

АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В 2012-2013 ГОДАХ

Рюмко О.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Монтик О.Н.

Экономика Республики Беларусь все еще не может оправиться от последствий мирового финансового кризиса 2008 года. Последствия этой общемировой рецессии проявились в Республике только в 2011 году. Инфляция за этот год составила 108,7%, что было наиболее заметным последствием кризиса для населения нашей страны. В 2012 же году инфляция составила 21,8%, при планируемом снижении до 22%, что говорит о положительных результатах политики, проводимой Национальным Банком. В 2013 же году ожидается снижение инфляции до 12%. На фоне замедления инфляционных процессов в стране был сохранен экономический рост. ВВП за прошедший год увеличился на 1,5%.

Также в прошедшем 2012 году удалось нарастить золотовалютные резервы на 180 млн. долл. США. Они составили 8,1 млрд. долл. США, что эквивалентно 2 месяцам импорта товаров и услуг. Размер золотовалютных резервов – важный показатель экономической безопасности и устойчивости государства.

В прошедшем году на валютном рынке поддерживалась устойчивая ситуация. Предложение иностранной валюты превысило спрос на нее. В течение года сохранялась чистая продажа иностранной валюты субъектами хозяйствования, в целом за год она составила 1,6 млрд. долл. США. Однако с июля повысился спрос на валюту со стороны населения, и в целом за год чистая покупка валюты населением составила 685 млн. долл. США. При этом курс белорусского рубля остался устойчивым и ослабился к доллару США (на 2,6%), евро (на 5%) и российскому рублю (на 8%), что повышает конкурентоспособность отечественных товаров на иностранных рынках.

Еще один важный показатель, который удалось улучшить в прошедшем году – сальдо внешней торговли. Впервые с 2005 года этот показатель принял положительное значение, и составил 2,9 млрд. долл. США. Однако на протяжении года наблюдалось его сокращение, так что нельзя останавливаться на достигнутом.

Однако не все задачи были выполнены, например, ставка рефинансирования. При планируемых к 2013 году 20-23%, она составила 30%. Но при сохранении положительных макроэкономических тенденций к концу 2013 года ставка рефинансирования может опуститься до 13-15% годовых. Однако Национальный банк не отрицает и возможности

установления ставки на более высоком уровне для сохранения макроэкономической стабильности.

Кризис уходит, но нельзя останавливаться на достигнутом. Современная экономика – динамично изменяющееся пространство, где нельзя упустить момент. Нужно продолжать модернизацию экономики, повышать ее эффективность.

Литература:

1. Итоги выполнения основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь за 2011 год и задачи банковской системы по их реализации в 2012 году/ Н. А. Ермакова // Банковский вестник – 2012. – № 4. – С. 3–7.

2. Итоги выполнения основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь за 2012 год и задачи банковской системы по их реализации в 2012 году/ Н. А. Ермакова // Банковский вестник – 2013. – № 4. – С. 3–7.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Себровская Е.С.

Научный руководитель – Рупо О.С.

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
Ф. Котлер

Маркетинг как наука имеет двойной смысл: это функция управления и концепция управления в условиях рыночных отношений.

В 1991 году с распадом СССР произошел развал системы централизованного планирования, а 1992 год стал началом экономических реформ Республики Беларусь. Промышленные предприятия начали преобразование своей деятельности в соответствии с принципами маркетинга. Современные белорусские промышленные предприятия руководствуются тремя подходами маркетинговой деятельности: плановым, сетевым и подходом, ориентированным на действие.

В Республике Беларусь промышленный маркетинг распространяется медленно, но достаточно уверенно. Маркетинговая деятельность требует больших финансовых затрат, что достаточно сложно в нестабильной экономической ситуации. Однако правильный маркетинговый