенностью сказать, что в конце XX в. глобализация стала определяющим направлением в развитии мировой экономики, такая же роль ждет ее и в веке XXI. При этом нужно отметить, что роль глобализации в жизни человечества не ограничена только изменением структуры экономики – ее проявления мы испытываем на себе и в социальной, и в культурной сфере.

За последние десятилетия выделился ряд источников глобализации:

- технологический прогресс;
- различные формы либерализации;
- феномен транснационализации;
- достижение глобального единомыслия в оценке рыночной экономики и системы свободной торговли;
- культурное развитие.

Для наглядности представим выборочный рейтинг стран по уровню глобализации:

Рейтинг	Страна	Индекс
1	Бельгия	92.30
2	Ирландия	91.79
3	Нидерланды	91.33
4	Австрия	89.48
5	Сингапур	88.89
12	Великобритания	85.39
22	Германия	81.08
48	Россия	67.78
73	Китай	59.43

92	Беларусь	54.98
----	----------	-------

Примечание – Источник: составлено на основании данных [3].

Более подробно остановимся на таком источнике глобализации, как либерализация. Снятие ограничений, отмена/ослабление государственного контроля, расширение свободы деятельности для экономических субъектов, снятие количественных и качественных ограничений – все это характеризует либерализацию. Вместе с тем процесс либерализации не подразумевает отсутствие правил, напротив, при грамотной реструктуризации появляются новые ограничения, которые способствуют экономическому развитию, а не тормозят его. В первую очередь это изменения в законодательстве, например защита частной собственности, создание конкурентного рынка, контроль за соблюдением правил Трудового кодекса. Затем следует процесс реформации экономических институтов, изменение форм собственности, создание коммерческих финансовых организаций, привлечение частных инвестиций.

Выделяют либерализацию внутриэкономических и внешнеэкономических отношений. Либерализация внутриэкономических отношений в экономике связана с тремя моментами:

1. Либерализацией цен – освобождением процесса формирования цен от централизованного регулирования, т. е. предприятиям разрешается самостоятельно устанавливать цены на свою продукцию.
2. Введением свободы торговли для физических и юридических лиц.
3. Подчинением деятельности производителей требованиям рынка (спроса) – наиболее глубокий и сложный момент либерализации.

Такие преобразования кардинально меняют систему хозяйствования, порождают серьезные противоречия и проблемы в производственной сфере. Например, множество предприятий, работающие на государственный заказ, теряют сферу сбыта на свою продукцию. В рыночных условиях эти предприятия оказываются неконкурентоспособными на рынке. Трудности связаны с проблемой закупки сырья и материалов, уменьшением спроса населения. Нужно учитывать, что в тяжелом положении оказываются и производства, получавшие субсидии от государства (прежде всего сельское хозяйство).

Совершенно необходимым следствием либерализации внутриэкономических отношений является либерализация внешнеэкономических связей страны. Рыночный механизм в экономике может быть создан только при его тесной связи с мировыми рынками. Несомненно, взаимосвязь экономических и правовых форм между разными странами играет важную роль. Данный вид либерализации экономики позволяет разнообразить варианты помощи при проведении изменений в переходном периоде, т. е. в определенной степени ускоряет решение задач переходной экономики [4].

Основными формами либерализации внешнеэкономических отношений являются:

- расширение доступа в страну зарубежных инвестиций;
- устранение огосударствления (централизации) внешнеэкономических связей;
- снятие протекционистских ограничений для импорта;
- либерализация экспорта (отмена пошлин, квот, лицензий и льгот);
- обеспечение конвертируемости национальной валюты.

Исходя из практики, данные формы экономических отношений усиливают продуктивность действующего рыночного механизма.

Либерализация внешней торговли, связанная с развитием межхозяйственных связей и процессами глобализации, способствует интеграции экономики в мировое экономическое пространство. Поэтому она создает такие возможности, как:

- расширение самостоятельности предприятий, наделение всех экономических агентов правом осуществления внешнеторговых операций;

- включение отечественных производителей в конкурентную борьбу на внешних рынках;
- ориентация на эффективность хозяйствования, повышение качества продукции через ценовые сигналы мирового рынка;
- выявление и поддержание сравнительных экономических преимуществ;
- расширение рынков сбыта, получение «эффекта от масштаба» и др. [5].

Таким образом, глобализация приводит к усилению движения капитала и остальных факторов производства, но ее последствия могут быть неоднозначными и зависят от множества факторов. Политика внешнеэкономической либерализации в данной связи должна не только обеспечивать ускоренное развитие внутринациональных рыночных отношений и их включение в мировое хозяйство, но и не допускать ущерба развитию отечественного производства [6]. Это особенно актуально для Республики Беларусь как малой открытой экономики с мощным производственным потенциалом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дубский, Ю. Глобализация: положительные и отрицательные эффекты [Электронный ресурс] / Ю. Дубский // Diplomba. – Режим доступа: <http://diplomba.ru/work/63620>. – Дата доступа: 29.03.2016.
2. Глобализация [Электронный ресурс] // Информационный Центр Мировой Экономики. – Режим доступа: http://weic.info/ekonimicheskii_slovar/globalizaciia/. – Дата доступа: 29.03.2016.
3. Индекс глобализации стран мира по версии KOF [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/kof-globalization-index/info>. – Дата доступа: 29.03.2016.
4. Герасимов, Б. Либерализация экономики [Электронный ресурс] / Б. Герасимов // Библиотека «Домъ Книгъ». – Режим доступа: http://textbook.news/makroekonomika_711/102-liberalizatsiya-ekonomiki.html. – Дата доступа: 29.03.2016.
5. Океанова, З. Либерализация внешней торговли [Электронный ресурс] / З. Океанова // Портал «Экономист». – Режим доступа: <http://economylit.online/teoriya-ekonomiki/liberalizatsiya-vneshney-torgovli-25582.html>. – Дата доступа: 29.03.2016.
6. Либерализация экономики [Электронный ресурс] // Брянский государственный аграрный университет. – Режим доступа: <http://www.bgsha.com/ru/education/library/fulltext/econom/r4-1.htm>. – Дата доступа: 29.03.2016.

Секция 8

Маркетинговая деятельность организаций в условиях современной экономики

Е. М. Боженко,
студент 3-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ

Различные элементы маркетинга в той или иной мере применяются на практике. Однако на предприятиях в этой работе практически отсутствует комплексный подход, нет четкой экономически обоснованной постановки долгосрочных целей маркетинга, организационное и материально-техническое обеспечение маркетинговой деятельности является недостаточным. Лишь использование комплексного подхода, включающего в том числе и товарную политику, позволит решить сложные проблемы, связанные с реализацией продукции, и, как следствие, будет способствовать получению предприятием желаемой прибыли, сохранению и увеличению его рыночной доли.

Товарная политика является важнейшей составной частью хозяйственной и маркетинговой политики предприятия. В силу этого принцип «товар выбирает покупателя» в сочетании с созданием для покупателей широких возможностей выбора должен закладываться непосредственно в производстве. Система конструирования, моделирования, дизайна, механизм стимулирования должны ориентироваться на конкретного потенциального потребителя, в расчете на которого производитель должен выпускать товары.

Товарная политика предполагает осуществление ряда мероприятий: модификация изготавливаемых товаров; разработка новых видов продукции; установление оптимальной номенклатуры изготавливаемых изделий; обеспечение наилучшего ассортимента выпускаемых товаров; установление целесообразности и выявление возможностей использования товарных знаков; создание необходимой упаковки и проведение маркировки товаров; организация сервисного обслуживания. Отсутствие товарной политики ведет к неустойчивости структуры ассортимента из-за воздействия случайных или преходящих текущих факторов, потере контроля над конкурентоспособностью и коммерческой эффективности товаров.

Хорошо продуманная товарная политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления товарного ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода указателем общей направленности действий, способных скорректировать текущие ситуации.

К решению задач товарной политики на любом хозяйственном уровне необходим стратегический подход. Это означает, что любое решение в указанной области должно приниматься не только с точки зрения текущих интересов, но и с учетом того, как оно «работает» на конечные цели.

ОАО «Гомельский жировой комбинат» является крупнейшим предприятием по производству масложировой продукции.

ОАО «Гомельский жировой комбинат» реализует свою продукцию во всех областях Республики Беларусь.

Потребителями продукции ОАО «Гомельский жировой комбинат» являются предприятия торговли республики, включая систему общепита и «Белкоопсоюза», предприятия Комитета хлебопродуктов, «Белгоспищепром» и другие потребители, нуждающиеся в централизованных закупках масложировой и крахмальной продукции.

Основные направления дальнейшего развития предприятия:

- в производстве – выпуск только высококачественной продукции, соответствующей мировым стандартам, повышению производительности и постоянному расширению ассортимента за счет внедрения передовых технологий;
- в снабжении и сбыте – взаимовыгодная и четкая работа с поставщиками, бесперебойная доставка продукции покупателям, расширение товаропроводящей сети;
- в маркетинге – создание собственной торговой марки, проведение маркетинговых исследований новых рынков, проведение массированных рекламных компаний, участие в конкурсах и выставках;
- в социальной сфере – постоянное улучшение условий труда, личной заинтересованности каждого работника в результатах работы предприятия;
- в менеджменте – четкая работа всех структур и подразделений, забота о конечных результатах и качестве труда, построение современных систем управления.

Таким образом, целью предприятия является повышение конкурентоспособности продукции за счет расширения ассортимента выпускаемой продукции, улучшения ее потребительских качеств, установление конкурентоспособных цен путем их снижения за счет применения энергосберегающих технологий и увеличения объема выпуска продукции.

Стратегия развития предприятия предусматривает последовательное проведение работ по реконструкции и техническому перевооружению предприятия, направленное на внедрение современных технологий производства продукции.

Для определения концепции маркетинговой стратегии ОАО «Гомельский жировой комбинат» необходимо определить основные стратегические зоны хозяйствования предприятия. Наиболее перспективной стратегической зоной является СХЗ № 2 – производство для рынка СНГ. Поэтому необходимо обратить усилия специалистов на формирование каналов распределения продукции на этот рынок.

На основании результатов маркетинговых исследований рынка Республики Беларусь и стран СНГ выявлена потребность в новой продукции – крахмальный реагент для бурения скважин. Таким образом, ОАО «Гомельский жировой комбинат» может разрабатывать обновление номенклатуры продукции.

Предлагается новый вид продукции для ОАО «Гомельский жировой комбинат» – крахмальный реагент для бурения скважин.

Можно сделать вывод, что при выдерживании планируемых параметров работы у предприятия остается резерв в виде оставшейся прибыли за год в размере 94 000 руб. для погашения кредита. Данный резерв является гарантией возврата кредитных ресурсов банка. Чистый дисконтированный доход (ЧДД) – 47 100 руб. Простой срок окупаемости затрат на включение в ассортимент продукции составит 3 года. Динамический срок окупаемости – 4 года.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Головачев, А. С. Конкурентоспособность организации : учеб. пособие / А. С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2012. – 310 с.
2. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. – Минск : БГЭУ, 2012. – 193 с.
3. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия. Учебно-методический комплекс : учеб. пособие / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич, В. В. Садовский. – Гомель : ЦИИР, 2009. – 250 с.
4. Никишкин, В. В., Гурова, И. В. Роль маркетинговых исследований в разработке стратегии выведения нового продукта на рынок / В. В. Никишкин, И. В. Гурова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 78–91.

5. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2003. – 892 с.

Д. А. Володько,

студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

РОЛЬ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

«Внутренний маркетинг» – это развитие отношений, процедур, действий внутри предприятия между подразделениями и специалистами путем использования маркетинговых, политических и иных методов для внедрения маркетингового мышления на предприятии и, как следствие, применение маркетинга предприятием за его пределами [2]. Или внутренний маркетинг – это продвижение идей маркетинга внутри предприятия.

Отношения работников и руководства торгового предприятия должны строиться по тем же принципам, что и отношения с клиентами.

Внутренний маркетинг торгового предприятия включает следующие элементы:

- выбор тех кадров, которые наилучшим образом соответствуют требованиям, обучение этих кадров и создание комфортных условий труда;
- мотивация персонала посредством как премиальных выплат по итогам работы за месяц, квартал, год, так и посредством предоставления возможностей карьерного роста, обучений, тренингов;
- формирование и укрепление корпоративной культуры посредством проведения совместных праздников.

Многослойная система внутреннего маркетинга торгового предприятия включает в себя управление кадрами, адаптацию персонала, внутренний пиар:

- проводится распределение работников по дифференцированным группам, исходя из их потребностей;
- измеряется уровень потребностей каждого сотрудника;
- рекламируется продукция и среди персонала, повышая лояльность [3].

Актуальность внутреннего маркетинга на предприятии на первый взгляд неочевидна, но очевидны проблемы, которые уже можно отнести к «вечным» проблемам многих предприятий, хотя их решить вполне под силу внутреннему маркетингу. Главная проблема – проблема неэффективного взаимодействия между функциональными подразделениями торговой организации.

Внутренний маркетинг позволяет значительно улучшить отношения между функциональными подразделениями и рационально распределить выполнение работы (обязанностей) спонтанного характера, что позволяет построить взаимоотношения в коллективе по принципу «взаимовыручки».

Концентрация внимания руководства торговой организации на внутреннем маркетинге позволяет снизить текучесть кадров, улучшить освоение работниками стандартов и принципов работы торгового предприятия, качественнее реализовать деятельность, связанную с клиентами.

Эффективность внутреннего маркетинга напрямую зависит от системы управления, принятой на предприятии.

Так, если в каком-то из структурных подразделений есть вакансии, то руководителю целесообразно в первую очередь уделить внимание разработке программы по замещению

вакантных должностей, усилить работу на этапе отбора персонала и ввода его в новую должность.

Важной составляющей эффективного внутреннего маркетинга является изучение потребностей сотрудников начиная с момента приема их на работу посредством анкетирования. С этой целью анкета включает такие блоки вопросов, как приемлемые условия труда (зарплата, рабочее место, дополнительные привилегии, стабильность); самореализация (карьерный рост, лидерство); межличностные отношения внутри компании.

Также целесообразно проводить анкетирование и работающего персонала. Но тут необходимо составлять более глубокую анкету, в которой сотрудники смогут оценить не только важность ранее перечисленных потребностей, но и степень удовлетворенности на предприятии. Например, в анкетах целесообразно оставлять поля для личных пожеланий каждого сотрудника, а также дать возможность высказать претензии.

Таким образом, система внутреннего маркетинга работает на пользу компании. И каждый работник становится заинтересованным в продаже продукта, ведь ему самому нравится данный товар.

Пришло понимание того, что, обучая персонал, торговая организация получает явное конкурентное преимущество. Предприятие не разрабатывает аттестационных программ для своих сотрудников, если они недостаточно лояльны к предприятию или их уровень обучения оставляет желать лучшего. В этом случае руководство уделяет внимание повышению лояльности сотрудников и их обучению, проводит тренинги и курсы: «Практическое занятие: участие в торгах на электронной площадке», «Тендер-менеджер: электронные торги», «Эффективный продавец: тренинг для сотрудников предприятий розничной торговли», «Практический мерчандайзинг: секреты управления покупателями», «Работа с возражениями, претензиями и конфликтами» и др.

Знания, полученные сотрудниками, обязательно должны трансформироваться в навыки. Без этого они останутся благими пожеланиями и не принесут реальных результатов. А именно в достижении конкретных результатов и заключается цель всего процесса обучения. В заключение процесс обучения всегда оценивается руководителем того или иного структурного подразделения. Это необходимо сделать, чтобы проанализировать полученный опыт и внести в случае необходимости коррективы.

Также торговому предприятию целесообразно применять простую систему оценки – насколько потребности каждого сотрудника соответствуют эффективности его работы.

Если показатели сотрудника низки, а требования к предприятию слишком высоки, проводится беседа, чтобы проанализировать ситуацию. Если общего языка не найти, руководство расстается с работником, так как человек с завышенными требованиями и низкими показателями эффективности будет негативно влиять на остальной персонал. Таким образом, анализ потребностей сотрудников позволяет не только удовлетворить персонал, но и создать единую среду с относительно общими приоритетами и приемлемой корпоративной культурой.

Чтобы люди держались за работу на вашем предприятии, нужно сделать его непохожим на остальные. Не каждый подходящий по деловым качествам работник может стать сотрудником. Например, принимая человека на работу, вполне можно снизить требования к его профессиональным качествам, если видно, что он легко вольется в коллектив, и напротив, можно отказать профессионалу с чертами характера или другими особенностями, противоречащими корпоративной культуре.

Большое значение имеет регулярное информирование сотрудников о результатах деятельности организации и успехах каждого подразделения. Чем больше текущей информации о работе, причинах принятия тех или иных управленческих решений получает сотрудник, тем более осмысленным становится его труд [1].

Проявление интереса руководителями торгового предприятия к личности сотрудников выступает одним из ключевых факторов мотивации их эффективной работы. Ведь хорошие

отношения с руководителями удерживают человека ничуть не меньше, чем материальное стимулирование.

Люди приходят в компании, а уходят от начальников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность : учебник / С. Н. Виноградова. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2012. – 288 с.
2. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учеб. пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2012. – 512 с.
3. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. : Проспект, 2013. – 318 с.

А. А. Доливайло,
магистрант 1-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА КПУП «МИНСКРЕКЛАМА»

Проблемы эффективного управления товарным ассортиментом на современном этапе развития рыночной экономики перед предприятиями стоят особенно остро. Несмотря на важность организации процесса управления товарным ассортиментом, существуют проблемы быстрого реагирования на происходящие изменения предприятий посредством адаптации товарного ассортимента. При этом зачастую предприятия ориентируются только на свои внутренние возможности. В итоге ряд товаров, переставая удовлетворять требованиям рынка, становится убыточным для предприятия.

Это связано с недостаточно четким обоснованием маркетингового подхода к процессу управления товарным ассортиментом как в имеющихся теоретических разработках, так и в практической деятельности предприятий. Существующие подходы рассматривают товарный ассортимент предприятия в определенный, дискретный момент времени, не учитывая динамику анализируемых показателей. В данном случае есть опасность вовремя не идентифицировать проблему с определенной товарной позицией, что может привести к снижению ее потенциала для компании.

Ассортиментная политика может быть эффективной лишь тогда, когда она высоко адаптивна, т. е. соответствует требованиям внешней и внутренней среды.

Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции. Она представляет собой направленное построение оптимальной ассортиментной структуры товарного предложения, при этом за основу принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных групп (сегментов рынка), а с другой – необходимость обеспечить наиболее эффективное использование предприятием сырьевых, технологических, финансовых и иных ресурсов, с тем чтобы реализовать товары с максимально низкими издержками.

Ассортиментная концепция выражается в виде системы показателей, характеризующих возможности оптимального развития товарного ассортимента. К таким показателям относятся: разнообразие видов и разновидностей выпускаемых товаров (ширина и глубина ассортимента с учетом типологии потребителей); уровень и частота обновления ассортимента; уровень и соотношение цен на товары данного вида и др. Цель ассортиментных концепций – сориентировать предприятие на выпуск товаров, наиболее соответствующих структуре и разнообразию спроса конкретных покупателей [1, с. 304].

Важно отметить существующую взаимосвязь элементов маркетинговой деятельности предприятия между собой в процессе управления товарным ассортиментом.

Так, к анализу торговых марок управляющий состав компании прибегает и при управлении существующим товарным ассортиментом, и при управлении инновационными процессами. Управление товарным ассортиментом, в свою очередь, не может существовать обособленно, без взаимного влияния процессов ценообразования, распределения и продвижения.

Поэтому важна сбалансированность и согласованность всех процессов маркетинговой деятельности предприятия [2, с. 246].

В настоящее время основная производственная деятельность предприятия «Минскреклама» строится на основе плана мероприятий и заданий Мингорисполкома по оформлению г. Минска и мест проведения политических, праздничных, спортивных и иных социально-культурных мероприятий и плана по выполнению подрядных работ. Так как основными потребителями предприятия служат Мингорисполком и частные заказы, деятельность предприятия «Минскреклама» направлена на построение ассортимента с целью оптимального удовлетворения потребностей этих двух групп потребителей.

Предприятие строит свою ассортиментную политику по принципу расширения товарного ассортимента. Ассортиментная политика направлена на расширение спектра производимых рекламных конструкций и увеличение количества услуг, связанных с их изготовлением и установкой. В рамках своей ассортиментной политики предприятие должно постоянно расширять ассортимент услуг и видов рекламных конструкций, чтобы соответствовать уровню клиентов.

Сегодня существуют проблемы, связанные с невозможностью выполнения в полной мере заказов, поступающих от предпринимателей, частных предприятий, поскольку ключевым заказчиком является Минскгорисполком. Это сдерживает развитие ассортимента предприятия, не позволяет поднять уровень реализации продукции и услуг.

Одной из слабых сторон КПУП «Минскреклама» является недостаточный опыт проведения маркетинговых исследований рынка и основных его сегментов. Необходимо создание системы планирования и управления ассортиментом товаров, которая бы входила в качестве органической части в комплексную систему управления коммерческой деятельностью КПУП «Минскреклама».

В целях закрепления на рынке города Минска следует поддерживать цены на продукцию на уровне ниже, чем у конкурентов, так как для большинства потребителей сегодня цена – это главный фактор принятия решения о совершении покупки.

При формировании ассортимента товаров в КПУП «Минскреклама» необходимо придерживаться принципа обеспечения оптимальной ширины, глубины, также устойчивости и обновляемости ассортимента. Это позволит обеспечить максимальные объемы продаж с каждого квадратного метра торговой площади, а также наличие предельно широкого ассортимента товаров с учетом объективно существующих ограничений: размера рекламной площади, состояния торгово-технического оборудования, финансовых возможностей и др.

Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции. Она представляет собой направленное построение оптимальной ассортиментной структуры товарного предложения, при этом за основу принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных групп, а с другой – необходимость обеспечить наиболее эффективное использование предприятием сырьевых, финансовых и иных ресурсов, с тем чтобы реализовать товары с низкими издержками [3, с. 89].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Данченко, Л. А. Маркетинг : учеб.-практ. пособие / Л. А. Данченко. – М. : МЭСИ, 2012. – 304 с.

2. Дарбинян, М. М. Формирование ассортимента и товарные запасы в торговле / М. М. Дарбинян. – М. : Экономика, 2014. – 246 с.
3. Зотов, В. В. Ассортиментная политика фирмы / В. В. Зотов. – М. : Эксмо, 2012. – 236 с.
4. Ковалев, А. П. Ассортиментная и инновационная политика конвертируемого предприятия / А. П. Ковалев, О. Г. Сорокина // Экономическая безопасность и инновационная политика (страна, регион, фирма) : монография ; под ред. Е. А. Олейникова. – М. : РЭА им. Г. В. Плеханова, 2013. – С. 89–94.

А. А. Иванов,
студент 4-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ЦЕЛЕВОМ РЫНКЕ

В условиях рынка основной целью любого субъекта хозяйствования является сбыт выпущенной готовой продукции, по завершении которой определяются результаты хозяйствования, эффективность производства. Это позволяет организации выполнять обязательства перед государственным бюджетом, банками по ссудам и кредитам, персоналом, поставщиками и возмещать прочие производственные затраты. Невыполнение плана реализации вызывает замедление оборачиваемости оборотных средств, штрафы за невыполнение договорных обязательств перед покупателями, задерживает платежи, ухудшает финансовое положение организации.

Планирование процесса реализации начинается с обеспечения организации заказами. На их основе составляется план по номенклатуре, являющийся основанием организации производственного выпуска соответствующих видов продукции. Заказы согласовываются с заказчиками продукции и поставщиками материалов. С покупателями заключаются договоры, в которых указывается ассортимент, сроки отгрузки, количество и качество продукции, цена, форма расчетов.

Эффективное функционирование любой коммерческой организации невозможно без правильно организованной службы сбыта. Для реализации товаров организация должна проводить комплекс целенаправленных действий, обеспечивающих перемещение товаров в рыночном пространстве.

Ученые-экономисты выделяют два подхода в определении сущности сбыта. Существуют трактовки для понимания этого термина – широкая и узкая [1; 2].

Сбытовые операции в широком смысле слова начинаются, как только изделие покинуло производственный комплекс, и заканчиваются передачей товара покупателю. Данная трактовка представляет собой процесс реализации произведенной продукции с целью преобразования товаров в деньги и удовлетворения запросов и потребностей покупателей.

Сбыт в узком смысле слова охватывает только финальную фазу – непосредственное общение продавца и покупателя, а все остальные операции в области сбыта относятся к товародвижению. Причем покупатель – это далеко не обязательно конечный потребитель, он может приобрести товар для последующей перепродажи.

При организации коммерческой деятельности компании, как правило, выделяют цель и задачи управления сбытом.

Цель управления сбытом – доведение до конечного потребителя конкретного товара, требуемых потребительских свойств; в необходимом объеме; в точное время (срок); в определенном месте; с минимальными затратами.

При управлении сбытовой деятельностью необходимо рассмотреть задачи, стоящие

непосредственно перед персоналом подразделения продаж, а именно завоевание и расширение доли рынка. Это поиск заказчиков, работа с уже имеющимися клиентами. Следовательно, основная задача в сфере сбыта – определение окончательного результата всех усилий организации, направленных на развитие бизнеса и получение максимальной прибыли.

Подобный подход к управлению сбытом характерен для деятельности ОАО «БАТЭ» (Управляющая компания холдинга «Автокомпоненты», далее – ОАО «БАТЭ»), специализирующегося на производстве стартеров и генераторов для карбюраторных и дизельных двигателей автомобилей и тракторов. Уровень специализации по выпуску автотракторного электрооборудования составляет 95 %. Основными рынками сбыта для ОАО «БАТЭ» являются Республика Беларусь и Россия.

В жестких конкурентных условиях ОАО «БАТЭ» является одним из ведущих предприятий по выпуску стартеров и генераторов, охватывает все производство отечественных автомобилей, занимает ведущее место в ценообразовании, качестве, низкой себестоимости продукции за счет новейшего модернизированного оборудования и надежных поставщиков. С каждым годом организация стремится производить инновационную продукцию, что способствует завоеванию новых рынков сбыта.

С целью повышения конкурентоспособности ОАО «БАТЭ» и совершенствования коммерческой деятельности по сбыту целесообразно расширить товаропроводящую сеть в Российской Федерации; сформировать программу лояльности покупателей и разработать систему скидок; более широко использовать возможности современных информационных технологий и интернета для продвижения выпускаемой продукции на целевые рынки.

Для расширения товаропроводящей сети на российском рынке ОАО «БАТЭ» целесообразно открыть Торговый дом «БАТЭ» в г. Москве, который будет заниматься реализацией продукции и осуществлять ее гарантийное и послегарантийное обслуживание выпускаемой продукции. Выбор данного города в качестве площадки для Торгового дома «БАТЭ» объясняется тем, что он расположен в непосредственной близости от основных покупателей, а также при наличии значительных складских остатков покупателям восточных регионов не придется приезжать на склад изготовителя (Республика Беларусь). Таким образом, размещение в г. Москве Торгового дома «БАТЭ» будет способствовать приближению продавца к потенциальным покупателям и пользователям сельхозтехники, а также позволит обеспечить лучшее сервисное обслуживание покупателей.

Одним из главных направлений маркетинговой политики ОАО «БАТЭ» является снижение цены на производимую продукцию. При этом основными потребителями выпускаемой продукции являются сельскохозяйственные предприятия, обладающие низкой платежеспособностью и сезонностью потребления, что является основной причиной проблем в реализации продукции. Частичным решением данной проблемы является коммерческий кредит. Коммерческий кредит – отпуск товаров в кредит – означает согласие продавца (производителя) на отсрочку оплаты за предоставленные ценности. Стимулирование покупателей, осуществляющих более быстрое погашение задолженности (досрочную оплату за товары), производится посредством уменьшения общего объема оплаты счетов на установленный процент.

Эффективная кредитная политика предприятия по отношению к своим покупателям базируется на обеспечении обоснованных правил предоставления отсрочки платежей, предоставлении льгот за досрочное погашение задолженностей. Для стимулирования покупателей было разработано следующее предложение: ОАО «БАТЭ» в соответствии с договором поставляет продукцию на 200 000 тыс. руб., при условии увеличения объема на 10 % он обязуется отсрочить плату с 10 до 60 дней. При досрочном (в течение 10 дней) погашении задолженности покупатель получает скидку в размере 2,5 %. При увеличении рассрочки до 60 дней ОАО «БАТЭ» получит выгоду в виде прибыли от реализации дополнительной продукции.

Необходимость и целесообразность активизации маркетинговой деятельности ОАО «БАТЭ» в сети интернет обусловлены тем, что всемирная сеть и современные

информационные технологии оказывают существенное влияние на возможности и маркетинговых коммуникаций:

- интернет представляет широкие слои населения, большое число ведущих компаний мира и содержит информацию из всех областей человеческой деятельности. Таким образом, он может выступать одним из дополнительных элементов коммуникационного процесса;

- современные информационные технологии обеспечивают выполнение таких важных функций, как хранение маркетинговых данных и осуществление доступа к ним. Маркетинговая информация становится доступной при помощи широкого набора инструментов: через интернет, мобильные устройства связи, электронную почту и т. д. Ввод и хранение данных осуществляется на базе корпоративных информационных систем и баз данных. Благодаря им маркетинговая информация становится доступной в любое время и в любом месте;

- доступ к информации могут получать как потребители, так и производители продукции. Например, когда потребитель заходит в интернет-магазин Amazon.com, он получает доступ к базе данных всех предлагаемых магазином товаров, кроме того, к информации о своем счете, сделанных им заказах, их статусе. Партнерам по бизнесу, агентам при помощи современных технологий могут становиться известными сведения о потребителях, их предпочтениях и т. д., что дает им возможность анализировать эту информацию и принимать более эффективные решения по предлагаемой продукции;

- большой объем информации, хранящийся в базах данных, требует предварительной подготовки и анализа для превращения их в форму, которая может быть использована при принятии решений. Поэтому они могут обрабатываться при помощи тех же информационных систем и технологий и в виде отчетов становиться доступными всем нуждающимся в ней сотрудникам организации, менеджерам и акционерам [3; 4].

Исходя из отличительных особенностей основных инструментов маркетинговых коммуникаций в интернете, для ОАО «БАТЭ» можно рекомендовать следующие: баннерная, текстовая реклама и реклама, использующая возможности средств мультимедиа; публикации материалов и новостей в СМИ интернета, на специализированных и тематических сайтах.

Реализацию рекламы в сети Интернет предлагается осуществить на наиболее популярных интернет-порталах рунета. Отбор порталов по их популярности осуществить достаточно легко, поскольку такие данные периодически публикуются в сети Интернет. Целевыми сайтами в России будут являться бизнес-каталоги, автомобильные порталы и другие популярные интернет-ресурсы.

Практическая реализация разработанных предложений позволит ОАО «БАТЭ» не только активизировать сбытовую деятельность на целевых рынках, но и получить существенные конкурентные преимущества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дурович, А. П. Маркетинг : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Международный университет «МИТСО», 2015. – 235 с.
2. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. – М. : , 2013. – 277 с.
3. Райен, Д. Краткий курс интернет-маркетинга / пер. с англ. / Д. Райен, К. Джонс. – М. : ШКИМБ, 2013. – 320 с.
4. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебник / О. А. Кобелев. – М. : Дашков и К, 2011. – 682 с.

СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ И ЕГО КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА

Ключевым элементом обеспечения конкурентоспособности продукции предприятия является сервисное обслуживание. В сервис входят послепродажное и обязательное предпродажное обслуживание.

Как известно, для предприятия удержать уже привлеченного клиента стоит почти в 5 раз меньше, чем привлечь нового. В каждом успешном предприятии главную прибыль приносят постоянные потребители.

Следует отметить, что задача формирования круга постоянных клиентов не решается только путем предоставления дополнительных бонусов и скидок или других понятных на первый взгляд решений. Клиенты хотят больше: они хотят иметь сопровождение товара в течение всего жизненного цикла товара.

Таким образом, увеличивающееся значение сервисного обслуживания потребителей обусловлено следующими причинами:

- увеличением конкуренции на все более растущих товарных рынках;
- профилизацией и созданием и центров сервисного обслуживания;
- ростом желаний потребителей – возможности решения проблем, которые могут возникать в процессе эксплуатации приобретенного ими товара;
- рост сложности процесса использования товара.

Ключевыми функциями сервиса как маркетингового инструмента являются:

- привлечение и удержание покупателей;
- развитие и поддержка продаж товара;
- предоставление информации покупателям [3].

В современных условиях во время проведения оценки продукции клиенты принимают во внимание не только внешний вид товара и стоимость, но и объем и качество сервисного обслуживания. Как утверждает исследователь Томас А. Гэннон, «надлежащий сервис высокого качества требуется как непременное условие покупки».

Качественный сервис – это ключевая составляющая к коммерческому успеху предприятия. Без него товар (услуга) может терять свою потребительскую ценность или ее часть может быть отвергнута потребителем. «Верно» организованный сервис должен оказываться на протяжении всего жизненного цикла товара и поддерживать его постоянную готовность к заданному уровню потребления и при заданных условиях работоспособности.

К основным признакам высококачественного сервиса относят:

- отзывчивость (желание обеспечить хороший сервис и помочь клиенту);
- убежденность (ответственность, компетентность, вежливость и уверенность персонала сервисного предприятия);
- сочувствие (индивидуальный подход к потребителям, выражение заботы);
- гарантийный срок технического обслуживания клиента бесплатно;
- качество упаковки и маркировки товара;
- коэффициент достоверности и полноты, качество оформления сопроводительной документации на поставляемый товар;
- материальность (возможности увидеть изделие, сотрудников; наличие сопроводительных материалов) [3].

Эффективность сервисной деятельности всегда зависит от методов и форм обслуживания потребителей.

Форма обслуживания – это способ по предоставлению услуг потребителю, их разновидность или сочетание способов обслуживания клиентов.

При использовании форм сервисного обслуживания предприятие должно опираться на критерии качества оказываемой услуги. Клиенты воспринимают качество, проводя оценку целого ряда разных факторов.

Во время сертификации многих услуг такие показатели, как время и качество их выполнения, могут быть признаны как основные.

Для оценки качества сервиса используются следующие методы:

1. Метод «точек соприкосновения» («моментов клиента») состоит в фиксации и анализе всех контактов клиента с сотрудником предприятия в процессе оказания услуг. И на основе проведенного анализа увеличивается или сокращается количество точек соприкосновения и формируются четкие указания сотрудникам, что нужно сделать, как и какие задачи следует выполнять, какое количество времени целесообразно отпустить на выполнение конкретных задач.

2. Метод потребительских сценариев – заключается в том, что клиенты самостоятельно могут описывать желаемый процесс обслуживания («сценария»), а затем формируют оценку реальному описываемому процессу обслуживания и дают свои рекомендации по его усовершенствованию. Здесь важен анализ сильных и слабых сторон всего процесса обслуживания, включая его видимую и невидимую части. При применении этого метода невидимая часть процесса обслуживания остается вне зоны компетенции потребителей. Поэтому маркетологи всегда рекомендуют использовать этот метод в сочетании с методом реинжиниринга, который направлен на внутреннюю среду предприятия, т. е. часть процесса обслуживания, невидимую для потребителя.

3. Метод реинжиниринга – заключается в анализе и оптимизации сложившейся практики обслуживания для повышения эффективности функционирования предприятия, оказывающего сервисную услугу.

Применительно к сервисному обслуживанию технология реинжиниринга всегда состоит из двух последовательных шагов. Для начала фиксируется имеющийся процесс сервисного обслуживания на предприятии. Это может быть достигнуто за счет создания общей диаграммы сервисного обслуживания, где были показаны задачи и роль каждого отдела. Далее производится анализ с целью установления потерянного времени, дублирующихся задач и нестыковок. На его основе процесс сервисного обслуживания подвергается заданной модернизации.

4. Метод «нейтральных зон» – заключается в обслуживании клиентов в зоне приемлемого или ожидаемого сервиса и связан с большим количеством надежд на то, что удовлетворение будет получено. Выбраны:

- осязаемые факторы – реальная обстановка, оборудование и внешний вид сотрудников;
- надежность – возможность аккуратно и надежно предоставить заявленные услуги клиенту;
- реактивность – это готовность помочь своему клиенту и оперативно предоставить ему запрашиваемую услугу;
- уверенность – вежливость и информированность сотрудников и их способность вызвать у покупателей доверие к предприятию;
- эмпатия – забота предприятия о своих клиентах и индивидуальное внимание к каждому из них [1].

Этот метод породил большое количество маркетинговых исследований. Метод стал применяться предприятиями, занимающимися проведением и организацией маркетинговых исследований, и позволяет предприятию понять свои слабые и сильные стороны во всех взаимоотношениях со своими клиентами.

Стоит упомянуть о методике «таинственный покупатель», или «таинственный гость». Данная методика позволяет провести оценку работы контактного персонала с точки зрения клиента или потребителя услуг и вовремя принять меры по дальнейшему улучшению качества обслуживания. Специально приглашенный агент покупает сервисные услуги предприятия и,

воспользовавшись этими услугами, дает оценку уровня обслуживания по специально установленной форме. Визит, как правило, наносится инкогнито, и сотрудники не догадываются о проверке [2].

Кроме проведения контроля качества работы собственного персонала, метод часто используют как форму наблюдения за своими партнерами и конкурентами.

Таким образом, сервис – это целая система обеспечения, которая позволяет потребителю (покупателю) выбрать рациональный вариант потребления и приобретения технически сложного изделия, а также выгодно экономически эксплуатировать его на протяжении рационально установленного срока, продиктованного интересами покупателей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Васильева, Ю. В., Парахина, Н. В., Ушвицкий, Л. И. Теория управления : учебник. – 2-е изд., / Ю. В. Васильева, Н. В. Парахина, Л. И. Ушвицкий – М. : Финансы и статистика, 2014. – 304 с.
2. Виноградова, М. В. Организация и планирование предприятий сферы сервиса : учеб. пособие для вузов / М. В. Виноградова, З. И. Панина. – М. : Дашков и К, 2014. – 464 с.
3. Головачев, А. С. Экономика предприятия : учеб. пособие : в 2 ч. / А. С. Головачев – Минск : Высш. шк., 2014. – Ч. 1. – 447 с.

Е. А. Лысенко,

студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА

Интернет-маркетинг представляет собой управленческий и социальный процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей пользователей сети Интернет в информации, покупке/продаже товаров и услуг [1; 2].

Основная цель интернет-маркетинга состоит в получении организацией выгоды посредством максимального удовлетворения той части целевой аудитории, которая является интернет-пользователями. В связи с этим представляется чрезвычайно важным понимание организацией потребностей той части целевой аудитории товара (торговой марки), которая является интернет-аудиторией. Выбрав те потребности, которые организация может удовлетворить, осуществляется воздействие на потенциальных потребителей с учетом всех коммуникационных возможностей, которые представляет сеть Интернет [3].

Маркетинг в интернете направлен на выполнение ряда функций, которые в конечном итоге помогают целенаправленно формировать бренд или увеличить продажи конкретного товара/услуги:

- изучение спроса (знание спроса позволяет легко продать свой товар; спрос не нужно создавать, следует узнать, в чем нуждается человек, и просто предложить ему это);
- изучение ценообразования (его особенности определяются высокой конкуренцией на просторах интернета);
- изучение рекламы и поиск оптимальных способов рекламирования;
- стимулирование сбыта – маркетинговые действия, которые увеличивают продажи [1; 3].

Все без исключения инструменты интернет-маркетинга преследуют одну цель – получение желаемого эффекта от пользователей разных сайтов. Онлайн-реклама создает

определенный спрос и демонстрирует человеку уже готовые мотивы, почему он должен приобрести конкретный товар или заказать определенную услугу.

Инструментами повышения продаж товаров и услуг и увеличения количества посещаемости сайта являются SEO-оптимизация, контекстная реклама, медийная и баннерная реклама, e-mail рассылки, рекламные кампании в социальных сетях, видеоролики (Youtube, RuTube и др.), текстовый контент.

Различают три основных стратегии интернет-маркетинга:

- комплексный интернет-маркетинг – позволяет наиболее полноценно и продуктивно использовать все возможности маркетинга и применять их в соответствии с общими стратегиями развития бизнеса в сети Интернет; результативность комплексного подхода выше, чем отдача от отдельно взятого инструмента. Это называется синергетическим эффектом, когда отдельные компоненты усиливают взаимное действие;

- сетевой PR – выполняет те же задачи, что и традиционные мероприятия по связям с общественностью; направлен на повышение узнаваемости торговой марки и обеспечивает «эффект присутствия» организации в информационном пространстве;

- вирусный маркетинг – его суть заключается в создании такого объявления, которое будет интересно человеку и будет выглядеть как **развлекательный материал** – видео, картинка-демотиватор, провокационные факты и т. д.; пользователи интернет-сети распространяют такие объявления между собой с невероятной скоростью, поскольку воспринимают его как развлечение, а не замаскированную рекламу.

Важную роль в повышении эффективности интернет-маркетинга играют специализированные участники рынка – информационные агентства. Это организации, собирающие и пересылающие новости. Их основная функция – снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на его продукцию.

Одним из ведущих в Республике Беларусь информационных агентств является ОДО «ЭКОПРЕСС». Оно зарегистрировано Министерством информации Республики Беларусь в качестве средства массовой информации.

Агентство осуществляет следующие виды деятельности:

- информационное обслуживание (предоставление заказчикам оперативной финансовой информации);

- переводческие услуги;

- предоставление финансовой информации в свободном доступе;

- продажа места под рекламу на собственном корпоративном интернет-портале;

- предоставление кодов от финансовых информеров.

Целевой аудиторией интернет-портала агентства «ЭКОПРЕСС» являются мужчины и женщины в возрасте 25 – 50 лет, с высшим образованием, работники банков либо финансовой сферы. Агентство имеет устойчивую репутацию в отечественной банковской среде. Его информационными услугами пользуются свыше 90 % банковских учреждений страны, включая Национальный банк Республики Беларусь.

Основной стратегической целью ОДО «ЭКОПРЕСС» является прибыльное предоставление услуг с укреплением позиций на внутреннем и внешнем рынках сбыта за счет совершенствования политики в области качества услуг. Для ее достижения агентству, на наш взгляд, в первую очередь необходимо обновить сайт. Поскольку агентство занимается деятельностью в сети Интернет, можно с полной уверенностью утверждать, что сайт является его «лицом». В настоящее время развивающиеся технологии влекут за собой коренные изменения, и для сохранения конкурентоспособности агентству необходимо идти в ногу со временем.

На сегодняшний день сайт информационного агентства устарел, и модернизация сайта просто необходима. Обновление повысит лояльность посетителей и увеличит число обратившихся клиентов.

Модернизация сайта в соответствии со сферой деятельности информационного агентства, на наш взгляд, предполагает следующие виды работ:

- уточнение структуры сайта (создание новых вкладок и оптимальное их расположение в соответствующих разделах);
- добавление нового функционала (отзывы, форум, заказ услуг и др.);
- оптимизация содержания сайта (написание текстов, размещение изображений);
- редизайн существующего сайта;
- обновление материалов, размещенных на сайте.

До начала модернизации сайта рекомендуется дополнительно провести его анализ для определения имеющихся недостатков. Используя результаты аудита, следует определить перечень работ для повышения конверсии и качества сайта и просчитать возможные риски и результативность проводимых мероприятий.

В результате модернизации агентство может получить в свое распоряжение актуальный сайт с расширенным функционалом, новым дизайном и важными с точки зрения потребителей возможностями. Это обеспечит увеличение количества заказов и рост доходов компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 235 с.
2. Райен, Д. Краткий курс интернет-маркетинга : пер. с англ. / Д. Райен, К. Джонс. – М. : ШКИМБ, 2013. – 320 с.
3. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.

Д. А. Машкович,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В условиях сложной экономической ситуации в стране возникает необходимость в использовании эффективных маркетинговых инструментов и подходов, которые в дальнейшем помогут сформировать устойчивую позицию на рынке и обеспечат максимальный учет требований покупателей к продукции фирмы.

Однако, в связи со сложившейся экономической ситуацией, многие фирмы, работающие в сфере услуг, не могут позволить себе применение маркетинговых инструментов и подходов, имея минимальный бюджет или неустойчивое финансовое положение, что и определило выбор направления исследования. Малый бюджет и неустойчивое финансовое положение фирмы являются одним из условий применения так называемого партизанского маркетинга, который помогает привлечь больше клиентов, не увеличивая рекламный бюджет.

Партизанский маркетинг – это постоянный поиск новых методов, приемов и стратегий, среди которых наверняка окажутся те, за которыми будущее [1, с. 78]. Партизанский маркетинг развивается рекордно быстрыми темпами и, тем не менее, продолжает набирать обороты. Его главное отличие – использование возможностей креативного мышления в совокупности с некоторыми очень простыми методами продвижения товара или услуги

вместо того, чтобы тратить много денег на рекламу. Целью партизанского маркетинга в сфере услуг является предоставление информации таким образом, чтобы можно было воздействовать на процесс принятия решений, осуществляемый потенциальными покупателями. Для того, чтобы лучше понять, как влиять на людей или внушать что-либо, необходимо понять, как принимаются решения.

Сторонники партизанского маркетинга выступают за применение психологии в маркетинговых целях с момента его возникновения. Партизанский маркетинг развивается вместе с развитием современной психологии и наших знаний о человеческом мозге. Деловой мир постоянно меняется, и маркетинг должен реагировать на эти изменения, чтобы не отстать от жизни, не оказаться на обочине.

Конечно, партизанский маркетинг не является новым направлением в сфере услуг, но, тем не менее, в последнее время становится все более распространенным и, что самое главное, дает положительные результаты в своем применении, фигурируя как наиболее эффективная стратегия. Но без строгого определения аудитории, четкой подачи, положительной оценки и владения процессами коммуникации применение как партизанского, так и других видов маркетинга считается невозможным.

Для того чтобы партизанский маркетинг оказался все же эффективным, необходимо знать и выполнять на практике основные его правила, которые в дальнейшем должны стать частью маркетинговой системы фирмы – ведь соблюдение этих правил дает огромное преимущество перед теми, кто ими не пользуется, а также определенные гарантии.

Правила партизанского маркетинга:

- вы должны быть привержены вашей маркетинговой программе;
- рассматривайте эту программу как вид инвестиций;
- следите, чтобы ваша программа была последовательной;
- ваши потенциальные клиенты должны быть уверены в вашей фирме;
- вы должны рассматривать маркетинг как широкий ассортимент разнообразных видов вооружения;
- вы должны помнить о необходимости последующего сопровождения клиента;
- добавляйте элемент удивления в ваш маркетинг;
- подсчитывайте эффективность вашего маркетинга;
- продавайте содержание вашего предложения, а не его внешние признаки [2, с. 84].

Если управлять бизнесом в соответствии с этими правилами, то успехи превзойдут самые оптимистические прогнозы. Маркетинг успешен только тогда, когда он приносит прибыль. Прибыль – это единственный показатель эффективности маркетинга [3, с. 54].

Набор инструментов и методов партизанского маркетинга для каждой фирмы подбирается индивидуально. К наиболее распространенным методам и инструментам партизанского маркетинга относятся:

- вирусный маркетинг;
- эмбиент медиа (ambient media);
- эпатажный маркетинг;
- скрытый маркетинг;
- лайф плэйсмент (life placement);
- использование дешевых рекламных носителей взамен дорогостоящих;
- раздача брендированной сувенирной продукции;
- предложение сопутствующих услуг;
- внедрение схемы привлечения одного клиента другим;
- нахождение необычных мест для размещения информации;
- использование окружающей среды как носителя рекламной информации;
- организация адресной рассылки оригинальных коммерческих предложений;
- создание определенной среды профессионального общения для своей целевой аудитории [2, с. 97].

С недавнего времени набор инструментов партизанского маркетинга был расширен, в том числе и бесплатными способами продвижения – такими, как написание статей для тематических журналов, выступления на общественных мероприятиях, выстраивание отношений с клиентами, партнерство с другими бизнесами.

Как и любая другая стратегия, партизанский маркетинг имеет ряд своих недостатков и преимуществ. К преимуществам партизанского маркетинга можно отнести следующие:

- достижение максимального эффекта при минимальных затратах или без затрат вовсе;
- незаметность, скрытность рекламы;
- результат достигается немедленно либо за короткий срок;
- методы данного вида маркетинга в большинстве случаев не видны для конкурента, поэтому не могут быть скопированы;
- используются более изощренные рекламные ходы;
- измерение эффективности каждой рекламной акции;
- конкуренции предпочитают партнерство [3, с. 111].

К недостаткам партизанского маркетинга относятся следующие:

- он применяется исключительно в малых и средних компаниях, которые не борются с крупными корпорациями и используют по максимуму свой скромный потенциал, что позволяет оперативно менять тактику, в то время как крупные компании неспособны на это;
- необходимо постоянно придумывать и пробовать новые методы;
- для организации мероприятий партизанского маркетинга требуется много времени;
- мероприятия партизанского маркетинга очень сложно контролировать;
- случается, хоть и редко, что партизанская акция выходит дороже традиционной промокампании [3, с. 112].

В ходе исследования партизанского маркетинга можно сделать основные выводы:

1. Сложившаяся экономическая ситуация побуждает предприятия в сфере услуг к поиску альтернативных маркетинговых решений, которые будут нести минимальные финансовые затраты.

2. Партизанский маркетинг несет в себе оригинальные маркетинговые и рекламные идеи продвижения, которые за счет своей нестандартности привлекают внимание потенциальной целевой аудитории к товару или услуге, а также способствуют в дальнейшем повышению уровня продаж данного продукта.

3. Технологии и методы партизанского маркетинга многочисленны, совокупность действий в нем для каждого клиента подбирается индивидуально. Нередко это бывают методы скрытой и косвенной рекламы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Левинсон, Дж., Хенли, П. Партизанский маркетинг. Добро пожаловать в маркетинговую революцию / Дж. К. Левинсон, П. Хенли ; пер. с англ. / С. Жуковец. – М. : Питер, 2006. – 192 с.

2. Ильичева, И. В. Маркетинговые технологии : учеб.-метод. пособие / И. В. Ильичева. – Ульяновск : УлГТУ, 2012. – 158 с.

3. Левинсон, Дж. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах / Дж. К. Левинсон ; пер. с англ. / О. Иванов, А. Мороз. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 432 с.

А. В. Милюкова,
студент 3-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Конкурентоспособность организации торговли означает соответствие качества и ассортимента товаров, услуг запросам потребителей, наличие преимуществ по сравнению с конкурентами, возможность выстоять в конкуренции, сохраняя преимущества в течение длительного периода [1, 2, 3].

В основу маркетинговой стратегии ОАО НТК «Алеся» – одной из крупных торговых компаний г. Гомеля – должна быть заложена идея конкурентного преимущества. С целью повышения конкурентоспособности ОАО НТК «Алеся» необходимо:

- проводить систематический анализ организации и характера работы, ассортимента товаров, ценовой и маркетинговой политики у конкурентов;
- регулярно проводить анализ финансово-хозяйственной деятельности общества и его положения на рынке и на этой основе принимать обоснованные коммерческие решения;
- проводить гибкую политику ценообразования с учетом качества товаров, спроса на них и других рыночных факторов;
- улучшать уровень обслуживания клиентов за счет предоставления им торговых услуг – коммерческих и организационно-консультативных;
- завершить полную компьютеризацию основных процессов коммерческой деятельности, бухгалтерского учета, поставки и закупки продукции, складских операций, маркетинга;
- постоянно совершенствовать товарный ассортимент на основе изучения текущего и перспективного спроса, сбора перспективных заявок от предприятий;
- наладить учетную и аналитическую работу, направленную на совершенствование коммерческой деятельности общества.

Для формирования предложений по повышению конкурентоспособности ОАО НТК «Алеся» необходимо реализовать ряд мероприятий: выбор и обоснование метода оценки конкурентоспособности, расчет показателей конкурентоспособности и ее оценку, интерпретацию результатов оценки конкурентоспособности, разработку мероприятий по повышению конкурентоспособности.

На предприятии должна быть разработана система управления конкурентоспособностью. Она включает в себя систему управления качеством продукции, систему управления маркетингом, систему управления конкурентоспособностью.

Изучив достоинства и недостатки методов оценки конкурентоспособности продукции, мы рекомендуем воспользоваться одним из графических методов – методом построения многоугольника конкурентоспособности. Данный метод обладает достаточной легкостью использования, наглядностью и характеризует целый комплекс показателей.

Накладывая многоугольники конкурентоспособности различных предприятий друг на друга, можно выявить сильные и слабые стороны одного предприятия по отношению к другому.

Графическое представление показателей конкурентоспособности ОАО НТК «Алеся» по сравнению с ведущими конкурентами – Торговой компанией «Евроопт» и Торговой компанией «Доброном» – показано на рис. 1 и на основании данных табл. 1.

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности ОАО НТК «Алеся» относительно ведущих конкурентов

Факторы конкурентоспособности	ОАО НТК «Алеся»	Торговая компания «Европт»	Торговая компания «Доброном»
Цены на товары и услуги	3	4	3
Широта и гибкость ассортимента	4	5	3
Наличие прогрессивного торгового оборудования, интерьер и экстерьер торгового предприятия	4	5	3
Возможность оказания дополнительных услуг	3	5	3
Наличие собственного автотранспорта	5	5	5
Реклама	2	5	2
Уровень и культура обслуживания покупателей	5	4	3
Наличие парковки	3	4	3
Инвестиционные возможности	3	5	3
Контроль качества реализуемой продукции	3	3	3
Квалификация персонала	4	4	4
Гибкость ценовой политики	3	4	3
ОБЩИЙ ИТОГ	42	53	38

На основе полученных данных строим многоугольник конкурентоспособности.



Рисунок 1 – Оценка конкурентоспособности ОАО НТК «Алеся» и основных конкурентов

В целях увеличения уровня конкурентоспособности предприятия на рынке предлагается следующая программа для ОАО НТК «Алеся».

1. Повысить эффективность системы закупки продукции на предприятии в целях снижения цен на реализуемую продукцию и услуги. Это позволит увеличить конкурентоспособность по данному показателю на 2 балла.

2. Использовать средства продвижения продукции и услуг через проведение активных рекламных кампаний по основным видам деятельности предприятия. Разработка и реализация программы продвижения требует вложения средств. Однако затраты на продвижение приносят увеличение объемов реализации на 10 – 15 %. Это позволит увеличить показатель конкурентоспособности на 2 балла.

3. Рассмотреть возможность использования новых каналов сбыта и оказания дополнительных услуг. Работа в этом направлении позволит закрепить конкурентное преимущество в данном аспекте и повысит показатель конкурентоспособности на 2 балла.

Кроме того, практическая реализация данных мероприятий позволит увеличить показатель доли рынка на 2 балла.

При реализации вышеуказанной программы таблица сравнительной оценки конкурентоспособности будет выглядеть следующим образом (табл. 2):

Таблица 2 – Скорректированный анализ конкурентоспособности ОАО НТК «Алеся» относительно ведущих конкурентов

Факторы конкурентоспособности	ОАО НТК «Алеся»	Торговая компания «Евроопт»	Торговая компания «Доброном»
Цены на товары и услуги	5	4	3
Широта и гибкость ассортимента	4	5	3
Наличие прогрессивного торгового оборудования, интерьер и экстерьер торгового предприятия	4	5	3
Возможность оказания дополнительных услуг	5	5	3
Наличие собственного автотранспорта	5	5	5
Реклама	4	5	2
Уровень и культура обслуживания покупателей	5	4	3
Наличие парковки	3	4	3
Инвестиционные возможности	3	5	3
Контроль качества реализуемой продукции	3	3	3
Квалификация персонала	4	4	4
Гибкость ценовой политики	3	4	3
ОБЩИЙ ИТОГ	46	53	38

Показатель конкурентоспособности предприятия увеличивается за счет наиболее значимых показателей конкурентоспособности с 42 до 46, т. е. на 9,5 %. Такое повышение конкурентоспособности повлечет за собой увеличение доли рынка ОАО НТК «Алеся», что в свою очередь отразится на существующей величине прибыли от реализации и увеличит ее на 877,135 млн руб. (9,5 % от 9233 млн руб. прибыли от реализации за 2015 год).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2012. – 892 с.

2. Ковалев, М. Н. Управление маркетингом : учеб. пособие / М. Н. Ковалев. – Гомель : ЦИИР, 2008. – 195 с.

3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. – СПб. : Питер, 1999. – 453 с.

О. Т. Мороз,
студент 3-го курса
Витебский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДРОПШИПИНГА ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ПАТИО»)

На современном этапе развития экономики обеспечение стабильной работы предприятий по реализации товаров и услуг является задачей первостепенной важности. Направленность торговой деятельности любого предприятия стала более разносторонней и сложной ввиду огромного разнообразия товаров и желаний покупателя, появления новых каналов сбыта, а также синтеза уже существующих [1; 2, с. 114]. Поэтому совершенствование сбытовой деятельности, включающее изучение методов и организации сбыта готовой продукции, является сегодня вопросом особенно актуальным и требующим дальнейшего исследования [3].

В данной статье на примере ЗАО «ПАТИО» рассмотрим совершенствование сбытовой деятельности организации розничной торговли путем использования технологии дропшипинга.

Возможности в представлении ассортимента розничного магазина существенно ограничены площадью самого магазина. Данный фактор более всего сказывается на таких направлениях, как крупная бытовая техника и телевизионная техника – все товары в данных направлениях занимают значимую площадь, более того, современные подходы к выкладке и демонстрации товаров подразумевают наличие дорогостоящего торгового оборудования. Исходя из этих причин, при формировании товарной матрицы определяющими факторами являются оптимальность представленного ассортимента с точки зрения таких важных показателей, как выручка с квадратного метра, коэффициент оборачиваемости и рентабельность продукции [4]. Также часть производителей готова идти на существенные скидки и компенсации за право нахождения именно их продукции в торговом зале. Все эти факторы приводят к невозможности реализации всей продукции, поставляемой и производимой в нашей стране, в единичном торговом объекте одновременно. Таким образом, можно сделать вывод, что часть потенциальных покупателей остаются неудовлетворенными представленным ассортиментом и принимают решение о покупке в других магазинах.

Для решения данной проблемы и максимизации ассортимента товаров и услуг, реализуемых в магазине, целесообразным представляется ввести дополнительный способ реализации товара – дропшип (dropship), или прямую поставку – вид предпринимательской деятельности, который заключается в реализации товаров производителя посредником. При этом посредник покупает товар у производителя только после того, как сам получил от клиента заказ данного товара. Прибыль посредника формируется за счет разницы между оптовой ценой, которую он платит производителю, и розничной ценой, по которой продает товар клиенту. Ключевым отличием этого вида деятельности является то, что выбранный товар не находится в собственности продавца на момент осуществления заказа. Однако вышеупомянутый товар должен находиться в свободном остатке на складе поставщика.

Исследуемая нами компания обладает всей необходимой инфраструктурой для внедрения данного мероприятия: налажена логистика, функционирует интернет-магазин, на каждом розничном магазине присутствует терминал для заказа товаров в интернет-магазине.

Для осуществления предлагаемого мероприятия необходимо заключение соответствующих договоров с компаниями-поставщиками, утверждение протокола оперативного обновления остатков товаров на складах поставщика, добавление карточек товаров на сайт интернет-магазина. Важно разработать общие формы обмена данными между компаниями-партнерами, данное условие является определяющим, так как существенно влияет на скорость обновления информации. Возможны следующие варианты осуществления процесса продажи товара со склада поставщика, а также продажи товара с собственного склада:

- покупатель оформил заказ, в котором товар находится на складе магазина (процесс обработки и доставки заказа сводится к упаковке заказа и его отправке);
- покупатель оформил заказ, в котором товары со склада поставщика. В таком случае заказ сначала отправляется к поставщику, а оттуда, в зависимости от условий работы с поставщиком, отправляется на склад магазина, а затем к покупателю).

Для внедрения мероприятия по продаже товаров со склада поставщика необходимо выбрать компании, с которыми будет осуществлено сотрудничество в данном направлении. Существуют очевидные требования к потенциальным партнерам, например обязательное наличие прямого контракта на поставку товаров от производителя, у компании-партнера должны быть существенные товарные запасы и внедренные системы электронного учета остатков товаров на складах. Компании-партнеры должны не менее одного раза в сутки предоставлять актуальные остатки товаров на складах в установленной форме для оперативного изменения информации на сайте интернет-магазина. Ассортиментный перечень должен минимально пересекаться как в брендах, так и в артикулах для предоставления максимально возможного ассортимента. Сравним наименования продукции, представленной в розничной сети, и наименования из оптовых прайсов потенциальных компаний-партнеров. Сравнение произведем в десяти категориях товаров, приносящих максимальный товарооборот, количество уникальных наименований внесем в табл. 1.

Таблица 1 – Сравнение уникальных наименований продукции

Категории товаров	Количество наименований продукции, шт.			
	магазин	склады поставщиков		
		ООО «Домотехника»	ООО «Дансис»	СЗАО «Асбис»
Телевизоры	52	0	89	77
Сотовые телефоны	75	0	163	87
Холодильники	60	143	84	0
Стиральные машины	56	96	52	0
Ноутбук	40	0	0	78
Пылесосы	44	64	33	0
Мультиварки	22	40	6	0
Планшетный ПК	32	0	0	24
Печи СВЧ	38	32	36	0
Духовые шкафы электрические	10	93	72	0
Итого	429	468	535	266

В табл. 1 приведены результаты сравнения наименований продукции среди трех оптовых поставщиков с ассортиментом розничного магазина. При сравнении товаров по категориям можно сделать вывод, что каждая из сравниваемых компаний имеет свою специализацию и достаточно широкий ассортимент товаров, не представленных в розничном магазине. Так, СЗАО «Асбис» специализируется на поставке цифровой техники, в оптовом прайсе сотовых телефонов на 87 наименований больше, чем представлено в розничном магазине. В свою очередь, две оставшиеся компании специализируются на поставке крупной

и мелкой бытовой техники. Так, в категории холодильников представлено 143 и 84 уникальных наименования, в стиральных машинах – 96 и 52 соответственно. В категории духовых электрических шкафов – 93 и 72 наименования против 10 представленных в розничном магазине. Принимая во внимание, что все три компании заинтересованы в будущем партнерстве, так как являются оптовыми и не имеют собственной розничной сети, для организаций с данным видом деятельности нахождение путей продвижения товаров и поиск новых партнеров и каналов реализации является стратегически важной задачей. При данном виде сотрудничества практически отсутствует риск неплатежей и просроченной дебиторской задолженности, так как все поставки товара в конечном итоге осуществляются для конечного покупателя.

Объединив данные, приведенные выше, оценим предполагаемое увеличение ассортимента товаров и услуг розничного магазина в результате предлагаемого мероприятия по реализации товаров со складов поставщика. Полученные данные внесем в табл. 2.

Таблица 2 – Изменение количества наименований продукции

Категории товаров	Количество наименований продукции, шт.			Увеличение ассортимента
	магазин	склады поставщиков	итого	
Телевизоры	52	166	218	4,19
Сотовые телефоны	75	250	325	4,33
Холодильники	60	227	287	4,78
Стиральные машины	56	148	204	3,64
Ноутбук	40	78	118	2,95
Пылесосы	44	97	141	3,20
Мультиварки	22	46	68	3,09
Планшетный ПК	32	24	56	1,75
Печи СВЧ	38	68	106	2,79
Духовые шкафы электрические	10	165	175	17,50
Итого	429	1269	1698	3,96

Как видно из табл. 2, в результате предлагаемых мероприятий ассортимент реализуемой продукции в рассматриваемых категориях возрастает от 1,75 раза в категории планшетного ПК, до 17,5 раза в категории духовых электрических шкафов. В целом наибольший прирост ассортимента наблюдается в категориях крупной бытовой техники и составляет порядка 3,96. Данный факт обусловлен необходимостью наличия больших торговых площадей для данных категорий.

Преимуществами внедрения данного мероприятия являются отсутствие необходимости в увеличении площади собственных складских помещений и помещений торгового зала, возможность поддерживать ассортимент в случае ажиотажного спроса на определенную группу или наименование товаров, минимальные риски в случае изменения спроса или косвенных факторов. Лояльность покупателя повышается за счет быстрой и оперативной доставки, а также за счет максимального ассортимента товаров. Возможность представления товаров премиум-класса и товаров, имеющих низкую долю на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексина, С. Б. Повышение конкурентоспособности в электронной торговле /

С. Б. Алексина, С. С. Шипилова // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 2 (58). С. 429–432.

2. Баркан, Д. И. Управление сбытом / Д. И. Баркан. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. – 344 с.

3. Данные исследований AFN о проблемах интернет-коммерции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.json.ru>. – Дата доступа: 15.04.2017.

4. Бурцев, В. В. Контроль и совершенствование управления сбытом в коммерческой организации / В. В. Бурцев // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 6. – С. 7–15.

К. И. Одарчук,

студент 3-го курса

Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ, ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

Долгосрочный успех торгового предприятия – это способность удерживать имеющихся покупателей и привлекать новых на протяжении длительного времени, при этом успешно противостоять действиям конкурентов и получать заслуженную прибыль. Торговое предприятие, не обладающее такими качествами, вынуждено прекратить свое существование. Покупатели появляются все реже и реже, цены становятся ниже и ниже, торговое оборудование ветшает, а персонал рассылает резюме в надежде найти работу в магазине по соседству [1, с. 36].

Борьба за потребителя на розничном рынке становится жестче, поэтому невозможно планировать стратегию развития торгового предприятия в отрыве от всего происходящего в его окружении. Для этого необходимо учитывать:

- уровень конкуренции между существующими компаниями, каждая из которых делает все возможное для привлечения и удержания покупателей, и укрепление своих позиций на рынке розничной торговли;

- факт появления новых компаний, магазинов с новыми идеями, подходами, технологиями и конкурентными преимуществами;

- возможность успешного развития компаний или товаров-заменителей, предлагающих новый аналог или иной способ удовлетворения потребности (например, интернет-торговля в противовес обычным магазинам);

- давление со стороны поставщиков, арендаторов и иных третьих лиц, вызванное необходимостью взаимодействия с ними на определенных условиях;

- изменение запросов потребителей, что вызвано их растущими потребностями, ожиданиями и требованиями [1, с. 37].

Наличие тщательно спланированной конкурентной стратегии является основой сильной конкурентной позиции торгового предприятия. Конкурентная стратегия – это набор инструментов и инициатив, направленных на привлечение покупателей, противостояние маркетинговым усилиям конкурентов и укрепление своей собственной позиции на рынке [2, с. 61].

Существует четыре вида «маркетинговых войн», которые ведут современные торговые компании, чтобы остаться на плаву в жестких условиях конкуренции.

Оборонительная война – ее ведут компании-лидеры, т. е. компании, давно и успешно работающие на розничном рынке. Главное для таких компаний – быть впереди, предлагать новые идеи, вовремя отслеживать действия конкурентов и противостоять им. В качестве

примера можно привести непрекращающееся сражение за лояльность покупателей среди магазинов по продаже бытовой техники. Стоит конкуренту предложить новый вид карт постоянного покупателя, скажем, с 10 %-й скидкой, как компания-лидер сразу отвечает улучшенной вариацией – не только 10 %-й скидкой, но и с возможностью бесплатной установки.

Наступательные действия – это стратегия для компаний, занимающих вторую и третью позиции в списке лидеров. Заветная цель – стать номером один по продажам – не дает расслабиться и довольствоваться малым. Главное в этой стратегии – не атаковать хорошо укрепленные преимущества лидера, а находить слабые места в его обороне и точно наносить удар за ударом, используя все имеющиеся ресурсы.

Фланговые атаки – предназначены для новых игроков на рынке или представителей малого, но развивающегося бизнеса. Это может быть предложение нового продукта или особых условий обслуживания, а также концентрация усилий на особой группе покупателей. Например, организация совместной рекламной акции с компанией-производителем.

Партизанская война – подходит для небольших фирм. Основная задача – поиск особых групп покупателей, которых не в силах защитить лидеры рынка. «Вы можете продавать все всем, – говорит компания по продаже домашних кинотеатров, – а мы в нашем единственном магазине продаем исключительно дорогую бытовую технику, обладающую уникальными характеристиками, и только тем, кто знает толк в качестве [1, с. 38].

Также в рамках конкурентной политики можно рассмотреть конкурентные стратегии, предложенные М. Портером.

Самые низкие цены (лидерство по издержкам) – поддержание цен ниже, чем у конкурентов, с помощью сокращения оперативных издержек (затраты на административный аппарат, торговый персонал, торговое оборудование, аренду; особые условия работы с поставщиками). Этой стратегии придерживаются практически все супермаркеты низких цен, направленные на широкие слои населения. Например, продуктовые сети «Евроопт», «Рублевский», MART INN, Norfa, магазины бытовой техники «Пятый элемент», «Техно Плюс», «Электросила».

Уникальный товар и уникальный сервис – привлечение покупателей за счет максимального различия предлагаемых товаров и услуг магазина по разным параметрам. В качестве примера можно привести магазины бытовой техники, перешедшие на самообслуживание. Или автосервис для женщин-водителей. Как правило, покупатель платит цену выше рыночной за удобство совершения покупок и за особенные, уникальные товарные предложения магазина. В этом заключается поддержка стратегии – донесение до покупателя заявленной ценности предложения. Поэтому в таких магазинах часто используются программы повышения лояльности (дисконтные карты, бонусные и накопительные программы) и активные рекламные кампании.

Средний уровень цен для товаров повышенного качества или особой ценности (оптимальные издержки) – повышение ценности покупки за счет более высокого качества товаров и услуг, предоставление дополнительного сервиса или иных мероприятий, сопровождающих процесс покупки, при ценах на уровне конкурентов. Например, магазин товаров для женщин в средней ценовой категории, где можно получить консультацию стилиста или визажиста. Как бы говорим покупателю: «Выбирая нас, вы получаете качество известных брендов, но при этом платите меньше». Такое позиционирование эффективно для потребителей, стремящихся «не переплачивать за бренд», найти оптимальное соотношение цены и качества. Средние наценки продиктованы средним уровнем себестоимости бизнеса, который складывается из поддержания оптимального ассортимента, запасов и вложений в создании какого-либо преимущества, отличающего такие магазины от конкурентов (например, бесплатная доставка, кредиты покупателям, прием предварительных заказов). Эти магазины заинтересованы в привлечении как можно большего количества покупателей, поэтому широко используются накопительные системы и акции, направленные на семейные покупки (конкурсы, лотереи). Например, продуктовые сети «Корона», «Грин» [3, с. 104].

Анализ внутренних ресурсов и факторов внешней среды позволяет компании выделить себя среди конкурентов и на этой основе получить конкурентные преимущества. Факторы этого преимущества можно отыскать в связях между навыками и умениями работников компании, с преимуществами расположения торговых точек и дизайна магазина, продукцией и брендингом, финансовым и информационным менеджментом. Подсчеты здесь не так важны, как умение увидеть и связать воедино важнейшие ресурсы, которые совместно определяют умение компании бороться за внимание и лояльность клиента.

Таким образом, конкуренция предоставляет важную основу, на которой можно строить стратегические решения. При этом необходимо оценивать также и другие факторы, чтобы придать розничному бизнесу реалистическое и правильное направление развития. Такая оценка позволит учитывать не только глобальные тенденции внешней среды, но также внутренние ресурсы и умение организации пользоваться стратегическими возможностями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сысоева, С. В., Крок, Г. Г. Большая книга директора магазина / С. В. Сысоева, Г. Г. Крок. – СПб. : Питер, 2012. – 381 с.
2. Арутюнова, Д. В. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
3. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице / Е. А. Бузукова, С. В. Сысоева. – СПб. : Питер, 2015. – 400 с.

Е. В. Ревотько,

студент 5-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ И ЭТАПЫ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ

Коммуникационная политика представляет собой стратегические и тактические решения по продвижению продукта на рынок в составе комплекса маркетинговых мероприятий воздействия на рынок [33, с. 16].

Она включает разные виды рекламы, связи с общественностью, средства стимулирования сбыта и политику сервиса, прямые и персональные продажи, организацию выставочной деятельности, разработку товарного знака, формирование фирменного стиля, упаковки, создание благоприятных личностных отношений между производителями, потребителями и общественностью, работу со средствами массовой информации и др.

Коммуникационная политика направлена на решение стратегических и тактических задач по продвижению товара или услуги.

Стратегическими решениями в сфере коммуникационной политики выступают:

- выявление для конкретного вида бизнеса (типа товара и конкретного рыночного сегмента) рационального сочетания отдельных элементов комплекса маркетинга в построении эффективных маркетинговых коммуникаций;
- определение при выборе коммуникационных стратегий эффективных соотношений применения отдельных инструментов комплекса коммуникаций;
- определение на стратегическом интервале времени эффективности маркетинговых коммуникаций [20, с. 87].

Тактические коммуникационные задачи решаются довольно часто или регулярно в зависимости от изменений факторов внешней и внутренней среды. К их числу относят:

- выбор в границах текущих условий внешней среды и возможностей предприятия конкретных методов продвижения товаров и услуг;
- планирование и проведение коммуникационных кампаний;
- формирование бюджета на коммуникационную деятельность;
- постоянная оценка эффективности затрат на коммуникационную деятельность;
- организационно-кадровые вопросы коммуникационной деятельности [17, с. 32].

П. Дойль, принимая во внимание ключевые выводы теории коммуникаций, предлагает следующие практические выводы для маркетологов:

1. Основная часть маркетинговых коммуникаций неэффективна, большая часть обращений теряется в «информационном океане».

2. Сила влияния коммуникаций на потребителя находится в зависимости от степени новизны продукта, творческого подхода к его созданию, объема и частоты презентаций, соответственно, требуются значительные материальные ресурсы и творческие инвестиции в их производство.

3. Коммуникация должна быть направлена на интересы целевой аудитории – обращения, не соответствующие социальному положению или индивидуальным потребностям, не пропускаются в сознание адресата.

4. Функции коммуникаций меняются в зависимости от типа решения о покупке. Если имеется высокая степень вовлечения потребителей, задача коммуникации сводится к формированию индивидуального образа продукта, а если имеет место случай низкой степени вовлечения, следует принимать меры по изменению отношения к продукту и трансформировать покупательское поведение.

5. Тип коммуникации определяется особенностями покупательского поведения. Личные продажи стимулируют рациональные решения, которые основаны на получении информации. Реклама в большей степени оказывает влияние на решения, которые основаны на эмоциональных реакциях.

6. Маркетинговые коммуникации эффективнее использовать для изменения марочных предпочтений покупателей, чем для увеличения объема продаж продукции данной категории [9, с. 114].

Разработка коммуникационной политики предполагает прохождение шести этапов (рис. 1).

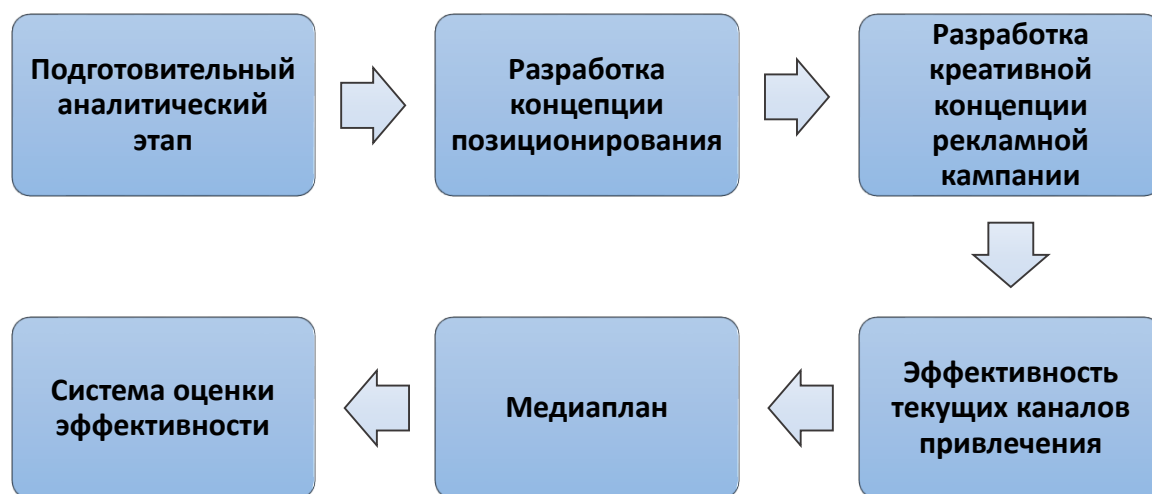


Рисунок 1 – Общие этапы разработки коммуникационной политики

На первом, подготовительном этапе проводятся масштабные исследования – как количественные, так и качественные.

На втором этапе осуществляется разработка концепции позиционирования, которая представляет собой смысловую стержень, задающий направленность всех маркетинговых коммуникаций, начиная от наименования, изображения логотипа и фирменного знака и заканчивая текстами в рекламных буклетах и устных консультациях специалистов организации. Данный этап очень важен, так как от сформированной концепции позиционирования в конечном итоге зависит эффективность всей коммуникационной стратегии.

На третьем этапе осуществляется разработка креативной концепции рекламной кампании, основанной на позиционировании торговой марки, конкурентном анализе и знаниях о целевой аудитории марки. В целом креативная концепция – это оригинальная рекламная идея, которая призвана обратить внимание на торговую марку потенциальных покупателей, выделив конкурентные преимущества и уникальность, сформировать сильный образ марки у целевой аудитории. Разработка креативной концепции является важным и ответственным процессом, так как позволяет решить сразу несколько задач:

- является общей основой для любого творческого решения;
- «цепляет» потребителя, апеллируя к его потребности, понятна ему и принимается им;
- наиболее эффективно решает задачи: раскрывает и продвигает бренд, кратко, но емко раскрывая их ключевые преимущества;
- ярко и эффективно выделяется на фоне общего информационно-рекламного шума [24, с. 47].

На четвертом этапе анализируется эффективность текущей рекламной активности с использованием статистики, накопленной ранее на предприятии. В случае, если оценка эффективности рекламной кампании ранее на предприятии не производилась, необходимо дополнительное исследование.

На пятом этапе с учетом информации, полученной на предыдущих этапах, разрабатываются рекомендации по выбору каналов коммуникаций с их обоснованием и формируется проект медиаплана на ближайший год.

На заключительном, шестом этапе формируются рекомендации по систематической оценке эффективности рекламной кампании. Здесь описываются инструменты, периодичность и исполнители мероприятий по оценке эффективности каждого рекламного канала.

Таким образом, коммуникационная политика в системе маркетинга – это действия предприятия, направленные на планирование и осуществление взаимодействия предприятия со всеми субъектами маркетинговой системы на базе применения комплекса коммуникационных средств, которые обеспечивают стабильное и эффективное формирование спроса и продвижение товаров и услуг на рынки для удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Все о маркетинге : сб. материалов для руководителей предприятий экономических и коммерческих служб / под ред. М. Ф. Федорова. – М. : Азимут-Центр, 2010. – 148 с.
2. Микитина, Л. В. Маркетинговые коммуникации : учебник / Л. В. Микитина, Т. С. Селевич. – Томск : Изд-во Томск. политех. ун-та, 2011. – 240 с.
3. Орлова, Т. М. Коммуникационный менеджмент управления экономическими системами: дис. ... д-ра экон. наук / Т. М. Орлова. – М., 2002. – 345 с.
4. Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) : учеб. пособие / М. М. Сабурова. – Ульяновск : УлГТУ, 2013. – 166 с.
5. Шарков, Ф. И. Коммуникационная политика предприятий / Ф. И. Шарков. – Гродно : ГрГУ, 2012. – 195 с.

ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Малый инновационный бизнес выступает одним из инструментов регулирования экономических отношений. Он является важнейшим фактором обеспечения экономического роста на современном этапе развития. Анализ экономической ситуации в Беларуси позволяет говорить о повышении роли малого инновационного предпринимательства для стабилизации и ускорения темпов экономического роста нашей страны.

Малое предпринимательство выступает общественной формой мелкого производства в условиях рыночной экономики, является одной из ее сфер. Оно состоит из мелких собственников, в той или иной степени оказывающих воздействие на уровень социально-экономического развития страны [1].

Можно определить 4 основные группы черт малого предпринимательства:

Таблица 1 – Основные группы черт малого бизнеса и их особенности

Отличительный признак	Характеристика проявления признака
Характер производственного процесса	Ограничение масштабов применяемых средств производства и технологических процессов, узкая специализация
Специфика системы управления и руководства	Единое право собственности и непосредственное управление предприятием, значимость роли руководителя в жизни предприятия, быстрота принятия управленческих решений
Состояние отдельных компонентов хозяйственной деятельности	Восприимчивость к нововведениям, гибкость, незначительный масштаб использования материальных средств
Особенности внешних воздействий	Локальность ресурсных и сбытовых рынков; возможность неформальных взаимоотношений с поставщиками и потребителями; зависимость от государственной поддержки малого предпринимательства

Истинное значение маркетинга для сферы малого инновационного бизнеса трудно переоценить. Для обеспечения достойного конкурентирования на рынке малого инновационного предпринимательства необходимо использовать все многообразие маркетинговых технологий.

Грамотное ведение маркетинговой деятельности занимает одну из главных позиций в ряду факторов, способствующих выживаемости малых предприятий на рынке. Проблема заключается в том, что по ряду причин в малом бизнесе вести маркетинговую деятельность на порядок сложнее, чем на более крупных предприятиях. Все эти причины можно разделить на 2 основные группы:

1. Нехватка ресурсов (нехватка производственных мощностей, складских помещений, транспорта; дефицит квалифицированного персонала – зачастую на малых предприятиях один сотрудник совмещает несколько должностей).
2. Нехватка материальных средств (денежных) – в большинстве случаев самая главная проблема малых предприятий.

Вторая из названных групп причин вынуждает начинающих бизнесменов экономить на всем, в том числе и на маркетинговых мероприятиях.

Вследствие перечисленных выше причин маркетинговая деятельность в сфере малого бизнеса может быть реализована с некоторыми ограничениями:

1. В сфере маркетинговых исследований огромная доля денежных средств тратится именно на исследования. Предприятия малого бизнеса вынуждены решать эту проблему с помощью менее затратных методик, кроме того, частота проведения исследований также выступает ограниченным фактором.

2. В сфере разработки товарной политики малое предприятие имеет следующие ограничения:

а) ассортимент. Малое предприятие не может обеспечить поддержание достаточно большого ассортимента товаров. Малое предприятие, как правило, может позволить себе предлагать продукцию из одной товарной категории. Этому фактору способствуют небольшие производственные возможности, ограниченные складские помещения, сравнительно небольшой рынок сбыта;

б) качество продукции. Для малого предпринимательства экономически невыгодно производить продукцию худшего качества. Это непоправимая ошибка – делать малый бизнес не на качестве, а на количестве продаж. Единственный способ выйти на нормальный уровень рентабельности – это продавать продукцию хорошего качества. В этом случае высокая прибыльность будет компенсировать сравнительно небольшое количество покупателей [2].

3. Сфера продвижения товара на рынок. Эта область маркетинговой деятельности также является очень затратной. Нехватка ресурсов у малых предприятий не позволяет им полноценно использовать весь комплекс маркетинговых инструментов по продвижению продукции на рынок, поскольку на первый план выступают следующие ограничения:

а) ценовая политика. Уменьшение цен на продукцию для малого бизнеса может иметь решающую роль на пути к банкротству;

б) использование систем скидок. По сравнению с крупными компаниями, малые предприятия не могут позволить себе очень большие по величине и продолжительные по времени скидки.

в) маркетинговые коммуникации. Для всех предприятий малого бизнеса проблемой является ограниченность рекламного бюджета. Поэтому такие предприятия не могут воспользоваться рекламой на ТВ и, как правило, не используют наружную рекламу. Кроме того, рекламные агентства обычно отказывают в профессиональной помощи, так как маленький заказ им невыгоден. Как правило, малому бизнесу не в полной мере доступны и другие инструменты продвижения, такие как PR-компании, имиджевые акции. В силу небольшого бюджета такая фирма не может, к примеру, выступить спонсором какого-либо крупного события в городе, которое в дальнейшем широко освещается в прессе, либо быть организатором ярмарки или выставки [3].

Таким образом, для малого бизнеса недоступны способы продвижения, нацеленные на широкую аудиторию, что заставляет предприятия в своих маркетинговых кампаниях действовать избирательно.

Мировыми лидерами в сфере инноваций названы Швейцария, Швеция, Великобритания, США, Финляндия и Сингапур.

Швейцария возглавляет Глобальный инновационный индекс (ГИИ) шесть лет подряд. Другие страны в топ-5 улучшили свои показатели на одну позицию, в то время как Нидерланды, занимавшие в 2015 году четвертое место, в этом году оказались на девятом. Кроме них, в десятку самых инновационных стран входят Ирландия, Дания и Германия.

Из стран – соседей Беларуси выше всех в мировом списке инноваций находится Латвия, которая занимает 34-е место. Литва стала 36-й, Польша – 39-й, Россия – 43-й, Украина на 56-м месте. Выше Беларуси в рейтинге также Армения (60-е место), Грузия (64-е место) и Казахстан, занявший 75-е место.

Беларусь стала 79-й из 128 стран в свежей версии рейтинга «Глобальный

инновационный индекс – 2016», как сообщает пресс-служба ООН. По сравнению с прошлым годом страна потеряла сразу 26 позиций. Проанализировав динамику малых инновационных предприятий, можно отметить, что она устойчиво отрицательная [4].

Почему в Беларуси с каждым годом становится все меньше инновационных компаний? Одна из причин – периодически дающий о себе знать перманентный экономический кризис, что выражается в снижении темпов развития экономики в целом, а также в снижающихся результатах в области знаний и технологий, результатах творческой деятельности.

С другой стороны, Беларусь имеет и сильные стороны. Их подтверждают такие показатели, как простота открытия бизнеса, уровень образования, в том числе высшего, процент квалифицированных работников, процент компаний, предлагающих обучение сотрудникам, количество патентов и сертификатов. Поэтому потенциал, безусловно, имеется, надо только способствовать созданию условий для его реализации.

В заключение следует отметить, что в современных условиях развития рыночной экономики взаимодействие интеллектуального капитала и маркетинговых технологий дает преимущества, которые способствуют более успешному развитию малого инновационного предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ломова, В. В. Инновации и малый бизнес: точки соприкосновения / В. В. Ломова, // Россия и социальные изменения в современном мире : материалы междунар. науч. конф. «Ломоносов – 2004» : в 3 т. – М., 2004. – Т. 3. – 220 с.
2. Кумар, Н. Маркетинг как стратегия. – М. : Претекст, 2008. – 342 с.
3. Котлер, Ф., Келлер, К. Л. Маркетинг менеджмент. – 14-е изд. – СПб. : Питер, 2015. – 800 с.
4. Официальный сайт стартовой страницы Беларуси «21.BY» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.21.by/>. – Дата доступа: 05.05.2017.

В. В. Свирская,

студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ СРЕДСТВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА «БЕЛАЯ КАРОНА»

Следует отметить, что продвигать услуги сложнее, чем товары. Продвигая товар, маркетолог рекламирует то, что уже произведено. С услугой все иначе: она неосознаема, получить ее можно только после продажи или оплаты. Услугу сначала продают и лишь потом производят. Продвигая услуги, приходится рекламировать «воздух». Для покупателя высокая неопределенность качества при приобретении услуги сопряжена с определенным риском. Чтобы снизить риски, он пытается оценить то, что на момент выбора услуги доступно: наличие рекомендаций, качество рекламы, поведение персонала, интерьер и месторасположение офиса.

Таким образом, вначале покупатель «покупает» компанию и только потом ее услуги. Не так просто, используя методику продвижения продукта, добиться целевого результата. Очень много компаний не получают запланированного результата по причине не только неверной разработки самого комплекса маркетинга в целом, но и из-за неверной политики планирования донесения маркетинговой информации о продукте или компании в целом до конечного потребителя.

Продвижение услуг является первоочередной задачей любой организации с целью успешного функционирования и получения прибыли. При этом не в каждой компании уделяют достаточно внимания повышению эффективности инструментов продвижения, что негативно сказывается на их деятельности. В условиях жесткой конкуренции грамотная программа продвижения услуг играет решающую роль. В результате поверхностного подхода к разработке программы продвижения принятия решения зачастую бывают либо сомнительными, либо ошибочными, что в конечном итоге может привести к неоправданным затратам и, как следствие, снижению конкурентоспособности компании [1].

В настоящее время рекламный рынок Республики Беларусь и всего мира нестабилен: одни агентства разоряются, другие же находят пути выхода из сложившейся ситуации. Рекламное агентство «Белая Карона» играет важную роль на рекламном рынке Республики Беларусь, делая основной упор на комплексное обслуживание клиентов в сфере маркетинга и рекламы.

Агентство занимает достаточно устойчивую позицию на рынке, что связано во многом с многолетним опытом работы и хорошей репутацией агентства. Конкурентную позицию рекламного агентства можно оценить как уверенную и высокую. Этот факт подтверждается признанием постоянными клиентами агентства реальной эффективности разработанных и реализованных маркетинговых программ, благодаря высокому творческому потенциалу, владению современными методиками и технологиями рекламного бизнеса, а также ответственности по взятым на себя обязательствам. Однако для того чтобы по-прежнему занимать одно из лучших положений на рекламном рынке и усилить свои позиции, необходимо применять различные средства продвижения своих услуг, их необходимо развивать и совершенствовать [5].

Существуют два принципиально разных подхода к продвижению: сбытовой и маркетинговый. Сбытовой подход заключается в том, что потребитель будет покупать тот продукт, который будет продвигаться компанией. При этом компании должны применять активное продвижение. Суть же маркетингового подхода состоит в удовлетворении нужд, потребностей, желаний потребителей.

Продвижение товара осуществляется с помощью определенного набора инструментов, а именно: рекламы, связей с общественностью, стимулирования продаж, личных продаж, событийного маркетинга и POS-материалов. Каждый из данных инструментов имеет свои достоинства и недостатки, а также различный уровень эффективности при вложении одинаковых денежных средств [3].

Профессиональная деятельность организаций, функционирующих на рынке рекламных услуг, зависит от шести ключевых факторов: рост и цикличность; барьеры для вступления в отрасль и выхода из нее; зависимость от клиентов; методы привлечения и удержания специалистов; взаимозаменяемость услуг; воздействие государственной политики. Все они определяют характер конкуренции и формируют уровень привлекательности того или иного сегмента рынка рекламных услуг с позиций потенциальной прибыльности.

Эти особенности отчетливо демонстрируют то, что маркетинг услуг нельзя рассматривать отдельно от других функций рекламного агентства и от личного контакта с клиентом. К маркетингу рекламного агентства следует подходить как к части общего интегрированного процесса управления предприятием, как к основе стратегии отношений с клиентом [2].

УП «Белая Карона» является рекламным агентством полного цикла. Оно предоставляет следующие виды услуг: разработку стратегий рекламных кампаний; брендинг; медиа; дизайн; производство рекламной продукции; проведение специальных мероприятий (BTL, PR, Event).

После изучения динамики изменения структуры услуг был сделан вывод о том, что основное внимание агентство должно уделить развитию разработки креативных решений и стратегий, а также мониторингу СМИ, так как именно эти виды услуг с каждым годом занимают все большую долю в общей структуре услуг. При этом проведение маркетинговых исследований каждый год теряет свою популярность. Это может свидетельствовать о том, что

данный вид услуги недостаточно развит в агентстве. Поэтому следует либо повысить уровень подготовки специалистов и проведения исследований, либо отказаться от предоставления данного типа услуг и проводить маркетинговые исследования только для развития самого агентства.

В своей деятельности РА «Белая Карона» использует следующие основные инструменты продвижения: реклама; личные продажи; связи с общественностью; стимулирование продаж; событийный маркетинг.

Общий объем затрат на рекламу увеличивается из года в год. Однако увеличение затрат также связано с явлением девальвации в 2013 году. В связи с этим затраты на рекламу увеличились в 2,2 раза, это свидетельствует о том, что реклама занимает одно из ведущих мест в комплексе маркетинговых коммуникаций, используемых агентством в своей деятельности.

Агентство получило большую популярность благодаря ежегодному проведению фестиваля маркетинга и рекламы «Белый квадрат», который имеет высокую миссию расширения рекламного рынка Беларуси, привлечения иностранных инвестиций в данную сферу, повышения конкурентоспособности белорусских предприятий и товаров как в пределах Беларуси, так и за ее рубежом благодаря повышению качества производимой рекламной продукции, повышению компетентности специалистов, работающих в сфере рекламы и маркетинга [4].

Для разработки предложений по совершенствованию продвижения услуг проанализирована прибыль агентства и затраты на комплекс инструментов продвижения. Сделан вывод о том, что средства, затрачиваемые на инструменты продвижения услуг агентства, распределяются нерационально и не приносят ожидаемого результата.

Для определения эффективности отдельных инструментов продвижения был проведен опрос с целью выяснить, как клиенты агентства узнали о его существовании. По его результатам определено, что подавляющее большинство узнали об рекламном агентстве «Белая Карона» благодаря PR-мероприятиям. Большая часть из них – в связи с проведением фестиваля «Белый квадрат», остальные – в ходе проведения выставок на территории Беларуси и за рубежом, в ходе личных продаж и посредством их рекламы. При этом удельный вес рекламы в структуре инструментов продвижения агентства составляет 35,9 %, затраты в год – 38,2 млн руб. Этот показатель свидетельствует о том, что реклама как инструмент продвижения не приносит какого-либо значимого эффекта для деятельности агентства. Был сделан вывод о том, что средства, затрачиваемые на рекламу, следует уменьшить. Из этого следует, что средства, затрачиваемые на рекламу, можно перераспределить на другие элементы коммуникаций, так как данный инструмент продвижения не приносит прибыли агентству, а только снижает общую эффективность комплекса маркетинговых коммуникаций.

Кроме того, рациональным решением для агентства будет использовать модель интегрированных маркетинговых коммуникаций и планировать свою деятельность в соответствии с данной моделью. Это позволит создать синергетический эффект благодаря одновременному использованию различных методов маркетинговых коммуникаций одновременно и повысить общий эффект от их использования.

Одним из важных составляющих в оценке эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций является оценка степени интеграции отдельных инструментов. Для их определения проведен метод экспертных оценок, произведены расчеты и сделан вывод о том, что наиболее интегрированной парной связью маркетинговых коммуникаций являются «личные продажи – выставки», далее следуют «PR – реклама» и «реклама – выставки». Наименее интегрированными парными связями маркетинговых коммуникаций являются «личные продажи – стимулирование продаж»; «PR – стимулирование продаж»; «реклама – стимулирование продаж».

Низкую степень интеграции стимулирования продаж с другими элементами маркетинговых коммуникаций можно объяснить тем, что в агентстве средства стимулирования практически не используются. В связи с этим агентству следует либо окончательно отказаться от методов стимулирования продаж и средства, затрачиваемые на

них, распределить между другими средствами коммуникаций, либо начать интегрировать методы стимулирования с другими элементами коммуникаций в политике агентства. В целом применение модели интегрированных маркетинговых коммуникаций позволит агентству более рационально использовать денежные средства на инструменты продвижения, а также получать более значимый эффект от их использования.

В качестве дополнительных инструментов продвижения услуг агентства предложены продвижение в социальных сетях и раскрутка собственного сайта агентства.

Внедрение предложенных рекомендаций в практическую деятельность агентства «Белая Карона» позволит увеличить число контактов, будет способствовать повышению размеров дополнительной прибыли и в целом повысит эффективность хозяйственной деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дурович, А. П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Современная школа, 2010. – 256 с.
2. Маркетинг : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2015. – 344 с.
3. Международный маркетинг: учеб.-метод. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2012. – 192 с.
4. Официальный сайт Международного Фестиваля рекламы «Белый квадрат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adfest.by/>. – Дата доступа: 02.05.2017.
5. Официальный сайт рекламного агентства «Белая Карона» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.karrona.by/>. – Дата доступа: 02.05.2017.

Е. А. Тогулев,

студент 3-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ПИВА

Проведение маркетингового исследования – главный момент в организации предпринимательской деятельности. Важно тщательно проанализировать рынок товаров, потребителей, рынок сбыта и т. п. Эти параметры важны при составлении подробного плана и будущей деятельности.

Исследование рынка – систематический количественный и качественный анализ одного или совокупности рынков для получения информации о потенциале, емкости рынка, характеристиках конкурентной среды, ценах [1].

В исследование рынка включены такие мероприятия, как:

- определение размера и характера рынка (характеристика потребителей по возрасту, полу, доходу, профессии и социальному положению);
- определение географического размещения потенциальных потребителей;
- определение удельного веса товаров основных конкурентов в общем объеме сбыта на данном рынке. Исследование структуры, состава и организации работы сбытовой сети, обслуживающей данный рынок;
- анализ общеэкономических и других внешних тенденций, влияющих на структуру рынка.

Объектами рыночного исследования являются тенденции и процессы развития рынка, включая анализ изменения экономических, научно-технических, демографических, экологических, законодательных и других факторов. Исследуются также структура

и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски. Основными результатами исследования рынка являются прогнозы его развития, оценка конъюнктурных тенденций, выявление ключевых факторов успеха. Определяются наиболее эффективные способы ведения конкурентной политики на рынке и возможности выхода на новые рынки [2].

Для того чтобы принимать обоснованные решения на любом рынке, необходимо располагать достоверной, обстоятельной и своевременной информацией. Систематический сбор, отражение и анализ данных о проблемах, связанных с функционированием рынка, составляют содержание маркетинговых исследований. Чтобы быть эффективными, эти исследования, во-первых, должны носить систематический характер; во-вторых, опираться на специально отобранную информацию; в-третьих, осуществлять определенные процедуры сбора, обобщения, обработки и анализа данных; в-четвертых, использовать специально разработанные для целей анализа инструменты. Таким образом, маркетинговая деятельность строится на основе специальных рыночных исследований и сборе необходимой для их проведения информации. Потоки этой информации упорядочиваются определенными исследовательскими процедурами и методами.

Структура рынка пива в Беларуси представлена импортной продукцией и продукцией отечественных производителей (рис. 1).

Продукция белорусских пивоваренных заводов производится в основном по одной технологии, поэтому, как правило, рынку предлагаются похожие по основным характеристикам сорта пива. Отличия состоят в качестве используемого сырья, технологии пастеризации и вкусовых особенностях.

Развитие белорусских пивоваров происходит под необычно большим влиянием импорта и экспорта. Конкуренция с зарубежными брендами, включение их в свой портфель или запуск лицензионного производства приводили к колебаниям долей рынка и объемов выпуска компаний.

Результаты работы белорусского производителя (объемы и долю рынка) можно оценивать по-разному: 1) как подразделения международной группы, рассматривая объединенный портфель произведенных в Беларуси и импортируемых брендов (актуально для Carlsberg и Heineken); 2) как белорусского производителя, который реализует пиво на внутренний рынок, или же 3) как предприятие, которое произвело определенный объем пива, независимо от того, куда он его реализует – на внутренний рынок или на экспорт. Эти три системы координат усложняют анализ отчетов компаний и требуют постоянных уточнений.

На пивном рынке Республики Беларусь представлены 9 производителей. Почти 90 % общего выпуска пива приходится на 4 основных производителя: ОАО «Криница» (Минск), ИЗАО «Пивоварни Хайнекен» (Бобруйск, Речица), ОАО «Пивзавод Оливария» (Минск), ОАО «Лидское пиво» (Лида).

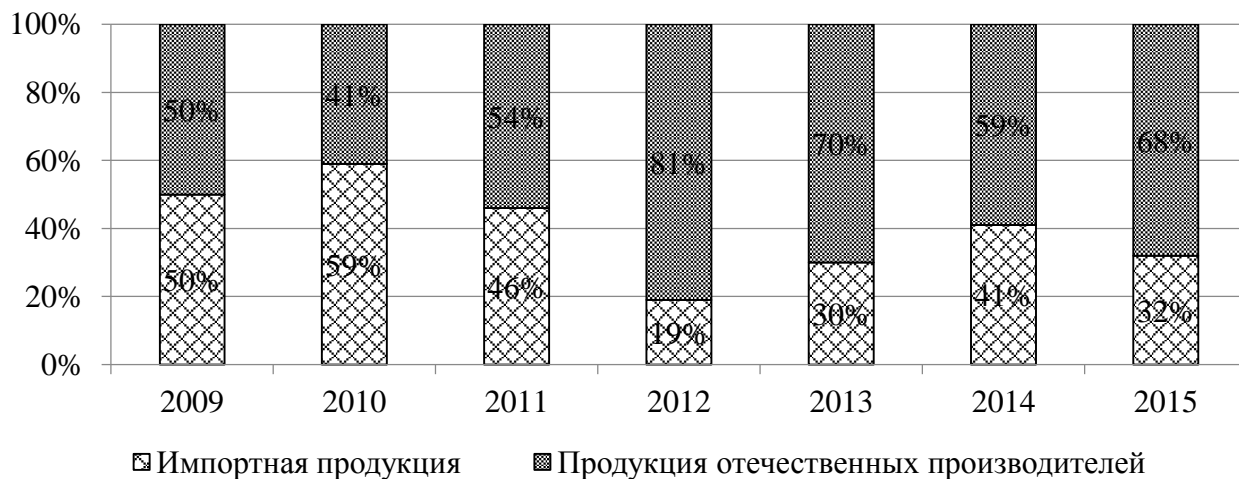


Рисунок 1 – Структура пивного рынка Республики Беларусь, %

Также важным игроком на рынке пива является ОАО «Белсолод» – белорусский производитель светлого ячменного пивоваренного солода. Только 2 из 6 крупнейших местных производителей пива – ОАО «Криница» и ОАО «Брестское» – находятся в собственности государства. Лидирующей компанией по объему поставок пива на внутренний рынок за 2015 год стало ИЗАО «Пивоварни Хайнекен», которое поставило 6,3 млн дал пива. За ней следует ОАО «Криница» (5,4 млн дал пива).

Удельный вес на рынке 2015 года: ОАО «Криница» – 19,6 %, ОАО «Оливария» – 16,5 %, «Пивоварни Хайнекен» – 21,6 %, ОАО «Лидское пиво» – 13,5 %, ОАО «Брестское пиво» – 3,4 %, другие – 0,2 % (рис. 2).

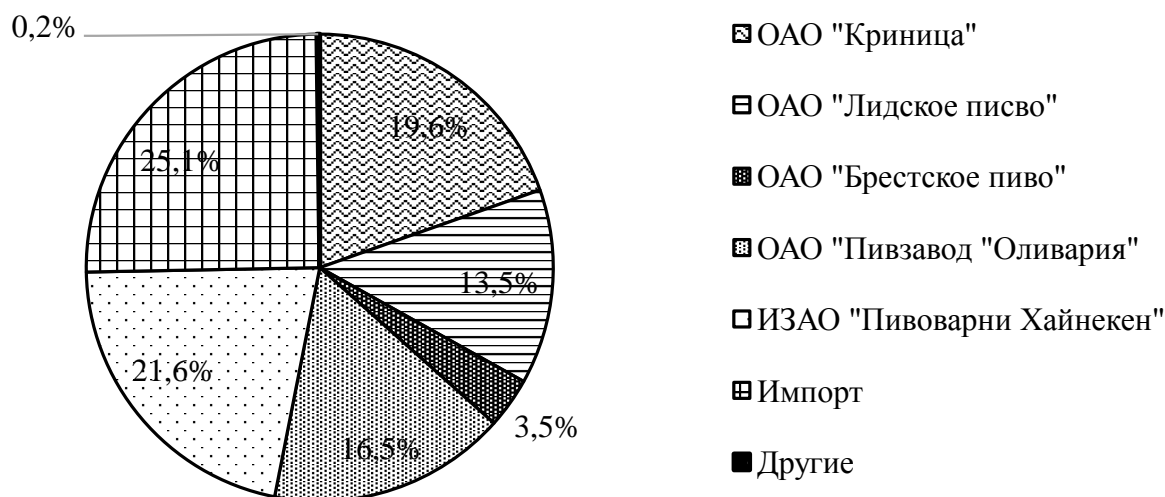


Рисунок 2 – Структура пивного рынка Республики Беларусь, 2015 год, %

В целом по республике пивная промышленность имеет довольно высокий уровень конкурентоспособности. Постепенная интеграция в мировую экономическую систему дает возможность выйти на новые рынки сбыта. Положительная динамика потребления расширяет возможности для роста объемов производства продукции, а значит – более полной загрузки производственных мощностей.

Белорусский рынок пива в 2016 году сократился на 1,5 %, до 426,4 млн литров. Уменьшение объема рынка произошло за счет снижения импорта. Объемы продаж пива белорусского производства выросли на 0,1 %, до 336,7 млн литров [3].

Самой плодотворной пивоварней в 2016 году оказался завод «Крыніца». Предприятие провело ребрендинг и обновило основную линейку пива, запустило новую экспериментальную серию пива «Пивная карта», представив первые заводские белорусские марки – американский бледный эль и дуббель, а также начало производство пива по лицензии Efes и львовской компании «Перша приватна броварня». Всего в активе компании в прошедшем году значится 14 сортов, включая обновленные и выпущенные по контракту.

В год 140-летнего юбилея крайне активным был завод «Лидское пиво». Компания также провела ребрендинг основной линейки и объявила о переходе коммуникации на белорусский язык, сварила два юбилейных сорта – «Лідскае Легенда» и «Лидское 140», обновило линейку «Калекцыя майстра», в рамках которой выпустила три новых сорта, включая первый массовый белорусский IPA. Главным же событием в жизни «Лидского пива» стал фестиваль Lidbeer, организованный второй год подряд. Его посетило 120 тыс. человек.

На фестивальных активностях в 2016 году сосредоточился и завод «Оливария». Предприятие, входящее в состав концерна Carlsberg, летом организовало фан-зону Евро-2016, провело бесплатную вечеринку Tuborg Night, а главное – организовало крупный городской фестиваль «Хмелю, солоду і ежы», который посетило более 100 тыс. человек. Были и другие, менее масштабные мероприятия под эгидой Оливарии. Что касается непосредственно

пивоварения, то компания остается одним из лидеров рынка. Поддержать позиции должны были и две новинки – «Аліварыя 1894 Premium» и «Калядная ноч».

Из «большой четверки» меньше всего новостей было из Бобруйска – от белорусского подразделения Heineken. Завод в 2016 году не выпустил ни одного нового сорта. Зато возродил музыкальный фестиваль «Рок за Бобров», проводившийся с 2005 года. По словам организаторов, билеты на мероприятие купили более 15 тыс. человек [4].

Ситуация с импортным пивом остается стабильной и спокойной: самыми активными игроками в этом сегменте являются сеть разливного пива «Точка» и импортер BeerCar.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дурович, А. П. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : ТетраСистемс, 2009. – 432 с.
2. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика. – 4-е изд., перераб. и доп. / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2008. – 496 с.
3. Хартия 97 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://charter97.org/ru/news/2017/4/5/245989/>. – Дата доступа: 28.04.2017.
4. Pivo.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pivo.by/articles/reviews/belarusian-beer2016>. – Дата доступа: 28.04.2017.

Я. Ю. Хотулева,

студент 3-го курса

Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

ФОРМИРОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рыночная экономика, бизнес и маркетинг более чем за полтора последних десятка лет приобрели в нашей стране вполне реальные черты. По уровню развития рыночных отношений, институтов технологий производства, качеству жизни основной массы населения Беларусь пока еще существенно отстает от стран Запада, и прежде всего США. Однако реалии глобализации рынков и бизнеса не оставляют Беларуси выбора – быть на рынке товаров, услуг, идей или не быть. Очевидно, что быть на рынке – значит играть по правилам рынка, значит найти на рынке свое место и только потому, возможно, преуспеть.

Работа на любом рынке – это работа не только и не столько с товаром, это прежде всего работа с потребителем. Практически любой бизнес сегодня – это интегрированные усилия по выявлению, созданию, развитию и удовлетворению потребностей людей и компаний. Все участники рыночной экономики – это поставщики и потребители разнообразных продуктов. Неудивительно, что работа на рынке – это работа, ориентированная на потребителя.

Работа с потребителем сегодня ведется в условиях революционного развития информационных технологий, постоянно усиливающейся глобальной конкуренции, растущей фрагментации спроса и дифференциации предложения, надвигающихся реалий массовой кастомизации. Это значит, что потребитель становится все более требовательным, а работа с ним – все более сложной, интересной и профессиональной [1].

Современный потребитель стал более избирательным в процессе выбора услуг и товаров, более чутко реагирует на качество и ассортимент продукции, тщательнее оценивает и изучает показатели утилизации и экологичности используемых товаров. Явно наблюдается неоднозначность мнения потребителя в разных ситуациях. Ярким примером служит выбор товаров особого спроса. Сегодня женщины активнее покупают личные автомобили. При

выборе машины они исследуют товар тщательнее мужчин. Отдел маркетинга дилеров и производителей стали более глубоко исследовать специфику «женского» спроса, стараясь точнее выделить самые важные критерии отбора для женщин. Выделенные предпочтения весьма неожиданны.

Большинство женщин на первый взгляд считают важнейшим свойством автомобиля не внешний вид, а уровень безопасности, так как женщины обладают усиленным чувством самосохранения. Между тем вывода «не нравится» достаточно для того, чтобы не делать покупку, в чем проявляется амбивалентность характера женщины: одновременно эмоциональность и практицизм восприятия. Значит, женщина никогда не приобретет автомобиль, который ей не подходит, не нравится, даже если он будет являться функциональным.

Также в современном мире существенно влияют на поведение потребителей новые методы и формы продаж. Электронная торговля – самое любимое «дитя» маркетинга. Аналогично тому, как промышленная революция изменила радикально характер труда, привела к формированию огромных богатств, изменению структуры семьи, созданию другого образа жизни и в результате отразилась и на форме правления в мире, также и революция электронной торговли произвела не менее значительные изменения.

Технология электронной торговли в розницу дает возможность определить то, что стоит предлагать покупателям, но при этом лишь потребители могут определить, какие из данных технологий окажутся принятыми. Из миллионов посетителей порталов электронной торговли только единицы осуществляют покупки. Потенциальные покупатели заходят на сайт иногда ради приятных впечатлений эстетического характера либо ради информационных данных, но в случае, когда сайт не совпадает с их намерениями, они не купят ничего.

Никто не приобретает товар, не имея определенной проблемы, желания или потребности. Доказательством этого служит модель, выведенная учеными университета штата Огайо в США Д. Коллатом, Дж. Энджелом и Р. Блэкуэллом. Согласно данной модели покупка всегда сопровождается процессом принятия решения, учитывающим факторы влияния из внешней среды и индивидуального отличия потребителей. В него входит 7 этапов: осознание необходимости; поиск информации; оценка альтернатив перед покупкой; покупка; потребление; оценивание результатов потребления; освобождение.

Часто компании делают ошибку, будучи уверенными при производстве товаров, что они сами знают, что выпускать или продавать, и не думают о том, что же желают покупать потребители. Порой даже известные крупные компании ошибаются, наполняя рынок ненужными услугами и товарами. Например, в процессе конференции онлайн на сайте ЛЛГА.net. президент клуба по маркетингу MarketingJazz Жан Смотрич дал оценку удачных и неудачных проектов создания бренда в 2011 году. По его мнению, неудачным опытом создания бренда можно считать деятельность компании «Билайн». Компания, несмотря на многомиллионные финансовые вложения, была вынуждена осуществить демаркетинг бренда. Основные ошибки «Билайн»: 1) отсутствие четкой маркетинговой стратегии; 2) неготовность компании общаться с потребителем [2].

Возникает правомерный вопрос, какие же решения должны принимать маркетологи, чтобы обеспечить высокую степень вовлеченности покупателей? Ниже приведены ключевые вопросы, которые следует использовать в процессе диагностирования потребителей.

На первом этапе – «Осознание потребности»:

1. Какую пользу ищут современные потребители?
2. Какие потребности и побуждения удовлетворяются покупкой?
3. Являются ли эти потребности скрытыми или потенциальные покупатели уже осуществляют их?
4. Насколько заинтересованы потенциальные покупатели в определенном целевом сегменте?

На втором этапе – «Поиск информации»:

1. Какая информация, относящаяся к товару, хранится в памяти потребителя?

2. Есть ли у потребителя мотивация обращения к внешним источникам для поиска информации об имеющихся вариантах и характеристиках?

3. Какие специфические информационные ресурсы используются чаще всего?

4. Когда покупатель начинает поиск информации?

5. На какие характеристики или атрибуты товара нацелен поиск?

На третьем этапе – «Предпокупочная оценка»:

1. В какой мере потребители заняты оценкой и сравнением вариантов?

2. Какие варианты товаров включены в процесс оценки?

3. Какие критерии оценки используются для сравнения различных вариантов?

4. Какие критерии оценки наиболее существенны при выборе?

5. Насколько сложен процесс оценки?

6. В соответствии с каким правилом происходит выбор наилучшего варианта?

На четвертом этапе – «Покупка»:

1. Будет ли потребитель тратить время и энергию на то, чтобы найти предпочтительный вариант?

2. Нужны ли дополнительные усилия для того, чтобы найти предпочтительную торговую точку для покупки?

3. Какие предпочтительны модели покупки: розничный магазин, на дому, интернет, каталоги?

На пятом этапе – «Потребление»:

1. Как потребитель использует товар: по прямому назначению, согласно инструкции, не по прямому назначению?

2. Какие еще товары используются в сочетании с данным товаром?

3. Где потребитель хранит товар, когда не использует его?

4. Какова нормальная частота использования товара и продолжительность потребления?

5. Где и когда происходит потребление?

6. Как члены домохозяйства и другие люди участвуют в потреблении данного товара?

На шестом этапе – «Оценка после потребления»:

1. Какова выражаемая потребителем степень удовлетворенности или неудовлетворенности от использования по сравнению с опытом ранее приобретаемых товаров или услуг данной категории?

2. Каковы причины этой удовлетворенности или неудовлетворенности?

3. Делится ли потребитель своей удовлетворенностью или неудовлетворенностью с окружающими, чтобы помочь им в совершении покупки?

4. Предпринимали ли потребители усилия, чтобы ослабить чувство неудовлетворенности от покупки?

5. Намеревается ли потребитель совершить в будущем покупку одного из вариантов товаров?

На седьмом этапе – «Освобождение»:

1. Когда потребитель освобождается от товара: товар полностью использован или потреблен, потерял интерес к нему, появился более предпочтительный вариант выбора?

2. Как потребитель распорядится изделием: выбросит товар дома или в другом месте, повторно использует для другой цели, пожертвует для некоммерческой организации?

3. Рассматривает ли покупатель продажу бывшего в употреблении товара?

4. Как потребитель распорядится упаковкой товара?

5. Какую роль играет забота об окружающей среде в выборе варианта освобождения от товара? [2].

Приведенный перечень вопросов является рекомендательным и может дополняться в зависимости от специфики выпускаемой продукции. Главной целью составления таких вопросов является тщательное и всестороннее изучение предпочтений потенциальных и целевых потребителей в современных условиях.

Выяснение мотивов поведения потребителей осложняется и тем, что современное общество одновременно порождает противоположные потребности: в изоляции и в жизни в группе; в оседлости и подвижности; отдыхе и деятельности; «пускании корней» и их отсутствии; пассивном потреблении и творческом к нему подходе. Именно из-за наличия таких противоречащих друг другу потребностей маркетинговые исследования потребителей должны быть положены в основу деятельности предприятия, что обеспечит соответствие предлагаемого им товара потребностям определенных сегментов рынка [3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алёшина, И. В. Поведение потребителей : учебник. – М. : Экономист, 2006. – 525 с.
2. Особенности поведения потребителя нашего времени [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-ru.com/2014/03/osobennosti-povedeniya-potrebatelya-nashego-vremeni-chast-3/>. – Дата доступа: 04.05.2017.
3. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учеб. пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2004. – 512 с.

Д. С. Худенький,
студент 5-го курса
Витебский филиал

Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Витебск

О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

В условиях глобализации современного мира национальные экономики государств приобретают все более открытый характер. Чем более открыта экономика страны, тем важнее для нее становится уровень ее конкурентоспособности. Решающей предпосылкой конкурентоспособности страны является производство ее предприятиями конкурентоспособной продукции. Сам фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителя под угрозой вытеснения с рынка заниматься системой качества и в целом конкурентоспособностью своих товаров.

Принято различать внешнюю и внутреннюю конкурентоспособность предприятий. Внутренняя конкурентоспособность означает сохранение и укрепление позиций на внутреннем рынке страны. Внешняя конкурентоспособность означает, что товары и услуги производителя соответствуют мировому уровню.

По мере развития рыночных отношений и нарастания перспективы вступления Республики Беларусь в ВТО проблема повышения конкурентоспособности продукции белорусских предприятий на внешних рынках будет все сильнее возрастать. Проблема управления конкурентоспособностью продукции актуальна и с практической точки зрения в силу далеко не полного владения руководством предприятий современными методами оценки конкурентоспособности и механизмами разработки конкурентных стратегий.

Современная наука имеет серьезные теоретические разработки в области конкурентоспособности. Это работы таких ученых, как Фатхутдинов Р. А. [1], Мазилкина Е. И. [2], Михненко О. Е. [3], Лифиц И. М. [4]. Разработаны методики ее оценки, делаются попытки определения универсальных шагов для ее повышения. Вместе с тем анализ конкурентоспособности продукции белорусских предприятий показывает, что, несмотря на то, что вопросу конкурентоспособности придается большое значение на государственном уровне и ряд предприятий страны выступает лидерами в отдельных рыночных нишах, тем не менее, продукция отдельных предприятий не обладает достаточным уровнем

конкурентоспособности, имеется значительное количество убыточных и низкорентабельных предприятий. Поэтому велика значимость грамотного управления конкурентоспособностью продукции. На первую позицию выдвигается объективная и качественная оценка конкурентоспособности продукции как один из важнейших этапов экономического анализа.

Исследуемое предприятие ОАО «Витебский завод электроизмерительных приборов» («ВЗЭП») работает в основном на внешних рынках. На начальных этапах исследования мы определили географические границы исследуемого рынка (Российская Федерация), выбрали вид продукции для анализа, а также сформировали список конкурентов.

Одним из крупнейших потребителей продукции ОАО «ВЗЭП» на выбранном рынке является ОАО «КАМАЗ». Поэтому выбран в качестве объекта исследования используемый при сборке автомобиля КАМАЗ спидометр электронный ПА 8090. В качестве товаров-конкурентов выберем аналогичные изделия, представленные на рынке: спидометр 81.3802 (АО «Автоприбор», г. Владимир) и спидометр 1323 (SIEMENS VDO, Германия).

Нами определена конкурентоспособность выбранного вида продукции по таким методикам, как методика «11111–55555» [1, с. 174], мультиатрибутивная модель и параметрическая модель оценки конкурентоспособности продукции [5, с. 120].

Для проведения полноценной диагностики конкурентоспособности продукции мы использовали комбинированную модель оценки [5, с. 122]. Итоги исследования представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности продукции ОАО «ВЗЭП» по комбинированной модели

Показатели	ОАО «ВЗЭП» (ПА 8090)	АО «Автоприбор», г. Владимир (81.3802)	SIEMENS VDO, Германия (1323)	Эталон (ГОСТ 12936–82)
Блок 1				
Цена	3	5	4	5
Качество	4	3	5	5
Эргономика	5	4	4	5
Эстетика	5	4	3	5
Показатели назначения	5	5	4	5
Имидж производителя	3	4	5	5
Блок 2				
Верхний предел диапазона, км/ч	120	120	120	120
Передаточное отношение	624:1	624:1	624:1	624:1
Номинальное напряжение, В	24	24	24	24
Гарантийный срок, год	2	2	2	2
Блок 3				
Условия поставки	5	4	3	5
Актуальность конструкции	5	4	5	5
Безопасность и удобство эксплуатации	5	4	4	5
Габаритные размеры	4	5	4	5
Вес	3	4	4	5
Дизайн изделия	5	4	5	5
Упаковка	3	4	5	5

Сервисное обслуживание	5	4	4	5
Интегральный показатель конкурентоспособности	18	17,2	17,4	20

На основе данных табл. 1 построим многоугольник конкурентоспособности продукции (рис. 1).

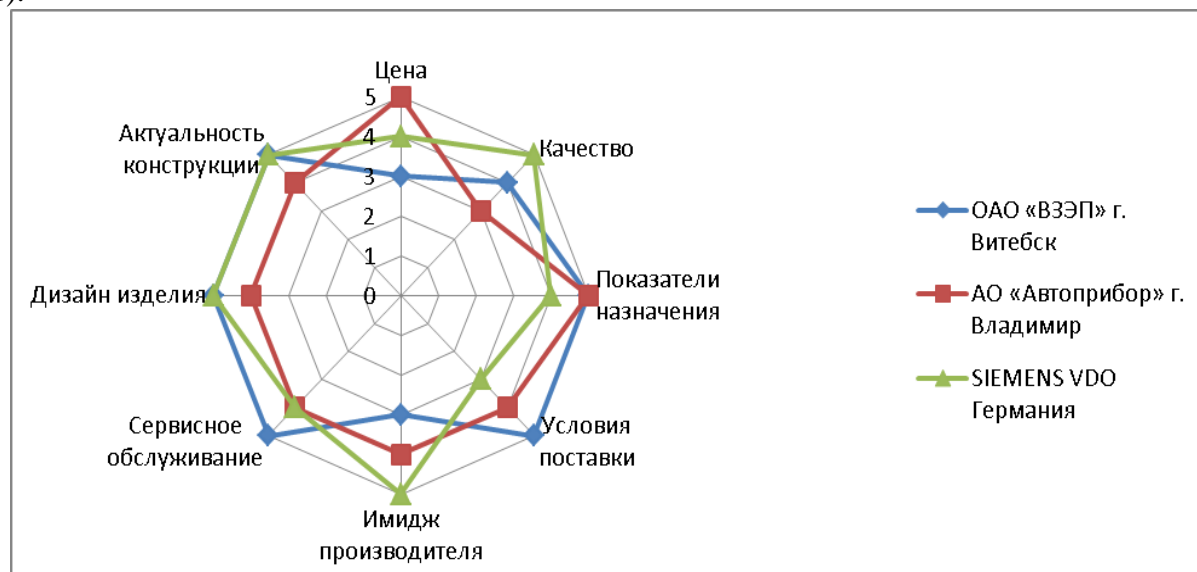


Рисунок 1 – Многоугольник конкурентоспособности продукции

Помимо того, что построенный многоугольник служит для наглядного отображения отдельных показателей сравниваемой продукции, на его базе определим уровень конкурентоспособности продукции в виде конкретного числового значения, рассчитав площадь многоугольников. Вычисленные площади характеризуют реальный результат уровня конкурентоспособности и дают количественную оценку конкурентоспособности.

Далее мы рассчитали индексы конкурентоспособности, которые показывают, во сколько раз один участник рынка «сильнее» другого (табл. 2).

Таблица 2 – Индексы силы конкурентоспособности продукции

	ОАО «ВЗЭП», г. Витебск	АО «Автоприбор», г. Владимир	SIEMENS VDO, Германия
ОАО «ВЗЭП», г. Витебск	–	1,2	1,04
АО «Автоприбор», г. Владимир	0,83	–	0,87
SIEMENS VDO, Германия	0,96	1,15	–

В результате проведенного анализа выявлено, что наиболее конкурентной является продукция ОАО «ВЗЭП». Данного преимущества удалось добиться за счет использования фирменных комплектующих, хорошего дизайна изделия и удобства работы с ним, высоких показателей качества, эргономичности и эстетики. Особо выделяются показатели назначения: способность работать с бортовым компьютером автомобиля, оснащение CAN-интерфейсом, взаимодействие с диагностическим оборудованием, тахографом и управление демультипликатором [6, с. 32].

Наряду с этим в процессе анализа выявлен ряд недостатков. Это высокая цена изделия, слабая узнаваемость марки производителя. Несмотря на лидирующее положение продукции,

отставание конкурентов незначительно, а значит, требуется оперативное проведение мероприятий для поддержания достигнутых результатов и их постоянного роста.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Дело, 2005. – 448 с.
2. Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – М. : Изд-во Омега-Л, 2009. – 328 с.
3. Михненко, О. Е. К вопросу оценки конкурентоспособности предприятия / О. Е. Михненко, М. Ю. Подкопаев // ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика. – 2014. – № 6. – С. 141–148.
4. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / И. М. Лифиц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. – 460 с.
5. Лапицкая, Л. В. Диагностика конкурентоспособности продукции предприятия: сравнительный анализ методов на примере кондитерской продукции/ Л. В. Лапицкая / ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика. – 2016. – № 1. – С. 115–127.
6. Амяльев, А. А. Стандарт автомобильной промышленности IATF 16949 – что нового? / А. А. Амяльев // Методы менеджмента качества. – 2016. – № 12. – С. 30–32.

К. О. Шашкова,

студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА КАК ОСНОВА УСПЕХА ОРГАНИЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Под концепцией понимают систему взглядов, основных идей, идеологию организации деятельности. В зависимости от уровня развитости производства и спроса на предложенные товары концепции маркетинга претерпевали эволюционное развитие. Существует шесть основных концепций, которыми руководствуются компании для осуществления маркетинговой деятельности:

1. Производственная, или концепция совершенствования производства (1860 – 1920 гг.).
2. Товарная, или концепция совершенствования товаров (1920 – 1930 гг.).
3. Сбытовая, или концепция интенсификации коммерческих усилий (1930 – 1950 гг.).
4. Концепция традиционного маркетинга, или ориентация на потребителя (1950 – 1980 гг.).
5. Концепция социально-этичного или социально-ориентированного маркетинга (1980 – 1995 гг.).
6. Концепция маркетинга взаимодействий или отношений (с 1995 года по настоящее время).

Суть концепции совершенствования производства заключается в сосредоточении усилий предприятия на производстве максимального объема товаров с целью достижения экономии за счет масштаба производства, снижения себестоимости продукции, повышения эффективности производства и низких цен. Эта концепция – одна из самых распространенных и привычных для продавцов.

Концепция совершенствования производства актуальна в двух случаях. Во-первых, когда спрос на товары превышает предложение и компании следует расширять производство.

Во-вторых, когда себестоимость товара слишком велика и ее следует снизить за счет повышения производительности. Следствием может быть увеличение показателей прибыльности.

Товарная концепция основана на концентрации усилий предприятий на производстве высококачественных товаров или оказании высококачественных услуг. Это попытка завоевать покупателей путем предложения самых лучших товаров в своей товарной категории. В области развития товаров предприятие сосредотачивает усилия на функциональных особенностях, качестве, новизне и репутации самого лучшего товара. Это происходит в условиях, когда цена не играет решающей роли для покупателя. Эту концепцию трудно применить, если отсутствуют общепринятые определения самого лучшего качества и когда большая часть покупателей предпочитает дешевые товары более сложным и дорогим. Опасность применения данной концепции, по мнению Теодора Левитта, в «маркетинговой близорукости», когда производители товаров увлекаются совершенствованием товаров без учета нужд потребителей.

Согласно концепции интенсификации коммерческих усилий потребители будут покупать товары компании, только если она предпримет специальные усилия по продаже и продвижению товара компании. Сбытовая концепция характеризуется концентрацией усилий предприятия на стимулировании желания покупателя приобретать товар, на сбыте произведенного товара, а не на удовлетворении запросов потребителей. В качестве стимула для достижения данного объема сбыта применяются ценовые инструменты и различные методы продвижения [1, с. 11–13]. Как правило, это концепция применяется при продаже товаров пассивного спроса, т. е. таких, которые клиенты обычно не планируют покупать. Компании, производящие такие товары, должны научиться определять перспективных покупателей и раскрыть перед ними преимущества своих товаров [2, с. 41].

Что касается концепции традиционного маркетинга, достижение целей организации зависит от понимания нужд и потребностей целевых клиентов, а также от наличия более эффективных по сравнению с компаниями-конкурентами способов достижения желаемого уровня удовлетворенности потребителей.

Согласно концепции социально-ориентированного маркетинга, компания, определив нужды, потребности и интересы целевого рынка, должна доставить удовлетворение потребителям эффективнее, чем конкуренты, и способствовать повышению благосостояния потребителей и общества [2, с. 43].

Концепция социально-ориентированного маркетинга совершеннее концепции традиционного маркетинга с точки зрения экологических проблем, нехватки природных ресурсов, мировых экономических проблем и недостаточного развития социальных служб. Современное общество ставит перед собой вопрос: всегда ли деятельность фирмы, ориентированная на максимальное удовлетворение индивидуальных потребностей, приносит благо обществу и потребителям в долгосрочной перспективе? Согласно концепции социально-ориентированного маркетинга, концепция традиционного маркетинга упускает из виду возможность конфликтов между краткосрочными потребностями потребителей и их длительным благополучием [2, с. 43].

Концепция социально-ориентированного маркетинга требует сбалансированности трех факторов: прибыли организации, покупательских потребностей и интересов общества. Данная концепция – это идеал, к которому необходимо стремиться организации при осуществлении предпринимательской деятельности.

Завершающей концепцией маркетинга является концепция взаимодействия – новая маркетинговая управленческая концепция. Она представляет собой процесс создания новых ценностей в тесном взаимодействии производителя и потребителя. Цель маркетинга взаимоотношений – развитие партнерских отношений для совместного получения выгод на основе совместных усилий по созданию ценностей. Основными механизмами маркетинга взаимоотношений являются индивидуализированный подход, пожизненная ценность потребителя, формирование цепочки взаимоотношений. Таким образом, итоговая цель

концепции маркетинга взаимоотношений состоит в удовлетворении спроса потребителей, интересов партнеров и государства в процессе их коммерческого и некоммерческого взаимодействия [3, с. 15].

Столкновение с внешним миром просто навязывает производителям ценности маркетинга. Тем не менее, большинство компаний начинают ориентироваться на рынок, только столкнувшись с определенными проблемами. Причины, по которым компании обращаются к маркетингу, – рост уровня жизни и доходов населения, изменение технологий, усиление международной конкуренции, сокращение оборотов компании, уменьшение доли рынка продуктов компании, падение прибыли компании и др. [4, с. 13].

Концепции маркетинга различны не только по содержанию, но и по преобладанию в практике работы предприятий в разные периоды времени. Каждая последующая концепция не отрицает предыдущую, а включает ее в себя. Главными направлениями в эволюции маркетинга выступает перенос акцента с производства и товара на коммерческие усилия, на потребителя и все большая ориентация на проблемы общества и социальные аспекты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Умавов, Ю. Д. Основы маркетинга : учеб. пособие / Ю. Д. Умавов, Т. А. Камалова. – М. : КНОРУС, 2015. – 236 с.
2. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]. – 5-е европейское изд. : пер. с англ. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2016. – 752 с.
3. Дурович, А. П. Маркетинг : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2015. – 344 с.
4. Лукина, А. В. Маркетинг : учеб. пособие / А. В. Лукина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ФОРУМ, 2013. – 240 с.

М. А. Шелестова,
студент 4-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Рекламная деятельность в розничной торговле представляет собой направленное воздействие со стороны продавца на потенциальных покупателей с целью привлечения внимания и побуждения их к совершению определенных действий, в частности к совершению покупки [1; 2].

Для привлечения покупателей организации розничной торговли могут использовать все основные каналы коммуникаций, которые в свою очередь приобретают определенные особенности, исходя из специфики отрасли.

Наиболее часто используемым средством в рекламной деятельности организаций розничной торговли является внутренняя и внешняя реклама. При этом рекламная деятельность зачастую тесно сопряжена со стимулированием продаж [2; 3]. Поскольку целевая аудитория объекта розничной торговли товарами народного потребления обширна и разрознена, то рекламные каналы должны быть массовыми, имеющими широкий охват, а именно: рекламные объявления в газетах и журналах, на радио и телевидении, а также наружная реклама и реклама в сети Интернет. Рекламная деятельность магазина осуществляется как по внешним, так и по внутренним каналам, причем большое значение уделяется именно внутренней рекламе.

Выбор определенных видов коммуникаций зависит от сочетания следующих элементов: внешняя и внутренняя среда объекта розничной торговли, целевая аудитория, конкурентная позиция, цели объекта розничной торговли, предлагаемые товары и услуги, каналы распределения, особенности ценовой политики [2; 4].

Важной особенностью и одновременно тенденцией развития розничной торговли в Республике Беларусь является медленное, но уверенное движение от мелкой и неорганизованной розницы к четкому структурированию и насыщению розничного рынка Беларуси объектами торговли крупного формата, а также сетевым ретейлом.

Одной из крупных торговых сетей в республике является ОДО «Виталюр», осуществляющее свою деятельность с 1995 года и входящее в перечень импортеров, имеющих исключительное право на импорт рыбы и морепродуктов. Основным направлением деятельности компании была и остается оптовая и розничная торговля широким ассортиментом свежемороженой рыбы и морепродуктов, рыбной продукцией собственного производства, а также разнообразными группами продовольственных товаров.

Ассортимент реализуемой торговой сетью ОДО «Виталюр» продукции позволяет организации стабильно занимать ведущие позиции среди конкурентов и получать прибыль от своей деятельности. Однако не следует забывать о том, что с течением времени меняются условия функционирования бизнеса, что может существенно повлиять на коммерческие и финансово-экономические показатели компании. В связи с этим менеджерам торговой сети ОДО «Виталюр» необходимо постоянно быть в курсе событий на рынке, а также целесообразно внедрять и развивать новые направления деятельности организации, что позволит более эффективно использовать имеющийся потенциал и увеличить прибыль.

Анализ маркетинговой активности торговой сети ОДО «Виталюр» позволил определить, что она придерживается базовой стратегии расширения ассортимента конкурентоспособной продукции с целью завоевания ключевого положения на рынке. Цель такой стратегии – удовлетворение потребностей потребителей имеющегося сегмента лучше, чем конкуренты, и обеспечение конкурентных преимуществ товара за счет оперативного реагирования на запросы потребителей. Данная стратегия опирается:

- на политику дифференциации, цель которой – придать товару отличительные свойства (использование цветной оболочки, фасовка в тару различной емкости, вакуумная упаковка), которые важны для покупателя и отличают товар от предложений конкурентов;
- политику лидерства по издержкам, предусматривающую экономию производственных издержек и высокую производительность;
- улучшение качества продукции с увеличением сроков ее реализации;
- широкую рекламную деятельность;
- создание сети фирменных магазинов по республике;
- внедрение новых технологий для производства высококачественной продукции.

Проведенные исследования свидетельствуют, что одним из важных резервов повышения эффективности функционирования торговой сети ОДО «Виталюр» является совершенствование и повышение эффективности рекламной деятельности. Для этого необходимо:

- обеспечить разработку обоснованного, базирующегося на результатах маркетинговых исследований плана осуществления рекламных мероприятий и его реальное финансирование;
- активизировать работу по размещению в средствах массовой информации имиджевой рекламы;
- организовать ежемесячный выпуск пресс-релизов и их адресную рассылку;
- увеличить расходы на полиграфическую и сувенирную продукцию; разработать программы нетрадиционных форм рекламы.

Учитывая специфику деятельности торговой сети ОДО «Виталюр» и тенденции ее развития, а также объективные конкурентные преимущества, целесообразно строить рекламную политику на основе адресно-комплексного принципа, предполагающего:

- осведомление потенциальных клиентов о существовании тех или иных видов продукции;
- распространение информации о высоком качестве товаров, предлагаемых к реализации в торговой сети;
- активное формирование потребительского спроса на товары;
- создание «репутационной основы» для последующего ввода на рынок новых видов продукции;
- устранение ложных представлений, пробелов в информации и других препятствий на пути к продаже.

Таким образом, реклама торговой сети ОДО «Виталюр» должна быть адресной и направлена на полноценный охват рынка. Очевидно, что каждой группе клиентов (корпоративных или розничных потребителей) должны соответствовать свои рекламносители, оригинальным должно быть и содержание рекламы. Также целесообразно, чтобы вокруг торговой сети ОДО «Виталюр» было единое рекламное пространство.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Каплина, С. А. Организация и технология розничной торговли / С. А. Каплина. – М. : Феникс, 2013. – 336 с.
2. Ерохина, Л. И. Маркетинг в оптовой и розничной торговле. / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Е. В. Романеева. – М. : КноРус, 2012. – 248 с.
3. Памбухчиянц, О. В. Технология розничной торговли / О. В. Памбухчиянц. – М. : Дашков и К, 2011. – 288 с.
4. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. : КноРус. – 120 с.

Секция 9

Математическое моделирование и информационные технологии в экономике

И. В. Бенкевич, У. С. Двилевич,
студенты 1-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

МАТЕМАТИКА ФИНАНСОВ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ

Для достойного проживания в рыночных условиях каждый человек стремится больше узнать о существующих экономических закономерностях. Новые экономические отношения условно разделили белорусов на две группы: одна занимает деньги у финансовых структур, другая вкладывает деньги в финансовые структуры. Об особенностях финансовых операций взрослые имеют смутное представление, а молодежи эти знания необходимы.

Очевидно, что чем раньше подрастающее поколение поймет суть и начнет ориентироваться в сложных экономических вопросах, тем увереннее оно будет чувствовать себя во взрослой жизни.

Чтобы школьники смогли разобраться в непростых финансовых механизмах, выбрать для себя оптимальную стратегию управления собственными денежными средствами, следует использовать факультативные занятия по математике.

Рассмотрим решение некоторых задач, возникающих при проведении финансовых операций. Совокупность таких задач иногда называют математикой финансов. В основе большинства финансовых операций лежит древняя, известная уже несколько тысячелетий идея: давать деньги в «рост» или «под процент».

Напомним, как вычисляются проценты. По определению величина M составляет r процентов от другой величины N , если $r = \frac{M}{N}100$.

Отсюда следует, что r процентов от любой величины M определяется дробью:

$$M \frac{r}{100} \quad (1)$$

Например, если какая-либо величина M увеличивается на r процентов, то результат такого увеличения будет:

$$M + M \frac{r}{100} = M \left(1 + \frac{r}{100} \right) \quad (2)$$

Аналогично при уменьшении величины на r процентов:

$$M - M \frac{r}{100} = M \left(1 - \frac{r}{100} \right) \quad (3)$$

Предположим теперь, что некоторая сумма денег P , называемая *начальным вкладом*, помещается в банк. Спрашивается, какова будет сумма денег S , называемая *будущей стоимостью вклада*, через n лет, если годовая процентная ставка составляет r процентов.

Ответ зависит от того, с каким процентом мы имеем дело – простым или сложным.

В случае *простого* процента на начальный вклад ежегодно начисляется сумма, равная $P \frac{r}{100}$, так что сумма через n лет составит:

$$P + P \frac{r}{100} n = P \left(1 + \frac{r}{100} n \right) \quad (4)$$

Следует заметить, при финансовых операциях простые проценты используются преимущественно при краткосрочных финансовых операциях.

Если же при расчетах используются *сложные* проценты, т. е. «процент от процента», то после первого года будущая стоимость составит:

$$S = P \left(1 + \frac{r}{100} \right) \quad (5)$$

На второй год проценты будут исчисляться от этой суммы и величина вклада составит:

$$S = P \left(1 + \frac{r}{100} \right) \left(1 + \frac{r}{100} \right) = P \left(1 + \frac{r}{100} \right)^2 \quad (6)$$

Легко сообразить, что через n лет стоимость вклада достигнет величины:

$$S = P \left(1 + \frac{r}{100} \right)^n \quad (7)$$

Это и есть *основная* формула для вычисления сложных процентов.

Предположим, что вклад P помещен в банк под r процентов годовых. Спрашивается, сколько лет он должен пролежать, чтобы достигнуть заданной величины S . Эта задача соответствует случаю, когда по известным P , S и r требуется найти n . Для нахождения решения прологарифмируем обе части основной формулы и воспользуемся свойствами логарифмов. В результате получим:

$$n = \frac{\ln S - \ln P}{\ln \left(1 + \frac{r}{100} \right)} \quad (8)$$

Перейдем к определению необходимой **процентной ставки** r по заданным величинам вкладов P , S и сроку n .

Для этого разделим обе части основной формулы на P :

$$\frac{S}{P} = \left(1 + \frac{r}{100} \right)^n \quad (9)$$

Далее возведем обе части в степень:

$$\frac{1}{n} : \left(\frac{S}{P} \right)^{\frac{1}{n}} = 1 + \frac{r}{100} \quad (10)$$

Отсюда легко находится процентная ставка:

$$r: r = 100 \left(\left(\frac{S}{P} \right)^{\frac{1}{n}} - 1 \right) \quad (11)$$

Наконец, рассмотрим последнюю возможность: определение P по заданным S , r и n . При этом операция нахождения P называется *дисконтированием*. Из основной формулы находим:

$$P = S \left(1 + \frac{r}{100} \right)^{-n} \quad (12)$$

До сих пор предполагалось, что проценты начисляются ежегодно. Однако они могут относиться к кварталу, месяцу и более коротким промежуткам времени (особенно в условиях инфляции и гиперинфляции). Выясним, что означает фраза «процентная ставка составляет 12 % годовых *ежеквартально*». Это отнюдь не значит, что к первоначальной сумме каждый квартал прибавляется 12 %. По общепринятой терминологии это означает, что ежеквартально начисляется лишь четвертая часть годовой ставки в 12 %, т. е. $\frac{12\%}{4} = 3\%$. Предположим теперь, что процентная ставка составляет 12 % годовых *ежемесячно*. Аналогично предыдущему, это означает, что каждый месяц начисляются сложные проценты в размере $\frac{12\%}{12} = 1\%$.

Если год делить на n равных промежутков времени, а соответствующая процентная ставка равна r , то через $S = P \left(1 + \frac{r}{100n} \right)^n$.

Умножим и разделим показатель степени на $\frac{100}{r}$:

$$S = P \left(1 + \frac{r}{100n} \right)^{\frac{100n}{r} \frac{r}{100}} \quad (13)$$

Если теперь обозначить $\frac{1}{m} = \frac{r}{100n}$, то получим:

$$S = P \left(\left(1 + \frac{1}{m} \right)^m \right)^{\frac{r}{100}} \quad (14)$$

Будем теперь неограниченно увеличивать n , т. е. делить год на все меньшие и меньшие промежутки времени. Легко сообразить, что в этом случае m также будет неограниченно расти. Тогда в пределе получим:

$$S = P e^{\frac{r}{100}} \quad (15)$$

Вспомним, что все рассуждения относились к одному году. При произвольном количестве лет t будем иметь:

$$S = Pe^{\frac{rt}{100}} \quad (16)$$

Полученная формула позволяет вычислить ожидаемый вклад S в случае *непрерывных* процентов. Важно отметить, что срок t , измеряемый в годах, не обязательно должен быть целым числом.

Многообразие форм кредитования и инвестирования обуславливает необходимость нахождения критерия наиболее выгодного помещения капитала.

Поясним: вам встречаются два рекламных объявления; один банк предлагает 15,5 % ежеквартально, а другой – 15,2 % ежемесячно. Что лучше? Для того чтобы ответить на этот вопрос и подобные вопросы, вводится вспомогательное понятие – *эффективная процентная ставка*.

Если на основной вклад P в течение года m раз начисляются сложные проценты, то при годовой процентной ставке r ожидаемый вклад S через год составит:

$$S = P \left(1 + \frac{r}{100m} \right)^m \quad (17)$$

Эффективная годовая процентная ставка r_e определяется из условия:

$$S = P \left(1 + \frac{r_e}{100} \right), \quad (18)$$

т. е. это процент, начисляемый за год *лишь один раз* и дающий *тот же результат*, что и сложные проценты с начислением m раз в год.

Приравняв правые части последних двух равенств, получим:

$$P \left(1 + \frac{r_e}{100} \right) = P \left(1 + \frac{r}{100m} \right)^m, \quad r_e = 100 \left(1 + \frac{r}{100m} \right)^m - 100 \quad (19)$$

В отличие от эффективной ставки r_e первоначальная ставка с m -кратным начислением называется *номинальной*.

Теперь мы готовы ответить на вопрос, какое предложение выгоднее: 15,5 % ежеквартально или 15,2 % ежемесячно.

В первом случае $r = 15,5$; $m = 4$. Отсюда, используя полученную формулу, находим $r_e = 16,4244$ %.

Во втором случае $r = 15,2$; $m = 12$. По той же формуле $r_e = 16,3040$ %.

Таким образом, 15,5 % ежеквартально дает больший годовой доход, чем 15,2 % ежемесячно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Колесников, А. Н. Краткий курс математики для экономистов : учеб. пособие / А. Н. Колесников. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 208 с.

А. А. Бужинская, И. В. Шарапов,
студенты 2-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ТЕОРИИ И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ XXI В.

Современному обществу приходится решать задачу выбора между эффективностью и равенством. Эффективность есть получение обществом максимума возможных благ от использования его ограниченных ресурсов. Равенство означает, что полученные блага справедливо распределяются между членами общества.

Актуальность данной работы объясняется развитием и необходимостью кооперации и сотрудничества в мире, и не только в экономике.

Цель работы – изучить и объяснить принципы действия моделей и теорий экономической науки, примеры их применения.

Задачи:

- рассмотреть виды рыночной структуры;
- объяснить важность сотрудничества;
- изложить суть теории игр;
- раскрыть понятие о теории «дилеммы заключенных» как частного случая теории игр;
- пояснить стратегию «ты – мне, я – тебе»;
- рассказать о сотрудничестве в реальном мире.

Существует четыре вида рыночной структуры: монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, совершенная конкуренция.

Олигополистическое равновесие (или равновесие Нэша) – это ситуация, когда каждый субъект экономики во взаимодействии с остальными участниками выбирает оптимальный вариант стратегии при условии, что остальные участники также придерживаются определенной стратегии [1, с. 352].

В экономике всегда существовало противоречие между стремлением к сотрудничеству и эгоистическими интересами фирм. Сотрудничество олигополистов привело бы к достижению объема выпуска монополии. Эгоистические интересы приводят к тому, что олигополисты не достигают объемов выпуска монополии и суммарная прибыль по итогу выходит меньше максимально возможной. Олигополисты увеличивают объем выпуска, при этом понижают цены.

Одним из направлений развития является теория игр и экономика сотрудничества. Чтобы учиться анализировать экономику, нужно использовать некоторые положения теории игр.

Теория игр – теория, изучающая стратегическое поведение людей. «Стратегическим» мы называем поведение в ситуации, когда принятие решения о дальнейших действиях предполагает анализ возможных ответных действий других субъектов рынка. Так как число фирм на олигополистическом рынке невелико, то каждая компания выбирает собственную стратегию, понимая, что прибыль зависит не только от объема ее производства, но и от объема выпуска других фирм.

В случае функционирования совершенно конкурентного или монопольного рынка теория игр неприменима, так как отсутствует стратегия взаимодействия.

Проанализировать сложность взаимодействия сторон можно, рассмотрев частный случай теории игр – «дилемму узников». «Дилемма узников» – это общий пример, который можно применить к любой организации, старающейся организовать сотрудничество своих членов.

Суть теории «дилеммы узников»: в игре между двумя бандитами, подозреваемыми в совершении преступления, приговор, выносимый каждому из них, зависит как от решения одного преступника (признание или отказ от дачи показаний), так и от выбора его напарника (рис. 1) [2, с. 396].

		Решение Бонни	
		ПРИЗНАНИЕ	ОТКАЗ ОТДАЧИ ПОКАЗАНИЙ
Решение Клайда	ПРИЗНАНИЕ	<ul style="list-style-type: none"> • 8 лет для каждого 	<ul style="list-style-type: none"> • Бонни получает 20 лет • Клайд выходит на свободу
	ОТКАЗ ОТДАЧИ ПОКАЗАНИЙ	<ul style="list-style-type: none"> • Бонни выходит на свободу • Клайд получает 20 лет 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 год каждому

Рисунок 1 – Теория «дилемма узников»

Логика этой игры радикально меняется, если количество раундов становится неограниченным. В ситуации, когда игроки не знают, какой ход будет последним, сотрудничество оказывается более выигрышной стратегией, чем предательство. Этот «неопределенный» сценарий намного более приближен к реальности, чем тот, в котором два человека (группы, компании или государства) заранее планируют конечное число ходов. В ситуации неопределенности сотрудничество становится возможным, так как оба игрока понимают, что в дальнейшем им придется еще неоднократно вступать во взаимодействие. Иными словами, будущее здесь влияет на настоящее. Впрочем, как и в реальной жизни, выгоды, получаемые игроком сейчас, кажутся более привлекательными, чем те, которые будут получены в будущем. Таким образом, выигрыш от текущего хода всегда кажется более ценным, чем выигрыш от будущего хода [3].

С помощью «дилеммы узников» описываются самые разные жизненные ситуации. Основной вывод, к которому мы приходим, заключается в том, что сотрудничество двух игроков – дело чрезвычайно трудное даже в случаях, когда выгоды не вызывают сомнений.

В некоторых случаях равновесие, сложившееся в отсутствие сотрудничества, одинаково неудовлетворительно как для общества, так и для игроков [1, с. 362]. Здесь хотелось бы процитировать автора книги «Эволюция сотрудничества» Роберта Аксельрода: «Хотя страны могут действовать в интересах своих союзников, это не означает, что даже дружественные страны всегда могут сотрудничать с обоюдной выгодой».

Какой стратегии с учетом сказанного следует придерживаться игроку в «дилемме заключенного» с неопределенным числом раундов? Чтобы выяснить это, исследователи предложили всем желающим – психологам, экономистам, политологам, математикам, социологам – написать такие компьютерные программы, которые могли бы состязаться в игре друг с другом.

Программа-победитель, оказавшаяся наиболее простой из всех, называлась «Ты – мне, я – тебе». Ее создал профессор Торонтского университета Анатолий Рапопорт. Первый ход этой программы – выбор сотрудничества, а вторым ходом она просто повторяет ход, сделанный противником.

Стратегия «Ты – мне, я – тебе» основана на постоянной готовности «прощать» противника. Если оппонент предает, но затем выбирает сотрудничество, то программа «Ты –

мне, я – тебе» поступает так же. Однако эту готовность прощать противник никогда не сможет эксплуатировать в корыстных целях – как только он выбирает предательство, программа отвечает тем же.

Эффективность принципа «ты – мне, я – тебе» подтверждается не только на примере искусственно созданной «дилеммы заключенного». В частности, этот принцип играет основополагающую роль в работе Конгресса США, большинство членов которого руководствуются правилом «ты голосуешь за мой законопроект, а я – за твой». Без помощи своих коллег никакой отдельно взятый конгрессмен не сможет провести через Конгресс свой законопроект, и тогда избиратели посчитают такого конгрессмена некомпетентным и не переизберут его на следующий срок.

Известно и множество других примеров, доказывающих выгоду кооперации. Некоторые из примеров касаются взаимоотношений организмов в живой природе. Один из них – симбиоз между муравьями и деревьями акации. Акации дают муравьям пищу и укрытие внутри своих полых шипов, а муравьи защищают деревья от травоядных и уничтожают растения-конкуренты. Обычный лишайник является формой симбиоза водоросли и гриба. К своеобразному сотрудничеству, облегчающему выживание, иногда прибегают бактерии. Даже наиболее простые формы жизни оказываются нечужды сотрудничества, основанного на принципе взаимности [3].

В условиях олигополии фирмы максимизируют совокупную прибыль, образуя картели и действуя подобно монополисту, однако если олигополисты принимают решения по уровню производства индивидуально, объем выпуска оказывается выше, а цены ниже, чем в монополярной структуре. Чем большее число фирм входит в олигополию, тем ближе объем выпуска и цены к уровню совершенно конкурентного рынка [1, с. 370].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мэнкью, Н. Г. Принципы Экономикс / Н. Г. Мэнкью. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 784 с.
2. Мэнкью, Н. Г. Микроэкономика / Н. Мэнкью, М. Тейлор [и др.]. – 2-е изд. – СПб : Питер Пресс, 2016. – 537 с.
3. Аксельрод, Р. Эволюция сотрудничества / Р. Аксельрод. – Basic Books.

А. Н. Воронин,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (ДБО)

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) – это технологии предоставления банковских услуг удаленным образом, т. е. без визита в банк, чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей.

Согласно отчету Национального статистического комитета РБ за 2015 год число абонентов сети Интернет в Республике Беларусь на конец 2015 года составило 10 300 000 человек, что существенно оказывает влияние на развитие такого банковского сервиса, как дистанционное банковское обслуживание. Таким образом, большая и постоянно растущая интернет-аудитория в количестве 10 300 000 человек заинтересована в качественном сервисе, позволяющем ей совершать платежи в сети Интернет, тогда как банки заинтересованы в получении доходов, предоставляя подобные услуги. Немаловажен тот факт,

что одна из составляющих развития данной отрасли – это конкуренция банков за предоставление такого рода услуг, что приводит к их качественному совершенствованию.

В Республике Беларусь состояние развития систем дистанционного банковского обслуживания характеризуется такими динамично развивающимися технологиями, как интернет-банкинг и мобильный банкинг. В соответствии с отчетом Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2015 год, прирост клиентов в 2015 году пользователей интернет-банкинга составил 37 %, а мобильного банкинга – 33 %. Кроме того, в современных условиях именно мобильный банкинг приобретает ключевое значение среди всех систем ДБО. Это связано с тем, что пользование мобильным банкингом осуществляется через мобильное приложение в смартфоне, пользоваться которыми люди начинают чаще в своей повседневной жизни.

Выделим основные общемировые тренды, которые наметились в 2016 году и продолжают влиять на дальнейшее развитие цифрового банкинга.

Во-первых, это безнализация. Тренд продолжает набирать обороты. В 2016 году Сингапур заявил о планах на запуск системы, которая позволит переводить деньги через платежную систему по номеру телефона. Жители города Ганновера в Германии с 15 сентября могут оплачивать счета за электричество биткойнами. А часть филиалов Citibank в Австралии прекратила работать с наличными деньгами с 24 ноября. Курс на отказ от наличных денег также взяла Индия [3].

В стороне от общемировых тенденций развития безнализации не осталась и Беларусь. На расширенном заседании Правления Национального банка Республики Беларусь 23 апреля 2016 г. были приведены следующие цифры: на 1 апреля 2015 г. доля безналичных операций с использованием банковских платежных карточек в общем объеме операций составила 75 % по количеству и 29,4 % по сумме. При этом доля безналичного оборота в розничном товарообороте выросла с 9,5 % в 2011 году до 18,7 % в 2014 году, в объеме платных услуг населению – с 10,8 до 19,5 %. Парк платежных терминалов, установленных в организациях торговли и сервиса, увеличился с 73,6 тыс. до 91,3 тыс. единиц, что позволило снизить количество карточек на один платежный терминал со 160 до 134. При этом в I квартале 2015 года отмечено снижение количества платежных терминалов, установленных в организациях торговли и сервиса, на 420 единиц, инфокиосков – на 30 единиц [3].

Во-вторых, у банков появились конкуренты в сфере предоставления банковских сервисов. Социальные сети предоставили возможность своим участникам переводить деньги и оплачивать платежи. Социальная сеть «ВКонтакте» запустила сервис денежных переводов между пользователями. В «Одноклассниках» появилась возможность выставить счет на оплату от имени пользователя в рамках сервиса денежных переводов. Facebook с помощью чат-ботов дал возможность приема платежей пользователей. В России сотовый оператор «МегаФон» вышел на рынок банковских услуг. «Финтех» развивается и выводит на рынок новые проекты [3].

В-третьих, банки осваивают несвойственные им технологии – маркетплейсы. В интернет-банкинге ВТБ24 для юридических лиц стал доступен «магазин» небанковских сервисов, «Тинькофф Банк» запустил финансовый маркетплейс, Сбербанк запустил маркетплейс сторонних сервисов для бизнеса, «ПриватБанк» запустил онлайн-площадку для поиска покупателей и поставщиков «ПриватМаркет» [3].

С целью сокращения затрат и предоставления более удобных сервисов для клиентов банки все больше начинают смотреть в сторону ботов, искусственного интеллекта и роботизации. Первый в мире банковский бот для Facebook с функцией платежей создан в России. Mastercard готовится к запуску бот-платформы с искусственным интеллектом. Emirates NBD намерен запустить голосовой чат-бот с искусственным интеллектом EVA, который будет отвечать на звонки call-центра банка. ICICI Банк в Индии внедрил Software Robotics более чем в 200 банковских бизнес-процессов, среди которых розничные банковские операции, forex, казначейство, управление человеческими ресурсами [3].

На международном форуме «БанкИТ-2016», который проходил с 10 по 21 октября 2016 г., компания LWO представила свои инновационные разработки и видение дальнейшего развития банковских технологий. Одним из наиболее обсуждаемых стал вопрос, касающийся отказа от бумажных документов, офисов, живых сотрудников и перевода клиентов в режим дистанционного самообслуживания. Эту технологию компания реализует через vіr-банкинг, рассмотрим, как она осуществляется.

Данная технология реализуется в 4 направлениях. Широкое использование коммуникаций в цифровых каналах, применение сервисов уведомлений, качественный и регулярный аудит цифровых каналов, а также применение интеграционного шлюза с внешними сервисами позволяет реализовать идею «банк без офиса». Например, в технологии vіr-банкинг для осуществления банковского аудита достаточно мониторинга таких цифровых каналов, как Twitter, форум Onliner, сервисы Google play и App Store. В приведенных цифровых каналах пользователи открыто дают комментарии используемым услугам, а в двух последних сервисах оценивают их по 5-балльной шкале.

Необходимость его использования обосновано растущей конкуренцией в цифровых каналах и постоянно изменяющимися по требованиям рынка и регулятора продуктами.

Следующее направление развития ДБО, а также развитие всей финансовой индустрии в целом – это растущее взаимодействие банков и сотовых операторов. В современном мире при наличии специальной технологии и необходимых материально-технических средств стало возможным проникать в частную жизнь людей через смартфоны. Таким образом, сотовые операторы способны получать информацию о владельцах смартфонов, которую можно монетизировать: если клиент ищет кредит на сайтах банка, то ему необходимо его предложить в течение нескольких часов, иначе клиент будет потерян.

Одним из главных и наиболее ожидаемых событий в сфере банковского обслуживания в ближайшие годы может стать введение национальных ID-карт. Небольшая карточка объединит в себе электронный паспорт с идентификацией и расчетную систему, куда войдут карта социального страхования, различные платежные инструменты, которые будут взаимодействовать с ЕРИП. Производство национальных ID-карт в Беларуси планируют осуществить к 2018 году [4].

В Беларуси Национальным банком принята Стратегия развития цифрового банкинга на 2016 – 2020 гг., в которой определены четыре ключевых направления – создание межбанковской системы идентификации, регламентация использования API, диверсификация платежной экосистемы, безопасность. Также большое внимание уделяется вопросам совершенствования нормативно-правовой базы, так как вследствие появления новых технологий предоставления услуг возникают новые правовые отношения, которые требуют соответствующих изменений в законодательстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Статистический ежегодник 2016 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь belstat.gov.by. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_6316. – Дата доступа: 02.05.2017.
2. О расширенном заседании Правления Национального банка Республики Беларусь. Пресс-релиз [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь (официальный сайт). – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/Press/?nId=1139>. – Дата доступа: 03.05.2017.
3. Пехтерева, А. Тренды 2016 года [Электронный ресурс] / А. Пехтерева // Международный форум по банковским информационным технологиям bankit.by. – Режим доступа: <http://www.bankit.by/news/3428-trendy-2016-goda>. – Дата доступа: 02.05.2017.
4. В Беларуси планируют производить национальные ID-карты с 2018 года [Электронный ресурс] // Белорусский портал tut.by. – Режим доступа: <https://42.tut.by/516976>. – Дата доступа: 02.05.2017.

ПРИЛОЖЕНИЕ ОПРЕДЕЛЕННОГО ИНТЕГРАЛА В РЕШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Термин «интеграл» в наше время используется во многих областях науки. Помимо алгебры и математического анализа, он используется в физике, экономике и других науках. Приложение определенного интеграла тесно связано с решением экономических задач, чему будет отведена ключевая роль в данной работе. Однако сперва рассмотрим два важных момента при использовании определенного интеграла в решении экономических задач.

Во-первых, решение экономических задач с помощью определенного интеграла требует специальных условий вследствие того, что экономическим задачам присуща дискретность изменения переменных. Такими условиями может выступать определенная модель, где постоянно меняются значения зависимых и независимых переменных.

Во-вторых использование определенного интеграла в экономике предполагает богатую теоретическую базу, поэтому ее необходимо рассмотреть более подробно.

Обратим внимание на следующую формулу. Формула $\int_a^b f(t)dt$ (1) находит применение в решении задач из разных сфер экономической деятельности.

Один из способов применения данной формулы относится к вычислению объема Q произведенной продукции при известной производительности труда $f(t)$. Однако в случае, если расходы на труд принять линейно зависимыми от времени, а расходы капитала постоянными, то данная функция примет вид $f(t) = (\alpha t + \beta)e^{\gamma t}$. Следовательно, количество произведенной продукции Q за T лет выражается следующим образом:

$$Q = \int_0^T (\alpha t + \beta) e^{\gamma t} dt \quad (2)$$

При определении экономической эффективности капитальных вложений встречаются так называемые задачи *дисконтирования*; определение начальной суммы S через время t по ее конечной величине S_1 при процентной ставке p [2].

Известно, что в условиях постоянного начисления процента формула $S_1 = Se$, где $r = 0,01p$, позволяет вычислить конечную сумму. Учитывая, что сумма S_t аналогично есть функция времени $f(t)$, то дисконтированная сумма к моменту времени t примет следующий вид: $S = f(t) e^{-rt}$.

Полную дисконтированную сумму за период времени t находят с помощью формулы:

$$S_d = \int_0^t f(t) e^{-rt} dt \quad (3)$$

Важное значение использование интеграла в экономике имеет при нахождении средних величин, поскольку в процессе экономической деятельности довольно часто необходимо вычислять средние значения, как например среднее значение затрат на производство продукции за определенный период времени либо среднюю производительность труда и т. п. В таком случае используют теорему о среднем, то есть $\int_a^b f(x)dx = f(c)(b - a)$, где $c \in [a, b]$.

Следовательно, среднее значение $f(c)$ функции $f(x)$ на отрезке $[a - b]$ равна:

$$f(c) = \frac{1}{b-a} \int_a^b f(x)dx \quad (4)$$

Теперь перейдем к рассмотрению конкретных примеров.

Пример 1.

Вычислить объем производства продукции за 3 месяца (63 рабочих дня) бригадой, состоящей из 10 человек, если производительность труда 1 рабочего за смену определяется функцией $f(t) = 0,45t^2 + 3t$, где t – время, ч ($0 \leq t \leq 8$).

Решение:

Воспользуемся формулой (7.4). Количество продукции q_1 , производимой рабочим в течение 1 рабочего дня, равно:

$$q_1 = \int_0^8 f(t) dt = \int_0^8 (0,45t^2 + 3,5t) dt = (0,225t^3 + 1,75t^2) \Big|_0^8 \approx 227,2 \text{ (y. e.)}$$

В таком случае объем продукции q , произведенной в течение 3 месяцев бригадой, состоящей из 10 человек, составит:

$$q = q_1 \times 10 \times 3 = 227,2 \times 10 \times 3 = 143\,136 \text{ y.e.}$$

Ответ: 143 136 (y.e.).

Пример 2.

Вычислить средние затраты на производство и реализацию продукции, которые заданы функцией $f(x) = 7x^2 + 5x + 8$, где x – количество продукции в условиях изменяющегося количества продукции от 6 до 8 y.e. Указать то количество продукции, при котором издержки являются предельными.

Решение:

Для решения задачи будем использовать формулу (4). В соответствии с условиями задачи, a и b соответственно равны 6 и 8. Соответственно, среднее значение функции $f(x)$ составит:

$$f_{\text{cp}} = \frac{1}{8-6} \int_6^8 (7x^2 + 5x + 8) dx = \frac{1}{2} \left(\frac{7}{3} x^3 + \frac{5}{2} x^2 + 8x \right) \Big|_6^8 = \frac{1}{2} (1195 - 504 + 160 - 90 + 16) = 388,5 \text{ y. e.}$$

Мы выяснили, что средние издержки равняются 388,5 y.e.

Для вычисления количества продукции, соответствующего средним издержкам, необходимо решить уравнение $f(x) = 388,5$.

$$7x^2 + 5x + 8 = 388,5$$

Находим $x_1 = 7,05$, $x_2 = -7,74$. Корень x_2 не соответствует экономическому смыслу, поэтому не подходит. Следовательно, $x = 7,05$. В таком случае мы вычислили: издержки принимают среднее значение при объеме производства, равном 7,05 y.e.

Ответ: 388,5 д. е.; 7,05 y.e.

Пример 3.

Вычислите дисконтированный доход в течение 3 лет с процентной ставкой 10 % при условии, что базовые (начальные) капиталовложения равнялись 6 млн д. е. и будут увеличиваться ежегодно на 2 млн д. е.

Решение:

Чтобы вычислить дисконтированный доход, необходимо использовать формулу (3). Для этого определим функцию капиталовложений $f(t)$, которая в соответствии с условием задачи является линейной. Находим: $f(t) = k + rt$, где $k = 6$, $r = 2$. Следовательно $f(t) = 6 + 2t$, тогда как удельная норма процента составит:

$$r = \frac{p}{100} = \frac{10}{100} = 0,1.$$

В таком случае дисконтированный доход K равен:

$$K = \int_0^3 (6 + 2t) e^{-0,1t} dt = \left[\begin{array}{l} u = 6 + 2t, dv = e^{-0,1t} dt \\ du = dt, v = \int e^{-0,1t} dt = -10 e^{-0,1t} \end{array} \right] = -10 (6 + 2t) e^{-0,1t} \Big|_0^3 - \int_0^3 (-10 e^{-0,1t} dt) = \left(-\frac{10 \cdot (6+2t)}{e^{0,1t}} - \frac{10^2}{e^{0,1t}} \right) \Big|_0^3 = \left(-\frac{10 \cdot (6+2t+10)}{e^{0,1t}} \right) \Big|_0^3 = 12,35.$$

Ответ: 12,35 млн д. е.

Сейчас мы рассмотрим приложение интегрального анализа для вычисления потребительского излишка. В моделировании экономических процессов значимое место отводится такому термину, как рыночное равновесие. Он характеризуется такими ценой и количеством, при которых объем спроса равен величине предложения. В графическом виде рыночное предложение определяется точкой пересечения кривых предложения и спроса.

Предположим, что рыночное равновесие находится в точке $K_0 (P_0, Q_0)$. На данном графике кривая предложения не изображена для удобства дальнейшего анализа.

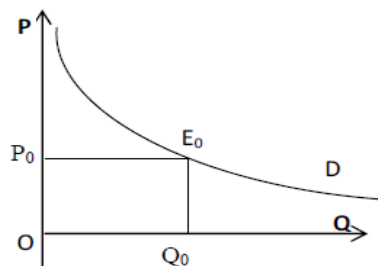


Рис. 1

Рисунок 1

В случае, когда заказчик покупает товар в количестве Q_0 по равновесной цене P_0 , общие расходы на приобретение данного товара составят $P_0 Q_0$ — площадь прямоугольника $OQ_0K_0P_0$.

Однако допустим, что товар количеством Q_0 продается не сразу, а поступает на рынок маленькими партиями ΔQ . Именно данная деталь и предположение о непрерывности функции спроса и предложения являются ключевыми, когда необходимо вывести формулу расчета потребительского излишка. Важно пояснить, что это допущение вполне обоснованно, поскольку такой вариант сбыта товара распространен на практике и основан на цели продавца поддерживать цену товара на максимально допустимом уровне.

Получаем, что в начале товар предлагается в количестве $Q_1 = \Delta Q$ и продается по цене $P_1 = F(Q_1)$. Так как величина предложения ΔQ очень мала, то посчитаем, что первая партия товара продается по цене P_1 , причем расходы покупателя на покупку данного количества товара будут составлять $P_1 \Delta Q$. Затем в том же количестве поступает на рынок вторая партия товара, продаваемая по цене $P_2 = F(Q_2)$, где $Q_2 = Q_1 + \Delta Q$ — общее количество проданной продукции, где расходы покупателя на приобретение второй партии составят $P_2 \Delta Q$. Будем проделывать данную работу, пока не достигнем равновесного количества товара $Q_0 = Q_n$. Тогда становится очевидным, чему должна быть равна величина ΔQ для того, чтобы продажа товара завершилась в точке Q_0 . В конечном итоге получим, что цена n -ной партии товара $P = F(Q_n) = F(Q_0) = P_0$, а расходы покупателей на приобретение данной конечной партии товара составят $P_n \Delta Q$, что равнозначно площади прямоугольника S_n .

В итоге мы находим, что суммарные расходы покупателей при приобретении товара мелкими партиями ΔQ равны:

$$S_B = \int_0^{Q_0} f(Q)d(Q)$$

Учитывая, что каждая точка на кривой спроса $P_i = F(Q_i) : (i = 1,2,3,k)$ отображает сумму, которую покупатель готов заплатить за покупку дополнительной единицы товара, находим, что площадь фигуры B соответствует общей денежной сумме, которую покупатель готов потратить на Q_0 единиц товара. Разность между площадью фигуры B и площадью прямоугольника $QQ_0E_0P_0$ является потребительским излишком при покупке данного товара – превышением общей стоимости, которую покупатель готов уплатить за все единицы товара, над его реальными расходами на их приобретение. В итоге потребительский излишек находится по следующей формуле: $CS = \int_0^{Q_0} F(Q)d(Q) - P_0Q_0$.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пустобаева, О. Н. Определенный интеграл и его приложения. Математика. Образование. Материалы XVII международной конференции. Двухязычное (билингвальное) обучение в системе общего и высшего профессионального образования / О. Н. Пустобаева : материалы I международного симпозиума, Чебоксары : Изд-во Чуваш. ун-та, 2009.
2. Красс, М. С. Математика для экономических специальностей : учебник. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 464 с. (Серия «Высшее образование»).
3. Гуринович, С. Л. Высшая математика – задачи с экономическим содержанием / С. Л. Гуринович. – Минск : Изд-во МИУ, 2008. – 264 с.

И. Г. Жаркевич,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ИНТЕГРАЛ В МОДЕЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Интегральное исчисление дает богатый математический аппарат для моделирования и исследования процессов, происходящих в экономике.

Остановимся на одном примере использования интегрального исчисления в экономике. Рассмотрим широко используемое в рыночной экономике понятие потребительского излишка – CS . Для этого введем некоторые экономические понятия и обозначения.

Спрос на данный товар – сложившаяся на определенный момент времени зависимость между ценой товара и объемом его покупки. Спрос на некоторый товар изображается графически в виде кривой с отрицательным наклоном, которая отражает связь между ценой P единицы товара и количеством товара Q , которое потребители готовы по заданной цене купить. Отрицательный наклон кривой спроса имеет следующее объяснение: чем дороже товар, тем меньшее количество покупателей готовы его купить.

Предложение товара – это зависимость между ценой товара и количеством товара, предлагаемого к продаже, сложившаяся на определенный момент времени.

Предложение товара графически изображается в виде кривой с положительным наклоном, отражающей взаимосвязь между ценой единицы товара P и количеством товара Q , которое потребители готовы продать при каждой цене.

Отметим, что экономисты сочли удобным изображать аргумент (цену) по оси ординат, а зависимую переменную (количество товара) – по оси абсцисс. Следовательно, графики функций спроса и предложения имеют следующий вид (рис 1).

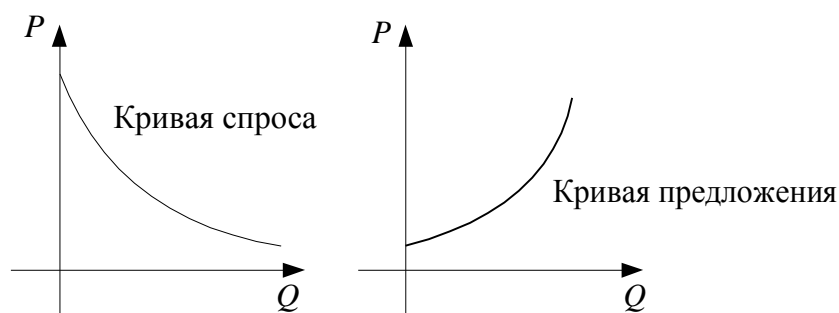


Рисунок 1

Рассмотрим еще одно понятие, которое играет большую роль в моделировании экономических процессов. В микроэкономике представляет интерес точка пересечения кривой спроса и предложения. Эта точка называется точкой равновесия, а соответствующая ей цена – равновесной ценой. Такие названия связаны с тем, что в точке равновесия спрос приходит в соответствие с предложением, т. е. весь произведенный товар находит своего покупателя, и все желающие купить данный товар имеют возможность сделать это.

В дальнейшем для удобства анализа мы будем рассматривать не зависимость $Q = f(P)$, а обратные функции спроса и предложения, характеризующие зависимость $P = f(Q)$. Тогда аргумент и значение функции будут изображаться привычным для нас образом.

Рассмотрим применение определенного интеграла для определения потребительского излишка.

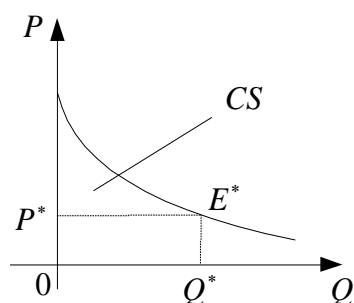


Рисунок 2

Допустим, что рыночное равновесие установилось в точке $E^*(Q^*; P^*)$ (рис. 2). Кривая спроса для удобства отсутствует. Легко доказать, что потребительский излишек можно вычислить по следующей формуле:

$$CS = \int_0^{Q^*} f(Q) dQ - P^* Q^* \quad (1)$$

Рассмотрим несколько задач на определение излишка потребителя.

Задача 1.

Известно, что спрос на некоторый товар задается функцией $q = \frac{8000}{p^3}$, а предложение данного товара характеризуется функцией $q = 500p$. Требуется найти величину излишка потребителя при покупке данного товара.

Решение:

Сначала определим параметры рыночного равновесия $(p^*; q^*)$. Для этого необходимо решить систему уравнений:

$$\begin{cases} q = \frac{8000}{p^3}, \\ q = 500p \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} \frac{8000}{p^3} = 500p, \\ q = 500p \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} p^4 = 16, \\ q = 500p \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} p^* = 2, \\ q^* = 1000. \end{cases}$$

Таким образом, $p^* = 2, q^* = 1000$.

Запишем формулу для вычисления потребительского излишка (1), где $f(q)$ – функция, обратная функции $q = \frac{8000}{p^3}$, т. е. $f(q) = \sqrt[3]{\frac{8000}{q}} = 20q^{-\frac{1}{3}}$.

Окончательно имеем:

$$CS = \int_0^{1000} 20q^{-\frac{1}{3}} dq - 2 \cdot 1000 = \frac{3 \cdot 20q^{\frac{2}{3}}}{2} \Big|_0^{1000} - 2000 = 1000.$$

Задача 2.

Известно, что спрос на некоторый товар задается формулой $p = \frac{231}{q+1}$, а предложение – функцией $p = q + 11$. Требуется определить величину выигрыша потребителя при покупке данного товара.

Решение:

Выигрыш потребителя – потребительский излишек. Определим сначала равновесные значения количества товара и его цены:

$$\begin{cases} p = \frac{231}{q+1}, \\ p = q + 11 \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} \frac{231}{q+1} = q + 11, \\ p = q + 11. \end{cases}$$

Решив систему, получим $q^* = 10, p^* = 21$.

Окончательно получим, что $CS = \int_0^{10} \frac{231}{q+1} dq - 21 \cdot 10 = 231 \ln 11 - 210 \approx 344$.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Колесников, А. Н. Краткий курс математики для экономистов : учеб. пособие / А. Н. Колесников. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 208 с.

А. Д. Лисицкая, К. Р. Скрипко,
студенты 2-го курса
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ ШКОЛЬНИКОВ

Экономика общества – сложный и всеохватывающий организм, который обеспечивает жизнедеятельность каждого человека и общества в целом. Мы живем в экономической среде, постоянно используем термины, употребляемые экономистами (деньги, цены, заработная плата, доходы, расходы и др.). Очевидно, что решения экономически безграмотного человека во многих сферах общественной жизни зачастую будут оказываться ошибочными. Жить и быть вне экономики в современных условиях невозможно. Чем раньше человек поймет роль экономики в его жизни, тем более он будет успешен. Для этого он должен обладать развитым экономическим мышлением.

Экономическое мышление является ответом на феномены и закономерности экономической жизни и умением эффективно реагировать на эти явления. Это понимание того, как в наши дни «работают» деньги, как функционирует бизнес и осознание ценностей, на которых основывается современное демократическое общество.

Экономическое мышление, как любой навык или умение, должно формироваться в юном возрасте, чтобы молодые люди смогли правильно выбрать профессию, сферу своих интересов, получить нужные им знания и в целом заложить прочный фундамент для будущей жизни. Здесь огромное значение имеют факультативные занятия по математике.

Как правило, учителя математики дают учащимся глубокие знания по обычным темам школьного курса математики, зачастую ориентируясь на углубленное изучение математики. При этом практически не рассматриваются экономические приложения той или иной темы, мало времени уделяется применению математического моделирования к решению экономических задач.

Предлагаем факультативный курс «Математика в экономике», рассчитанный на 36 часов и позволяющий интегрировать математику с экономикой. Заметим, что для освоения этого курса достаточно знаний по школьной математике на базовом уровне.

Для предлагаемого курса является необходимым применение деятельностного подхода в обучении. Можно широко использовать интегрированные занятия (математика + экономика + информатика); конструирование самими школьниками (под руководством учителя) ситуационных, деловых и ролевых игр, непосредственно связанных с реальными жизненными проблемами; дискуссии, беседы, семинары, практикумы по решению задач и лабораторные работы.

Содержание предлагаемого факультативного курса

Математическое моделирование как метод познания действительности. Этапы математического моделирования. Примеры математических моделей.

Линейная и квадратичная функции, их графики и свойства. Прямая и обратная пропорциональности величин. Элементарные преобразования графиков функций (параллельный перенос, растяжение, сжатие). Графическое решение уравнений, неравенств, систем уравнений. Основные методы решения уравнений, неравенств и их систем.

Графическая иллюстрация неравенства с двумя переменными. Изображение на координатной плоскости областей, задаваемых системами двух и более линейных неравенств. Построение более сложных областей. Задачи, приводящие к линейному программированию. Основные методы линейного программирования и примеры решения задач.

Проценты, основные задачи на проценты. Арифметическая и геометрическая прогрессии.

Кривая производственных возможностей, альтернативные возможности. Закон повышающих издержек. Предельная норма трансформации. Абсолютное преимущество, сравнительное преимущество.

Спрос, величина спроса, закон спроса, кривая спроса. Предложение, величина предложения, кривая предложения. Кривая безразличия. Точка равновесия, равновесная цена, равновесное количество продукта, эластичность спроса. Прямая и обратная пропорциональность величин, процентное отношение, работа с таблицами, составление и решение уравнений. Построение графиков функций в одной системе координат, элементарные преобразования графиков. Определение наибольшего значения функции на отрезке.

Постоянные, переменные, средние, предельные, явные издержки. Цена, выручка, прибыль, убыток, рентабельность. Процентное отношение величин. Составление и решение уравнений, неравенств и систем. Применение методов линейного программирования. Построение графиков функций. Нахождение наибольшего значения функции на отрезке.

Начисление простых и сложных процентов. Многократное начисление процентов в течение одного года или нескольких лет. Начисление процентов при нецелом промежутке времени, изменяющиеся процентные ставки.

Считаем, что предлагаемый нами факультативный курс «Математика в экономике» будет развивать у школьников рационализм, логическое и аналитическое мышление, позволит использовать в реальных экономических расчетах математические методы, т. е. интегрировать математические, экономические и другие знания. В конечном итоге обучение будет направлено на интеллектуальное развитие школьников, что можно считать одной из наиважнейших задач школьного образования.

Изучение экономических понятий, категорий, законов подготовит выпускников школы к реалиям взрослой жизни.

И. В. Маленко,

студент 1-го курса

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Электронная торговля – это осуществление торгово-закупочной деятельности через интернет. Понятие e-commerce обозначает торговлю в интернете и расшифровывается как «электронная коммерция». Многие владельцы магазинов стараются увеличить количество покупателей, а самый лучший способ – это торговля в интернете. Это удобно для покупателей: необходимо зайти на сайт магазина, выбрать категорию товаров и товар.

Электронная коммерция появилась раньше своего термина – в 60-е гг., в эпоху Mainframe-based приложений. Одними из первых таких приложений были сервисные компьютерные программы для транспорта – заказ билетов, обмен данными между различными транспортными службами, подготовка и согласование маршрутов движения судов и самолетов.

Бурный рост сети Интернет в 90-е годы, связанный с появлением Web-технологий, заставил многих представителей бизнеса обратить пристальное внимание на возможности сети Интернет. Появился новый тип бизнеса – розничная торговля через интернет.

Первая в мире продажа через интернет была осуществлена на территории США в 1995 году. Товар, который был продан, – пластинка группы Queen.

Что касается белорусского рынка, то здесь мы можем наблюдать такие цифры. Например, розничный товароборот за 2016 год составил 13,7 млрд долларов США, доля

в товарообороте равна 1,5 %, 206 млн долларов США. Количество покупок через мобильные телефоны составляет 20 – 25 % [2].

По количеству интернет-магазинов лидирует г. Минск. На 2015 год их количество в Минске составило более 2200 [2]. По сравнению с 2010 годом интернет-магазинов стало в 2 раза больше. В остальных областях их значительно меньше (рис. 1).

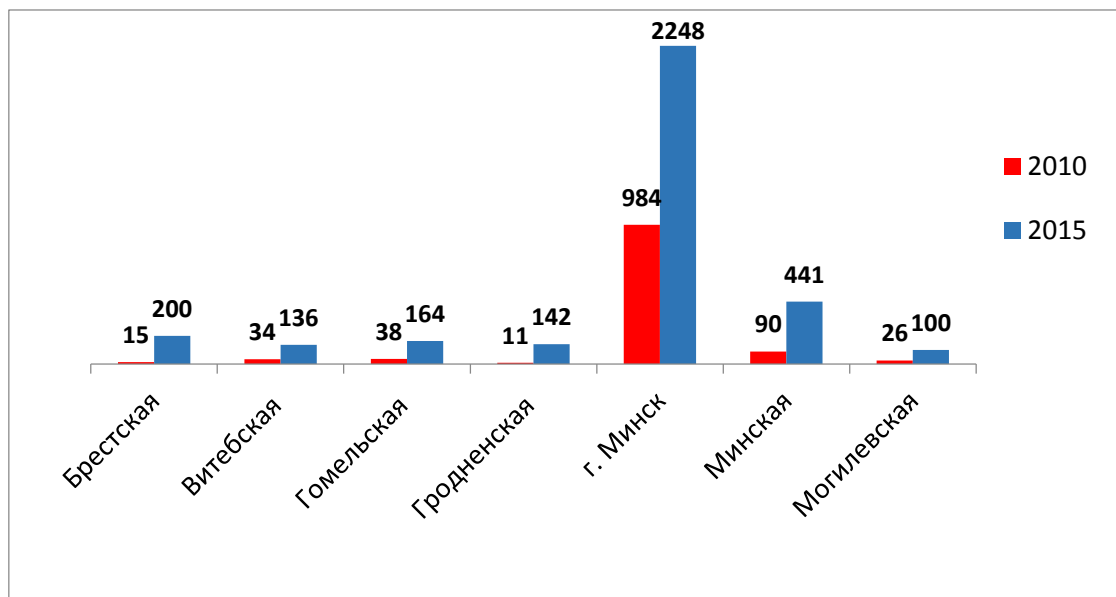


Рисунок 1 – Количество интернет-магазинов по областям на 2015 год

Среди лидеров по посещению можно выделить ряд крупных магазинов: Wildberries, Lamoda, 21vek, E-dostavka, 5element, Oz (табл. 1).

Таблица 1 – Крупные интернет-магазины

Площадка	Посетители	Охват
Wildberries.by	833,187	16,4
Lamoda.by	312,770	6,2
21vek.by	254,777	5,0
E-dostavka.by	147,054	2,9
5element.by	139,706	2,8
Oz.by	127,305	2,5
ВСЕГО	1,241,528	24,4

Примечание – Источник: составлено на основании данных [2].

Наибольший удельный вес имеют следующие товары: компьютерная техника, бытовая техника, телефоны и средства связи, строительные материалы, детские товары, автозапчасти. К наиболее перспективным товарам относятся такие товары, как одежда, обувь, аксессуары, товары для дома, продукты питания, косметика, парфюмерия.

Разрабатывается удобный интерфейс, с которым можно будет легко разобраться. Мгновенная реакция на заказ и быстрая доставка позволят покупателю сэкономить свое время. Гарантия на товар и быстрая замена делают покупки в интернете еще более удобными. Некоторые интернет-магазины позволяют осуществлять покупки с помощью VR-технологий. Виртуальная реальность (англ. virtual reality, VR, искусственная реальность) – созданный техническими средствами мир (объекты и субъекты), передаваемый человеку через его

ощущения: зрение, слух, обоняние, осязание и др. Виртуальная реальность имитирует как воздействие, так и реакции на воздействие. Для создания убедительного комплекса ощущений реальности компьютерный синтез свойств и реакций виртуальной реальности производится в реальном времени. Это позволяет сделать процесс выбора товара более интересным, а виртуальные помощники станут основными инструментами обслуживания клиентов.

В последние годы возросла доля продаж через мобильные телефоны и планшеты. Это обусловлено тем, что совершать покупки через эти устройства очень удобно для клиентов интернет-магазинов. Не у всех интернет-магазинов есть мобильная версия сайта, что усложняет приобретение товаров для покупателей. Поэтому доля компьютеров до сих пор так велика.

Наиболее популярные в мире интернет-магазины: Amazon, Ebay, Walmart, Target, Best Buy.

Лидером рейтинга является Amazon [3]. История Amazon начинается в 1994 году, в гараже, где американский предприниматель Джеффри Безос (Jeffrey Bezos) разместил три самодельных стола с компьютерами и сервером, рядом арендовал небольшое помещение, которое стало первой штаб-квартирой. Деятельность Amazon.com начиналась с продажи книг. Позже ассортимент пополнился музыкальными дисками и видеопродукцией, и далее видеоигры, техника, одежда, мебель, продукты питания, косметика и пр. Сейчас Amazon – самый крупный интернет-магазин в мире.

Отметим положительные стороны интернет-магазинов:

- экономия времени;
- экономия денег;
- богатый ассортимент товаров;
- полноценные характеристики товаров;
- удобство оплаты.

Отрицательные стороны интернет-магазинов:

- товар можно оценить только «на глаз»;
- риск быть обманутым;
- трудности с доставкой;
- регистрация.

В заключение отметим, что торговля в интернете – это очень перспективное направление. Ведь с помощью интернета можно продавать товары не только в какой-то определенной местности, но и по всей стране или по всему миру. Это дает возможность увеличить количество покупателей, а продуманный сервис, развитая логистика и новые технологии позволят привлечь еще больше покупателей и упростить покупку и продажу товаров через сеть Интернет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Граничин, О. Развитие информационных технологий : Информация [Электронный ресурс] / О. Граничин, В. Кияев // НОУ «ИНТУИТ» – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/13860/1257/info>. – Дата доступа: 18.03.2017.
2. Скороход, С. Цифры, тренды белорусского рынка веб-разработок и e-commerce [Электронный ресурс] / С. Скороход // Деловой интернет. – Режим доступа: <http://di.by/2016Minsk/10773/>. – Дата доступа: 19.03.2017.
3. Statistics and facts about Amazon [Электронный ресурс] // Statista. – Режим доступа: <https://www.statista.com/topics/846/amazon/>. – Дата доступа: 21.03.2017.

А. В. Милюкова,
студент 3-го курса
Гомельский филиал
Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ УРОВНЯ ЗАПАСА НА СКЛАДЕ

В экономике для наглядности протекания процессов широко используются графики (в частности, ломаные линии). В то же время во многих случаях предпочтительнее не графическое, а единое аналитическое представление.

В связи с отмеченным актуальна проблема нахождения аналитического выражения функции по известному графическому заданию. Главная цель данной работы – исследование этой проблемы в случае, когда график функции – ломаная линия. Такая проблема достаточно хорошо изучена. Основная теорема о непрерывных кусочно-линейных функциях утверждает, что аналитическое представление существует и является единственным. Доказывается эта теорема методами высшей алгебры. Новое доказательство ее предлагается в работе. На основе доказательства разработана рекуррентная методика определения коэффициентов аналитического задания ломаной. Эта методика в работе используется для построения аналитической модели, описывающей изменение уровня запаса в складской системе при равномерно-непрерывном пополнении и равномерно-непрерывном потреблении запаса. Эта система соответствует такому типу производственно-технологического склада, когда продукция, произведенная одним цехом предприятия, поступает на склад с определенной интенсивностью, а затем равномерно потребляется в производстве другим цехом предприятия.

Предположим, что товар непосредственно с производственной линии непрерывно поступает на склад с постоянной интенсивностью λ единиц в единицу времени. На склад товар поступает партиями размером Q единиц. При этом каждая новая партия начинает поступать на склад в тот момент, когда уровень запаса упадет до нуля. Тогда графическая модель уровня запаса на складе имеет вид «пилообразной» ломаной.

В такой постановке пополнение склада происходит в каждом цикле за время τ_1 (в течение времени τ_1 запас одновременно и поступает, и равномерно расходуется; по сути, τ_1 – время накопления запаса), а потребление – в течение времени $\tau = \tau_1 + \tau_2$. В течение времени τ_2 каждого цикла продукция первого цеха на склад не поступает. Вследствие того, что в течение времени τ_1 запас пополняется и расходуется одновременно, абсолютная интенсивность увеличения запасов определяется их разностью $\lambda - \mu$, где μ – интенсивность расходования запасов ($\lambda > \mu$). В таком случае максимальный уровень запаса τ_1 возрастает на величину $d = (\lambda - \mu)\tau_1$.

В работе показывается, что функция f , отражающая уровень запаса на складе в первом цикле поставки-потребления, задается формулой:

$$f(t) = \frac{d}{2\tau_1}|t| - \frac{d(\tau_1 + \tau_2)}{2\tau_1\tau_2}|t - \tau_1| + \frac{d}{2\tau_2}|t - \tau_1 - \tau_2| \quad (1)$$

Отсюда выводится, что график уровня запаса в n -циклах поставки-потребления совпадает с графиком функции:

$$y = \frac{d}{2\tau_1} |t| - \frac{d(\tau_1 + \tau_2)}{2\tau_1\tau_2} \sum_{k=1}^n |t - k\tau_1 - (k-1)\tau_2| + \frac{d(\tau_1 + \tau_2)}{2\tau_1\tau_2} \sum_{k=1}^{n-1} |t - k\tau_1 - k\tau_2| + \frac{d}{2\tau_2} |t - n\tau_1 - n\tau_2| \quad (2)$$

Построенная модель позволяет вычислять величину запаса в каждый момент времени t_0 . Для этого достаточно вычислить значение функции (2) в точке t_0 . Кроме того, модель (2) позволяет определять моменты времени, в которые значение запаса имеет заданный уровень y_0 . Для этого необходимо решить уравнение $f(t) = y_0$. Таким образом, функция может использоваться на складе для контроля уровня запаса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Замков, О. О. Математические методы в экономике : учебник / О. О. Замков, А. В. Толстопятенко, Ю. Н. Черемных. – М. : Дело и Сервис, 2009. – 346 с.
2. Красс, М. С. Математика для экономистов / М. С. Красс, Б. П. Чупрынов. – СПб. : Питер, 2008. – 385 с.
3. Дыбская, В. В. Управление складированием в цепях поставок / В. В. Дыбская. – М. : Изд-во «Альфа-Пресс», 2014. – 720 с.9