

широкой сети дорог. Одним из важнейших элементов европейской транспортной системы являются магистрали, проходящие через страну. А именно в Беларуси пролегает 2 трансъевропейских транспортных коридора – № «II» согласно международной классификации («Запад-Восток» – Берлин-Варшава-Минск-Москва) и № «IX» («Север-Юг» – граница России с Финляндией-Выборг-Санкт-Петербург-Витебск-Гомель-Украина-Молдова-Болгария-Греция) с ответвлением «IXB» – Гомель-Минск-Вильнюс-Клайпеда-Калининград.

Таким образом, Беларусь является наиболее оптимальным связующим звеном между странами СНГ (прежде всего, Россией) и странами ЕС, что может быть выгодно использовано зарубежными компаниями при размещении на территории страны своих производственных, логистических и сбытовых подразделений.

На данный момент, чтобы еще больше повысить эффективность национальной экономики, Беларусь выбрала тактику «точечной» приватизации и намерена развивать выгодное обеим сторонам сотрудничество с крупными стратегическими инвесторами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Парк высоких технологий. Режим доступа: <http://park.by>;
2. Белорусско-Китайский индустриальный парк. Режим доступа: [http:// industrialpark.by](http://industrialpark.by);
3. Рейтинг Doing Business. Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org>;
4. Национальное агентство инвестиций и приватизации Беларуси. Режим доступа: [http:// investinbelarus.by](http://investinbelarus.by)
5. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. Режим доступа: <http://gknt.gov.by>.

УДК 336.645

Студ. И.С. Андреюк, Д.Г. Жилинская
Науч. рук. доцент С.В. Шишло
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КРЕДИТОВАНИЯ С УЧЕТОМ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РБ

В настоящее время во внутриэкономическом обороте в РБ преобладает денежный кредит. Он представлен, прежде всего, в форме банковского кредита. Это движение ссудного капитала,

предоставляемого банками займы за плату во временное пользование. Оно выражает экономические отношения между кредиторами (банками) и субъектами кредитования (кредитополучателями), в качестве которых могут быть как юридические, так и физические лица.

Банковский кредит связан с аккумулярованием временно свободных средств, их перераспределением на условиях возвратности, а также эмиссией денежных знаков в обращение через систему кредитования. Необходимость использования банковского кредита обуславливается закономерностями и непрерывностью кругооборота фондов предприятий в воспроизводственном процессе.

Основными принципами кредитования являются срочность и возвратность, целевой характер, материальная обеспеченность, платность. Срочность и возвратность означают, что кредиты, предоставляемые кредитополучателю, должны быть возвращены банку в срок, определенный кредитным договором.

Таким образом, в настоящее время банковский кредит – это основная форма кредита. Степень и направления его воздействия на экономические процессы зависят от использования определенных методов кредитования применительно к конкретным экономическим условиям.

Анализ основных тенденций в экономике и денежно-кредитной сфере РБ за 2016 г. свидетельствует о тенденции к снижению темпов экономического роста. При этом сохраняются высокие темпы роста потребительских и инвестиционных расходов в экономике при отрицательном сальдо внешней торговли товарами и услугами. По данным Белстата темп роста ВВП в сопоставимых ценах за 2016 год составил 97,4 процента (годом ранее – 96,2 процента), что обусловлено снижением производства почти во всех основных секторах экономики, за исключением сельского хозяйства. Промышленное производство в 2016 году по сравнению с 2015 годом снизилось по всем основным укрупненным видам промышленной деятельности. Инвестиции в основной капитал в 2016 году по сравнению с 2015 годом в сопоставимых ценах снизились на 17,9 процента.

Определены следующие стратегии развития финансового рынка:

1. Для повышения устойчивости банков при осуществлении кредитования и укрепления их возможностей противостоять реализации кредитного риска в стратегии развития определены следующие направления: завершение диагностического исследования эффективности хозяйственной деятельности крупнейших государственных предприятий, получающих государственную поддержку в рамках гос-

ударственных программ, и принятие в отношении убыточных предприятий мер, предусмотренных законодательством об экономической несостоятельности (банкротстве); урегулирование необслуживаемых кредитов; содействие формированию институциональной, функциональной и правовой среды для создания эффективного долгового рынка; совершенствование законодательства об исполнительном производстве. Результатом реализации данных мер станет улучшение финансового состояния банков и снижение их подверженности кредитному риску.

2. Одним из стратегических направлений развития финансового рынка станет реформирование подходов к директивному кредитованию (кредитованию в рамках государственных программ и указов президента). На протяжении длительного времени директивное кредитование позволяло активизировать инвестиционный процесс, но вместе с тем привело к накоплению ряда дисбалансов и нарастанию издержек.

3. Планируется реализация мероприятий по развитию среды ипотечного кредитования на рыночных условиях, а именно: создание агентства по ипотечному жилищному кредитованию, основной целью деятельности которого станет покупка у банков прав требований по долгосрочным ипотечным кредитам и эмиссия облигаций, обеспеченных правом требования по указанным кредитам; совершенствование законодательства, регулирующего отношения между банком – первоначальным кредитором, агентством по ипотечному кредитованию и физическим лицом – кредитополучателем, в том числе в целях более эффективной реализации права банка-кредитора на заложенное имущество, а также определения стандартных условий в договорах ипотечного кредитования, уступки требования и агентском соглашении.

Развитие банковского сектора должно сопровождаться повышением его устойчивости и эффективности функционирования, внедрением инновационных банковских технологий, совершенствованием системы финансового инжиниринга, ростом доверия к банкам со стороны национальных и иностранных инвесторов и вкладчиков, интеграцией в мировую банковскую и финансовую системы.

Условия кредитования были существенно улучшены для субъектов малого и среднего бизнеса по таким критериям как максимальный срок кредита, уровень процентных ставок и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кравцова Г.И. Деньги, кредит, банки: электронный учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]. <https://refdb.ru/look/1981471-p18>.

2 Национальный банк Республики Беларусь. Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь: науч. документ / 2016. –54 с.

УДК 332.012

Студ. Д. В. Бутвиловская, И. И. Стипаков
науч. рук. доцент, к. э. н. С. В. Шишло
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ОРГАНИЗАЦИЯ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА В IT КОМПАНИИ

Нашу эпоху принято называть эпохой информационных систем. Развитие средств вычислительной техники и связи способствует сбору, хранению, обработке и передаче в больших объемах и с быстрой скоростью. Информационные технологии стали фактором экономического развития. Они охватывают все секторы хозяйствования, но выделились в самостоятельную область информационных продуктов и услуг для их дальнейшей продажи и реализации с использованием современных информационных технологий. Данные становятся информацией только при решении конкретной проблемы, поэтому они могут считаться предметом купли-продажи или товаром.

Наша страна занимает одно из ведущих мест в мире по продаже программных продуктов и IT услуг. Объем экспорта имеет устойчивый рост. Белорусские программисты на мировом рынке пользуются стабильным спросом. Здесь открывают компании и филиалы бизнесмены из Израиля, России, США и других стран с высоким уровнем экономического развития. Важное значение в развитии данного сектора имеет профессиональный маркетинг IT услуг и программных продуктов. Эти товары имеют свою специфику и их тоже нужно продать, для этого требуются специалисты в данной области, которые смогут удовлетворить нужды потребителей, они будут также разбираться – это оказание услуг или создание специального продукта.

В зависимости от круга решаемых задач можно выделить 3 уровня маркетинга в сфере разработки IT продуктов или в сфере оказания IT услуг. При этом каждый уровень может решаться как сотрудниками IT компании, так и внешними маркетинговыми.