

ла № 67 г. Минска». — Режим доступа: <http://sch67.minsk.edu.by/ru/main.aspx?guid=1601>. — Дата доступа: 30.11.2018.

2. Реформы в школе [Электронный ресурс] // Sputnik. — Режим доступа: <https://sputnik.by/society/20170830/1030549822/novyj-uchebnyj-god-cto-zhdet-shkolnikov-i-roditelej.html>. — Дата доступа: 29.11.2018.

3. Современные проблемы образования [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. — Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26819>. — Дата доступа: 29.11.2018.

Ю.А. Воронович, А.В. Ярош

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

УСЛОВИЯ СТАБИЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Развитие внешней торговли относится к одному из основных условий устойчивого экономического роста страны. В современных условиях особую актуальность для Беларуси приобретают вопросы, связанные с процессами глобализации.

Республика Беларусь не имеет в достаточном количестве собственных природных ископаемых и зависима от внешнего рынка. В связи с этим увеличение объемов экспорта остается важнейшим приоритетом государственной политики. Для поддержания высоких темпов роста белорусской экономики белорусские предприятия должны быть готовы к успешной конкуренции с зарубежными производителями.

Одной из важных проблем внешней торговли Беларуси является недостаточный прогресс в улучшении качественных параметров внутреннего экспортного потенциала белорусской экономики. Также у многих белорусских предприятий возникают проблемы, связанные с поддержанием ценовой привлекательности товаров и услуг.

Значительное количество продукции все еще выпускается с использованием недостаточно инновационных технологий и модернизированного производственного оборудования. Причинами невысокого уровня конкурентоспособности белорусского экспорта считаются низкая мотивация инновационной деятельности субъектов хозяйствования, а также недостаточное финансирование модернизации экспорториентированных предприятий.

Причиной несбалансированности внешней торговли Республики Беларусь является то, что основной объем продукции приходится лишь на 7 стран при поддержании торговых отношений более чем с 200 государствами мира [1]. И данная цифра является устойчивой на протяжении последних пяти лет.

Негативным показателем в торговле Республики Беларусь является постоянное в течение последних лет превышение импорта над экспортом. Сальдо внешней торговли товарами за январь–сентябрь 2018 г. составило «минус» 3203,32 [2].

Для преодоления проблем и стабилизации внешней торговли Республики Беларусь целесообразно применение следующих мероприятий:

– уделять особое внимание развитию отраслей, обладающих наибольшим экспортным потенциалом;

– совершенствовать технико-технологическую организацию производства на предприятиях, внедрять прогрессивные технологии производства;

– обеспечивать снижение импортоемкости белорусской продукции путем максимального использования внутренних ресурсов для ее производства, а также экономии импортных сырья и материалов.

Таким образом, основными направлениями внешнеэкономической деятельности должны стать: расширение экспорта, рационализация объема и структуры импорта, углубление взаимодействия с мировым рынком, осуществление эффективной внешнеторговой политики.

Источники

1. Внешняя торговля Беларуси в январе–июне 2018 года [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export/>. — Дата доступа: 28.11.2018.

2. Баланс внешней торговли товарами Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 28.11.2018.

П.В. Гаерыш
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент

ПРИМЕНЕНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях происходит стремительное изменение сознания и активности работников, возрастают их материальные и духовные потребности. В связи с чем необходимо осуществлять поиск новых путей мотивации. Стимулирование, в свою очередь, предполагает внешний процесс воздействия, направленный на мотивы работников.

Ситуация, сложившаяся в объектах торговли, такова, что дополнительных средств на применение материального стимулирования