

соответствовала белорусской специфике. Осторожный, длительный подход к формированию белорусского менеджмента, учитывающего особенности белорусского менталитета, разнообразие и широту белорусских условий, – важнейшая стратегическая задача общества. Однако задача эта не из легких и прежде, чем появятся первые результаты, возможно, пройдут годы. Поэтому в сложившейся ситуации государству целесообразно взять на себя функцию стимулирования творческого и высококвалифицированного труда, поскольку предприятия с их сложившейся системой внутриколлективных отношений к этому еще не готовы.

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГОВОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Каптур Е.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Янович П.А., БНТУ

В настоящее время выделяют три группы лизинговых компании: отраслевые компании, созданные под опекой государственных структур; частные лизинговые компании; дочерние структуры банков.

В Республике Беларусь лизинговая форма инвестиций составляет около 1% от общей суммы инвестиционных вложений в стране.

В целях создания благоприятных условий по продвижению продукции белорусских производителей на внешние рынки на условиях лизинга, Указом Президента предусмотрены некоторые налоговые льготы при лизинговых операциях. Если предприятие-производитель (резидент Беларуси) по договору купли-продажи реализует продукцию лизингодателю (резиденту Беларуси) для ее последующей передачи по договору международного лизинга за пределы страны, то это предприятие освобождается от уплаты НДС с данной продукции.

Одним из основных препятствий, сдерживающих развитие лизинга в Республике Беларусь, является незначительное количество юридических лиц, предоставляющих имущество на условиях финансового лизинга, а также нехватка у таких

организаций оборотных финансовых средств. Сдерживает развитие рынка лизинга в республике и нежелание некоторых государственных предприятий Беларуси работать по лизингу. Многие банки не доверяют лизинговым операторам, и часто с лизинговыми компаниями работают только на условиях краткосрочного сотрудничества.

Белорусские экономисты, дают оптимистичные прогнозы относительно лизинга на ближайшее время и считают, что к 2013 году рынок лизинга должен удвоиться. Предполагается, что произойдет это за счет более активного кредитования со стороны коммерческих банков и привлечения зарубежных инвестиций. Они утверждают, что в последующие несколько лет должны согласоваться основные аспекты сотрудничества со многими иностранными партнерами в сфере финансов, которые имеют намерение работать на белорусском рынке.

Белорусские лизинговые операторы начинают выходить на современный уровень. Растут стандарты, поднимается планка и вполне возможно, что лизинговые компании действительно ждёт прекрасное будущее.

В целом, лизинг в Беларуси становится все более популярной формой привлечения денежных ресурсов для предприятий малого и среднего бизнеса.

## **РОЛЬ БРЕНДА И СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ИДЕОЛОГИИ И МАССОВОГО СОЗНАНИЯ**

Курбацкая О.В., Обрядина А.Н.

Научный руководитель: канд. филос. наук, доцент Усов Л.М., БНТУ

Специалисты пришли к выводу: чтобы убедить потребителя приобрести товар недостаточно информации о его качестве. Необходимо, чтобы товар был снабжён некой психологической ценностью, то есть неким имиджем, который содержит эмоциональную составляющую товара. Тем самым было положено начало теории о наделении товара особыми свойствами, выходящие за рамки традиционно понимаемых потребительских качеств.