

иная информационная среда. И скорей образ успешного человека из-за нашего советского прошлого – это «спекулянт», который может найти подешевле, продать подороже. Мы никак не можем прийти к тому, что успешный и богатый человек – это, в первую очередь, другой склад ума, другой образ жизни и стремление изменить и выйти из своей зоны комфорта. Именно выходя из нее, мы начинаем меняться, и начинается процесс развития личности. Мозг начинает генерировать идеи, которые впоследствии позволяют творчески подходить к решению задач и создавать что-то новое и оригинальное.

По мнению специалистов, в ближайшие 2–3 года венчурная деятельность в Беларуси приобретет очертания индустрии. Количество инвесторов в венчурные проекты будет расти. Все больше пользы будут приносить бизнес-инкубаторы для развития венчурных компаний. Также в ближайшие годы в Беларуси, вероятно, появятся 1–2 венчурных фонда, а также возрастет интерес как российских, так и западных венчурных фондов к белорусским проектам. Кроме того, при АВИ (международная инвестиционно-исследовательская консалтинговая компания) также планируется создать посевной венчурный фонд (для венчурных инвестиций на ранних стадиях развития компании).

#### Список использованных источников

1. Бизнес-портал «Фабрика манмейкеров» [Электронный ресурс] / Венчурный бизнес: определение, суть и примеры. – Режим доступа: <https://moneymakerfactory.ru>. – Дата доступа: 29.01.2019.
2. Хилл, Б. Бизнес-ангелы: как привлечь их деньги и опыт под реализацию своих бизнес-идей / Б. Хилл, Д. Пауэр. – Москва: Эксмо, 2008. – 85 с.
3. Бухгалтерский Интернет-портал [Электронный ресурс] / В систему венчурного финансирования планируется привлечь частный капитал. – Режим доступа: <http://www.gb.by>. – Дата доступа: 16.12.2018.
4. Мировая экономика, финансы и инвестиции [Электронный ресурс] / История развития и особенности венчурного инвестирования в странах мира. – Режим доступа: <http://www.globfin.ru>. – Дата доступа: 28.01.2019.
5. Осокина, И. Проблемы финансирования инновационных проектов в научно-технической сфере / И. Осокина // Общество и экономика. – 2009. – № 9. – С. 18.

УДК 339.13

## ИМИДЖ СТРАНЫ В КОНТЕКСТЕ ЕЕ ИННОВАЦИОННОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

*Гурко А.Н., студ., Цыганова К.Р., студ.,  
Семенчукова И.Ю., доц., Черный В.П., ст. преп.*

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы, связанные с общим понятием имиджа, его компонентами и факторами, а также затрагиваются вопросы конкурентоспособности и инноваций.

Ключевые слова: имидж, конкурентоспособность, инновации.

Имидж территорий в современном мире становится важным экономическим ресурсом и одним из ключевых факторов конкурентоспособности страны.

В самом общем смысле конкурентоспособность – это способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей. Конкурентоспособность страны зависит от способности создавать эффективную, способную к инновациям, систему производства товаров и услуг, и тем самым обеспечивать высокие стандарты жизни.

Существует несколько компонентов, формирующих имидж. Во-первых, это информация, которую мы с вами сознательно проецируем на зарубежные страны, т. е. образ нашего государства в глазах иностранцев. Второй компонент – собственно восприятие Беларуси иностранцами. Оно формируется у них из прочитанного о нашей стране либо увиденного.

В современной теории коммуникации многие ведущие эксперты выделяют как минимум

шесть факторов формирования имиджа.

Первый – туристическая привлекательность. Здесь мы можем говорить о первозданной природе Беларуси, о заповедных пушках, озерах. Для сферы оздоровления это самые идеальные условия.

Второй фактор – история и культура нации. Замки в Мире и Несвиже, если их полностью восстановить, смогут соперничать по привлекательности с королевскими замками во Франции.

Третий фактор – человеческий капитал. Не ошибемся, если станем утверждать, что это один из главнейших факторов, потому как именно от людей, их поведения и отношения к окружающим зависит мнение о стране в целом и реализация на практике инновационных и стратегических проектов, формирующих благоприятный образ Беларуси. Такие качества национального характера, как дружелюбие, терпимость, доброта, открытость, трудолюбие, тяга к образованию, законопослушность – визитная карточка наших граждан.

Четвертый фактор – качество экспортируемых товаров. В этой сфере формируется вполне позитивный имидж, так как в нынешних условиях экспорт надежных, простых и недорогих в эксплуатации товаров, с оптимальным сочетанием цены и качества – проверенный путь завоевания новых рынков. Тракторы «Беларус», БелАЗы, дорожно-строительная техника, мясные и молочные продукты, телевизоры «Горизонт», холодильники «Атлант» – известны не только в регионе СНГ, но и в развитых и развивающихся странах планеты.

Пятый фактор – качество государственного управления. Сильной позитивной чертой Республики Беларусь является социальная справедливость и защита уязвимых слоев населения.

Шестой фактор – инвестиционная привлекательность. Этим вопросом Беларусь занялась относительно недавно, но уже несколько лет лидирует среди других стран мира по темпам либерализации. Этот процесс сам по себе – серьезный фактор, работающий на улучшение внешнего имиджа страны.

Инновационная восприимчивость экономики зависит от конкретной ситуации, которая сложилась на определенных уровнях и в конкретных сферах деятельности.

Уровень генерации знаний. О высоком потенциале инновационного развития свидетельствует положение нашей страны в международных рейтингах. В 2016 году в рейтинге Всемирного банка по инновационной активности Беларусь занимала 59-е место с индексом экономики знаний (5,59) и индексом знаний (6,62) [1]. Однако в данной области имеются и нерешенные проблемы: многие НИОКР оказываются недостаточно эффективными, присутствует разрозненность в проведении НИОКР, наблюдается сокращение затрат на научные исследования.

Уровень освоения новшеств и знаний. Необходимо постоянно изучать рынок инноваций и при обнаружении новшеств, которые важны и необходимы, внедрять их на предприятиях страны. Для этого должна быть создана эффективная инновационная инфраструктура. Так, на 2017 г. в Республике Беларусь зарегистрировано 22 субъекта инновационной инфраструктуры, а именно: 12 технопарков, 9 центров трансфера, Белорусский инновационный фонд, что не соответствует потребностям современного этапа инновационного развития [2].

Уровень сферы производства. В Республике Беларусь реализуется Программа развития промышленного комплекса на период до 2020 года. За период реализации указанной программы выполнено большинство запланированных прогнозных показателей.

Уровень финансовой поддержки. В силу ряда особенностей инновационной деятельности ей зачастую требуются специфические денежные источники, из которых в нашей стране представлены преимущественно инновационные фонды.

Уровень стратегического планирования и управления. Государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы определено реализовать проекты по многим направлениям, что приведет к распылению ограниченных финансовых ресурсов и государственных, и корпоративных структур.

Уровень человеческого капитала. Этот уровень самый важный, базисный, поскольку определяет перспективу и потенциал всех коллективов снизу доверху. Активы человеческого капитала формируются инвестициями в человека, т. е. государственными и частными расходами на науку, образование и здравоохранение. Данные активы выражаются в показателях средней продолжительности жизни населения, уровня его образования и реального ВВП на душу населения, которые агрегируются в обобщающий

«индекс развития человеческого потенциала». И отдельные показатели, и сам индекс активно используются ООН и Всемирным банком для сопоставления уровня развития. В 2018 году ООН опубликовала Индекс человеческого развития, в котором Беларусь заняла 53 строчку из 189 [3].

Национальную конкурентоспособность определяют на основе изучения конкурентных преимуществ и слабостей той или иной страны. К конкурентным преимуществам страны можно отнести:

- высокие расходы из госбюджета на НИОКР;
- высокие расходы в развитие человека;
- стабильность политической и правовой системы страны;
- размер ВВП на душу населения;
- высокая продолжительность жизни;
- высокая эффективность использования ресурсов;
- оптимальный экспорт;
- низкая инфляция;
- значительная доля конкурентоспособных организаций в стране;
- размер государственной задолженности;
- высокая образованность населения в стране;
- низкие налоговые и таможенные ставки.

Следует отметить, что имидж страны сегодня оказывает серьезное влияние на повышение конкурентоспособности страны. К возможным мерам, способствующим созданию благоприятного имиджа Беларуси, необходимо отнести:

1. Формирование законодательной базы, стимулирующей и поддерживающей инновации и инновационную деятельность.

2. Создание развитой и эффективной инновационной инфраструктуры.

3. Прямое финансирование приоритетных НИОКР.

4. Повышение внимания региональных властей к вопросу инновационного развития. Сбалансированные региональные программы инновационного развития либо отсутствуют, либо, если есть, финансируются по остаточному принципу.

5. Трансфер технологий.

6. Развитие территориального маркетинга.

7. Сохранение и совершенствование среды генерации знаний, выбор и реализация прорывных направлений. Задача по поддержке прорывных направлений базируется на заделах и традициях белорусской науки, связанных с умением концентрировать усилия на решении приоритетных задач.

8. Повышение роли государственных и негосударственных институтов в развитии системы генерации знаний. В современной ситуации государство должно обеспечивать совместную работу двух составляющих нашего общества – науки и бизнеса. Такая работа может быть организована путем создания совместных конкурсных комиссий по поиску и отбору приоритетных направлений технологического развития, организации совместных специализированных фондов с долевым участием государства и бизнеса и т. д.

9. Субсидирование расходов на защиту интеллектуальной собственности на отечественные изобретения и разработки за рубежом.

10. Забота об информационной инфраструктуре научно-исследовательских работ, поддержание сети научно-технических библиотек, финансирование их деятельности по предоставлению услуг пользования информационными сетями и базами данных и закупке научной литературы [3].

Таким образом, подводя итоги, можно сделать следующий вывод. Каждая страна стремится к созданию уникального положительного внешнего имиджа, поскольку он позитивно влияет на мировое общественное мнение о данной стране. Чтобы положительный образ государства возник и утвердился в общественном сознании, прежде всего, необходимо глубокое научное исследование феномена взаимосвязи имиджа страны, ее конкурентоспособности и инновационности.

#### Список использованных источников

1. Human Development Reports [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [hdr.undp.org/en/2018-update](http://hdr.undp.org/en/2018-update). – Дата доступа: 05.10.2018.
2. Инновационная политика и государственное управление инновационной деятельностью в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

elib.psu.by – Дата доступа: 28.09.2018.

3. Конкурентоспособность – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://liberty-belarus.info/index.php>. – Дата доступа: 01.10.2018.

УДК 316.334.2

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ «СРЕДНЕГО КЛАССА» И СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛЯРИЗАЦИИ В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Воробьева А.И., студ., Семенчукова И.Ю., доц.**

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены проблемы формирования «среднего класса» и социальной поляризации в трансформационной экономике. Эти проблемы очень актуальны для Республики Беларусь. В ситуации, когда экономика находится в состоянии транзитивного развития, очень важно, чтобы в обществе присутствовал некий слой, в интересах которого будет сохранение стабильности в стране, и который сам будет оплотом этой стабильности.

Ключевые слова: средний класс, бюджет прожиточного минимума, малообеспеченность населения, коэффициент Джини, децильный коэффициент, поляризация.

В настоящее время общество рассматривается как иерархическая система социальных слоев (страт), сопровождающихся поляризацией, т. е. тенденцией увеличения различия между социальными группами, приводящей к конфликту интересов. Одним из таких слоев выступает «средний класс», который играет огромное значение в любой экономике, особенно в трансформационной, и является опорой любого демократического государства.

«Средний класс» – совокупность населения страны, которая занимает среднюю, преобладающую позицию в потреблении, в целом удовлетворена своим положением в обществе и является социальной основой существующей политической системы. «Средний класс» – весьма сложно структурированная общность, включающая в себя группы с разными экономическими интересами и политическими ориентациями.

В развитых странах наличие в социальной структуре весомой доли «среднего класса» считается основным двигателем экономического развития, гарантом социально-политической стабильности. Доля «среднего класса» в обществе определяется комплексом критериев: уровень доходов, уровень самоидентификации, уровень образования и квалификации, доступ к власти.

Денежные доходы в Республике Беларусь включают в себя: оплату труда, социальные трансферты, доходы от собственности, прочие доходы. Рассматривая структуру денежных доходов населения, можно отметить устойчивую тенденцию увеличения доли оплаты труда в структуре денежных доходов населения с 63,1 % – в 2010 г. до 64,2 % – в 2018 г., хотя в период с 2010 г. по 2015 г. прослеживалось уменьшение доли оплаты труда. За анализируемый период наблюдается негативная тенденция снижения доходов от предпринимательства с 12,7 % – в 2010 г. до 7,9 % – в 2018 г., а также увеличение трансфертов, выплачиваемых населению. Доля доходов от собственности и прочие доходы также продемонстрировали положительную динамику (с 20,4 % – в 2010 г. до 23,4 % – в 2018 г. и с 3,8 % – в 2010 г. до 4,5 % – в 2018 г. соответственно) [1, с. 21].

Ряд исследователей привязывают уровень дохода к прожиточному минимуму, предлагая считать «средним классом» любого, чей душевой месячный доход более чем в полтора раза превышает реальный прожиточный минимум.

Бюджет прожиточного минимума в расчете на душу населения в месяц в 2013 г. составлял 102,35 руб., а в 2018 г. – 206,9 руб. Следовательно, произошло повышение БПМ, что говорит о том, что доходы представителей «среднего класса» также должны повышаться. Динамика денежных доходов в расчете на душу населения в месяц за анализируемый период выглядит следующим образом: в 2013 г. – 389,36 руб., в 2018 г. – 640,5 руб. Исходя из этого можно сделать вывод о том, что доходы превышают бюджет прожиточного минимума приблизительно в 3,1 раза.

К «среднему классу» относится население со среднедушевым доходом от 1,6 до 4 БПМ,