

4. Стельмах, Н. Ю. Экономика и управление ресурсосбережением : учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей. – БФ БГЭУ, 2010. – 126 с.
5. Функции управления природопользованием и охраной окружающей среды // Вся учеба для студентов [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.all-study.com/?p=402>. Дата доступа : 23.12.2012

УДК 339.732.4

## КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА МВФ ПО ОТНОШЕНИЮ К БЕЛАРУСИ

*Студ. Дмитриева А., студ. Дыда О., ст. преп. Чёрный В.П.*

*Витебский государственный технологический университет*

Участие Беларуси в международных валютно-финансовых и кредитных институтах открывает перед ней более широкие возможности привлечения финансовых ресурсов, необходимых для реформирования экономики. Благодаря этому наша страна может использовать богатый опыт, накопленный на протяжении многих лет мировым сообществом, по регулированию проблем в валютно-кредитной и финансовых сферах. в экономике страны в целом.

В настоящее время МВФ является одной из самых известных и влиятельных международных экономических организаций. За более чем шестидесятилетнюю историю МВФ прошел путь от второстепенного кредитора до организации, которая определяет экономическую политику большинства развивающихся стран и стран с переходной экономикой.

Республика Беларусь является членом МВФ с 10 июля 1992 года. Она приняла обязательства в соответствии со Статьей XIV МВФ и уже в октябре 1992 года в Республике Беларусь открылось представительство МВФ.

Деятельность МВФ в Республике Беларусь определена по трем основным направлениям: финансовая помощь (предоставление кредитов при необходимости); техническая помощь и обучение кадров; сотрудничество с Правительством и Национальным банком Республики Беларусь при подготовке программ экономической политики с акцентом на следующие макроэкономические вопросы: налогово-бюджетная и денежно-кредитная политики, обменный курс и торговая политика.

Первая финансовая помощь со стороны МВФ была предоставлена Беларуси в размере 70,1 млн. СДР в рамках механизма финансирования системных преобразований, и в 1995 г. по этой же линии было предоставлено еще 70,1 млн. СДР. Эти кредиты выдавались странам с переходной экономикой для помощи в развитии рыночных отношений. Средства займа были направлены на поддержание валютных резервов Национального банка, покрытие дефицита государственного бюджета, погашение просроченной задолженности по кредиту ЕС, на финансирование инвестиционных проектов предприятий республики.

В сентябре 1995 г. МВФ принял решение о предоставлении Республике Беларусь кредита «стэнд-бай» в размере 196,28 млн. СДР. Сумма данного кредита должна была быть предоставлена республике в виде четырех долей (транш), первая из которых в размере 50 млн. СДР была получена. Кредит использовался на закупку топлива в Российской Федерации и часть – Национальным банком Республики Беларусь. Дальнейшее финансирование МВФ прекратил, так как посчитал, что республика не соблюдает «целевые показатели и условия» программы, согласованной с Фондом. В феврале 2005 г. Республика Беларусь полностью погасила указанные кредиты МВФ.

Качественно новый этап взаимодействия между Республикой Беларусь и МВФ начался в 2009 году. В конце 2008 года белорусские власти обратились к руководству Международного валютного фонда с просьбой о финансовой поддержке – заключении кредитного соглашения «стэнд-бай». В результате согласования Республики Беларусь и МВФ параметров этого соглашения Совет Исполнительных директоров Фонда 12 января

2009 года одобрил программу сроком на 15 месяцев и выделение нашей стране финансовых ресурсов в объеме около 1,62 млрд. СДР (2,46 млрд. долларов США).

Реализация Республикой Беларусь предусмотренных программой «стэнд-бай» мер и мероприятий позволила обеспечить положительную динамику по ряду позиций в экономике и денежно-кредитной сфере, позволила поддержать стабильность на валютном рынке, обеспечить большую устойчивость финансовой системы, избежать полномасштабного кризиса платежного баланса, а также предотвратить глубокую рецессию и сохранить низкий уровень безработицы. Средства, полученные в результате кредитного соглашения, также позволили смягчить последствия девальвации 2011 года, которые могли быть намного серьезнее. Большая часть этих средств пошла в состав золотовалютных резервов страны.

За время своего продолжительного сотрудничества с Республикой Беларусь МВФ способствовал развитию экономики Беларуси, предоставлял ей необходимые кредиты, а также вывел статистическую отчетность и денежно-кредитную политику страны на новый уровень. В дополнение к финансовым и нефинансовым выгодам активное и взаимовыгодное взаимодействие Беларуси с МВФ повышает общий рейтинг страны в оценках мирового сообщества, что должно вести к улучшению представлений об инвестиционном климате в стране, и, как следствие, росту заинтересованности со стороны частных иностранных инвесторов.

Список использованных источников

1. Кредитование МВФ // [Эл. р.] Международный валютный фонд – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/rus/howlendr.pdf> – Дата доступа: 16.04.2013
2. Взаимоотношения с Международным валютным фондом // [Эл. р.] Национальный банк Республики Беларусь – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/today/InternationalCooperation/imf/> – Дата доступа: 16.04.2013.

УДК 004.738.5:[339.138:378]

## **АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ФАКУЛЬТЕТА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ КАДРОВ УО «ВГТУ»**

*Студ. Матвеева Д.А., студ. Эрдман В.В.,  
доц. Дягилев А.С., доц. Семенчукова И.Ю.*

*Витебский государственный технологический университет*

Сегодня интернет-реклама – один самых востребованных интеллектуальных продуктов на бескрайних просторах сети Интернет. Связано это с тем, что интернет-реклама имеет несколько разновидностей и может с разных позиций воздействовать на покупателя. Она рассчитана на пользовательскую аудиторию сети и использует те методы и технологии, которые позволяют в условиях Интернет добиться максимальной эффективности. Большинство современных предпринимателей понимают, что нельзя упускать возможность, которую дают новейшие информационные технологии, к которым непосредственно относится интернет-реклама. Данный инструмент маркетинга как продукт и стимул к развитию бизнеса будет интересен как для компаний, позиционирующих себя посредством Интернет, так и для владельцев сайтов нацеленных на извлечение коммерческой прибыли посредством сети. Для компаний, открывших в интернете электронные представительства, интернет-реклама позволит эффективно и результативно заявить о себе. Именно поэтому для выживания в условиях конкуренции на рынке образовательных услуг многие учреждения образования прибегают к помощи интернет маркетинга. Это касается и объекта нашего исследования – факультета повышения квалификации и переподготовки кадров УО «Витебский государственный технологический университет». В ходе данной работы была проанализирована