

## **ИНДИКАТОРЫ СОЦИАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ: ОПЫТ РОССИИ**

Потребительские бюджеты, представляющие собой конкретные доходы и расходы потребителей в натуральном и денежном выражениях, позволяют проводить дифференциацию в оценке уровня жизни населения.

Прожиточный минимум определяет границу абсолютной бедности и является важным социальным нормативом, лежащим в основе государственной социальной политики. Состояние социальной группы, находящейся в диапазоне ниже прожиточного минимума, характеризуется невозможностью удовлетворять свои потребности на уровне, обусловленном физиологическими нуждами человека и принятыми в обществе минимальными социальными стандартами.

Восстановительный потребительский бюджет представляет собой более высокий социальный стандарт и определяет верхнюю границу низкого уровня потребления и одновременно нижнюю границу средней обеспеченности.

Верхняя граница восстановительного потребительского бюджета – это бюджет высокого достатка. Социальное состояние населения с доходами выше восстановительного потребительского бюджета, но ниже бюджета высокого достатка позволяет им отнести себя к средней группе.

Для официальной оценки социального неравенства в обществе применяются коэффициенты концентрации (индекс Джини) и дифференциации доходов (коэффициент фондов). Система потребительских бюджетов позволяет вводить еще два новых индикатора социального неравенства: коэффициент дифференциации среднестатистических денежных доходов по группам населения с наиболее высоким и низким уровнями жизни и коэффициент соотношения покупательной способности доходов по группам населения с наиболее высоким и низким уровнями жизни.

Показатели, дифференцированные по уровню жизни на основе системы потребительских бюджетов, делают их применение адекватным в соответствии с реалиями жизни и существенно дополняет характеристику социального неравенства. Кроме того, они могут служить для выработки и реализации правительством политики формирования среднего класса.

<http://edoc.bseu.by>

*Милевская О.И.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **ЭКСПОРТНАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

С разделением труда и специализацией национальных экономик в областях, обеспечивающих конкурентные преимущества, от умения развивать экспорт зависит благополучие страны. Поэтому на протяжении многих лет одним из приоритетов Республики Беларусь является экспорт.

На развитие экспорта оказывает влияние ряд сдерживающих факторов:

- недостаточно высокий уровень технологичности производства;
- высокая материалоемкость производства;
- высокая степень износа основных фондов предприятий – экспортеров;

• недостаток финансовых ресурсов для восстановления и модернизации основных фондов;

• ограниченность финансовых ресурсов предприятий, банковского и страхового секторов, республиканского бюджета;

• необходимость привлечения иностранных инвестиций;

• достаточно высокий уровень налогообложения;

• необходимость развития инфраструктуры внешнеэкономической деятельности.

На основании этих факторов осуществляется совершенствование механизмов поддержки экспорта, таких как:

• совершенствование инвестиционного и инновационного механизмов;

• развитие финансово-кредитных инструментов стимулирования экспорта;

• формирование логистических схем, совершенствование товаропроводящих сетей, развитие электронной торговли и электронного декларирования;

• развитие экспортной инфраструктуры, служб международного маркетинга, повышения квалификации кадров, обеспечения информационного сопровождения внешнеэкономической деятельности;

• совершенствование правового механизма.

Одним из важных элементов экспортного маркетинга и стимулирования продаж должно стать расширение участия организаций страны в международных выставочных мероприятиях, которое обеспечивает создание и поддержание имиджа страны, позволяет сформировать спрос на отечественную продукцию и обеспечить поиск потенциальных партнеров. Использование накопленного профессионального и организационного опыта участия в международных научно-технических выставках и других мероприятиях, выполнение современных требований к представлению экспонируемой продукции являются необходимыми инструментами продвижения отечественной продукции, услуг и технологий на внешние рынки.

Формирование современных систем маркетинга, информационной поддержки экспорта и развитие его инфраструктуры должно сопровождаться повышением квалификации кадров, участвующих в экспортной деятельности. В этой связи необходимо пересмотреть программы подготовки и потребность в специалистах в области внешнеэкономической деятельности, организовать стройную систему подготовки и переподготовки данных кадров, включая организацию серии семинаров, курсов по повышению квалификации персонала предприятий и организаций – экспортеров

*Михайлова И.А., УО БГЭУ (Минск)*

## **ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В БАНКАХ**

Потребности клиентов банков в расчетном обслуживании требуют от банков все новых видов банковского сервиса. Современные технологии расчетно-информационного обслуживания предполагают создание новых банковских продуктов и услуг. Проведение этой работы требует больших трудовых и финансовых затрат.

Чтобы эта работа проходила успешно и была результативной, необходимо учитывать опыт эффективно функционирующих банков, прежде всего, в области спектра новых продуктов и технологий, а также в области организации их изготовления.

Для разработки и внедрения новых расчетно-информационных технологий существует достаточно много этапов, четкое представление о которых позволяет сосредоточиться на главных направлениях и создать стройную систему внедрения инноваций.