

изменении стереотипов мышления, методов управления и работы за счет применения цифровых технологий.

Согласно исследованиям [2] в целях цифровизации ТЛД в Беларуси в сфере грузовых перевозок необходимо создавать единое цифровое пространство по перевозкам, что актуально в случае смешанных перевозок. При этом начать следует с одного из основных аспектов взаимодействия видов транспорта – формирования единой цифровой платформы, первичной функцией которой будет концентрация информации по характеристике груза, реквизитам поставок, а также ее передача в определенном виде по запросу любого зарегистрированного участника логистического движения товара в цепи поставок.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дорога–товар–люди–деньги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bamap.org/information/smi/18780/>. – Дата обращения: 10.10.2020.
2. Пильгун, Т.В. Цифровая экосистема транспортно-логистической деятельности // Новости науки и технологий. – 2020. – № 3 (54). – С.52-62.
3. Пломба всем покажет [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://gudok.ru/newspaper/?ID=1531031&archive=2020.08.11>. – Дата обращения: 10.10.2020.
4. Белорусские таможенники проводят эксперимент по электронному пломбированию фур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/beloruskie-tamozhenniki-provodyat-eksperiment-po-elektronnomu-plombirovaniyu-fur>. – Дата обращения: 09.10.2020.
5. Везем по электронным накладным // Транспортный вестник. – № 5(6116). – 30.01.2020.
6. Транспортные накладные e-CMR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iru.org/ru/innovation/e-cmr>. – Дата обращения: 12.05.2020.

ДЭФІНІЦЫЯ ГАНДЛЁВАЙ ВАЙНЫ

Ю. М. Самец¹, В. А. Астрога²

*¹⁾ Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь, 13ysamets@gmail.com*

*²⁾ Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь, ostroga.v@mail.ru*

Гандлёвыя войны паміж дзяржавамі, якія жадаюць абараніць сваіх вытворцаў, пачаліся з канца XIX ст. і працягваюцца да цяперашняга часу. Дэфініцыя «гандлёвая вайна» доўгі час не існавала, аднак з развіццём і ўмацаваннем міжнародных эканамічных адносін патрэба ў яго тлумачэнні ўзрастае. У артыкуле даецца вызначэнне «гандлёвай вайны» з пазіцыі сучасных даследаванняў, а таксама меркаванні навукоўцаў аб з'яве «гандлёвай вайны».

Ключавыя словы: міжнародны гандаль; гандлёвая вайна; міжнародныя эканамічныя адносіны; сусветная эканоміка; гандлёвыя адносіны.

DEFINITION OF A TRADE WAR

Y.M. Samets^a, V.A. Astroga^b

^{a)} Belarusian State University,

Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

^{b)} Belarusian State University,

Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

Corresponding author: Y. M. Samets (13ysamets@gmail.com)

Trade wars are waged by States with the aim of protecting domestic manufacturers. They are a long-established practice that dated back to the late XIX century and has continued to the present day. The term «trade war» remained undefined for a long time, but the need for the definition increased with the growing prominence of international trade. We propose a definition of a trade war that incorporates the findings and perspectives of the latest scholarship on the subject.

Key words: international trade; trade war; international economic relations: world economy; trade relations.

Міжнародны гандаль як найважнейшы працэс у сусветнай эканоміцы ўяўляе сабой адну з найбольш прагрэсіўных і сталых формаў міжнародных эканамічных адносін. Аднак у цяперашні час, ва ўмовах глабальнага крызісу, нарастае рэгіяналізацыя сусветнай эканомікі і пратэццыянізм. У гэтай сувязі найбольш распаўсюджанай і прымітыўнай формай эканамічнага супрацьстаяння з'яўляецца «гандлёвая» вайна.

Нягледзячы на сваю актуальнасць, тэма ў навуковай супольнасці маладаследаваная. Аднак як айчынным, так і замежным экспертам пачынаюць займацца гэтым сур'ёзна.

Гандлёвыя войны фактычна з'явіліся даволі даўно, а менавіта з моманту зараджэння гандлёвых адносін, аднак яны насілі адзіночны характар, сустракаліся вельмі рэдка і нават тэрмін «гандлёвая вайна» адсутнічаў. З развіццём міжнародных сувязяў колькасць гандлёвых войнаў, несумненна, ўзрастала, бо кожная краіна хацела атрымаць максімальную выгаду і карысць ад знешняга гандлю, абараніць сваіх вытворцаў і ўмацаваць свае пазіцыі на сусветным рынку. Такія мэты пераследуюць многія дзяржавы і сёння.

Гандлёвыя войны паміж дзяржавамі, якія жадаюць абараніць сваіх вытворцаў, пачаліся з канца XIX ст. і працягваюцца да цяперашняга часу. Яны выклікаюцца эканамічнымі і палітычнымі прычынамі, пастаянна набываючы разнастайныя формы. У XX ст. гандлёвыя войны сталі інструментам дасягнення геапалітычных мэтаў.

Стратэгія выкарыстання гандлёвых санкцый супраць несяброўскіх дзяржаў была ўпершыню распрацавана і выкарыстана ў Брытанскай імперыі напрыканцы XIX ст. У 1888 г. насельніцтва Вялікабрытаніі

складала ўсяго 2 % ад насельніцтва зямнога шара, але на долю гэтай краіны прыходзілася 54 % усіх прамысловых тавараў, якія перамяшчаліся ў свеце. Гандлёвыя санкцыі былі аднымі з найбольш часта ўжываемых Вялікабрытаніяй інструментаў для ціску на іншыя дзяржавы. У 1890 г. брытанскі філосаф Томас Хакслі запісаў думку, якая стала своеасаблівым ідэалагічным абгрунтаваннем усіх гандлёвых войнаў: «Наш народ – народ пакупнікоў. Пакупнікі хочуць набываць лепшыя тавары па лепшым цэнах. Тое ж самае хочуць і жыхары іншых дзяржаў. Калі іх кіраўнікі будуць перашкаджаць нам прадаваць ім тавары, то 5 або 6 мільёнаў ангельцаў вельмі хутка не будуць мець сродкаў для пражытка. Таму мы павінны абараняць нашы крамы ад тавараў, якія прапануюць нам такія дзяржавы і імкнуцца паўплываць на іх кіраўнікоў» [1]. З тых часоў павышаныя тарыфы, квоты, дэмпінг і іншыя метады недапушчэння тавараў-канкурэнтаў на ўнутраныя рынкі сталі папулярнай зброяй.

Нягледзячы на тое, што эканамісты класічнага кірунку і сучасныя аналітыкі практычна аднадушна сцвярджаюць, што ўзвядзенне штучных бар'ераў мала спрыяе развіццю эканомік, лічачы, што іх правядзенне прыводзіць да памяншэння эканамічнага дабрабыту ўсіх краін, уцягнутых у канфлікт, гандлёвыя войны ўзнікаюць пастаянна. Што ёсць гандлёвая вайна на практыцы? Гэта выкарыстанне экспарту і імпарту не па прамым прызначэнні, а для аказання ціску на гандлёвых партнёраў. Адна краіна вырашае, што іншая краіна купляе яе тавараў недастаткова і просіць купляць пабольш. У адваротным выпадку, абячае скараціць імпорт з гэтай краіны. І сапраўды скарачае, тады іншая краіна прымае меры ў адказ і купляе яшчэ менш тавараў. Так можа працягвацца да бяскончасці.

Гандлёвыя войны праходзілі пастаянна. Большая частка дзяржаў імкнуліся абараніць сваіх вытворцаў і адначасова захапіць новыя рынкі збыту сваіх тавараў. У міжнароднай практыцы вядомыя «аўтамабільныя», «цыгарэтныя», «сырныя», «бензінавыя» войны, якія пагаршалі адносіны паміж дзяржавамі і наносілі значны ўрон нацыянальным эканомікам.

Андэрс Ослунд, старшы навуковы супрацоўнік Фонду Карнегі за Міжнародны свет, адзін з вядучых экспертаў па эканоміцы дзяржаў свету, лічыць, што ў будучыні гандлёвыя войны стануць галоўнай праблемай у адносінах паміж галоўнымі гандлёвымі блокамі [2]. Гэта цалкам лагічна, бо рынак без канкурэнцыі існаваць не можа. Таму традыцыйныя гандлёвыя войны трансфармуюцца ў больш выдасканаленыя метады захопу нацыянальных рынкаў, ператвараючыся ўсё больш у інструмент дасягнення геапалітычных мэтаў.

Разуменне гандлевой вайны пачынаецца з яе дэфініцыі. Слушная дэфініцыя альбо вызначэнне дазваляе метадалагічна правільна праводзіць навуковае даследаванне. Што на сённяшні дзень мае пад сабой тэрмін «гандлёвая вайна»? Эканамічны слоўнік вызначае гандлёвую вайну як сітуацыю, калі краіны спрабуюць нанесці шкоду гандлю адзін аднаго. Пры гэтым метады, якія выкарыстоўваюцца ў гандлёвай вайне, могуць ўключаць у сябе тарыфы, квоты або прамыя забароны на імпарт з іншай краіны; субсідыі для экспарту ў іншую краіну або для экспарту ў трэцяя краіны, дзе апанент з'яўляецца канкурэнтам. На працягу гандлёвай вайны такія метады могуць выклікаць узмацненне мер у адказ, па прынцыпе «зуб за зуб», у адказ на меры, прынятыя супернікамі. Эканамісты мяркуюць, што звычайна ў гандлёвай вайне ў проігрышы аказваюцца абедзве стараны [3].

У фінансавым слоўніку А. А. Благадаціна гандлёвая вайна – становішча, пры якім краіны-ўдзельніцы міжнароднага гандлю спрабуюць знізіць колькасць канкурэнтаздольнага імпарту з дапамогай імпартных пошлін, квот і іншых абмежаванняў імпарту [4].

Згодна з Новым англа-рускім слоўнікам-даведнікам па эканоміцы – гандлёвая вайна гэта спробы краін, уцягнутых у міжнародную гандаль, скараціць ўвоз канкурэнтных тавараў шляхам увядзення тарыфаў, квот і іншых імпартных абмежаванняў пры адначасовым пашырэнні свайго экспарту. Такая палітыка «спушчэння суседа» цягне за сабой ўвядзенне пратэкцыянісцкіх мер у адказ іншымі краінамі, што ў сваю чаргу прыводзіць да зніжэння агульнага аб'ёму міжнароднага гандлю [5].

Цікавае вызначэнне падае Е. А. Мытарава. Пад гандлёвай вайной яна разумее суперніцтва дзвюх і больш краін, якое праводзіцца з мэтай захопу замежных рынкаў або зніжэння ўплыву вытворцаў іншых краін на ўнутраным рынку [6].

Суперніцтва дзяржаў, іх суб'ектаў эканамічнай дзейнасці за знешнія і ўнутраныя рынкі збыту, на наш погляд, з'яўляецца нармальнай умовай развіцця сусветнай эканомікі. Таму тэрміну гандлёвая вайна, на наша меркаванне набыло наступны сучасны сэнс – міждзяржаўнае, межінтэграцыйнае або міжрэгіянальнае суперніцтва, рэалізуемае яго ўдзельнікамі ў крайніх формах, то ёсць суперніцтва, якое характарызуецца выхадам за рамкі існуючых нормаў.

Такім чынам, гандлёвыя войны з'явіліся з моманту зараджэння гандлёвых адносін, але з-за прычыны свайго адзіночнага характару дэфініцыя «гандлёвая вайна» адсутнічала. Актualнай яна стала толькі з XIX ст. – з пачатку прагрэсіўнага развіцця міжнародных эканамічных адносін і мае ў сваёй сутнасці суперніцтва дзвюх і больш краін, якое праводзіцца з мэтай захопу замежных рынкаў або зніжэння ўплыву

вытворцаў іншых краін на ўнутраным рынку. На практыцы гандлёвая вайна – гэта выкарыстанне экспарту і імпарту не па прамым прызначэнні, а для аказання ціску на гандлёвых партнёраў. У гісторыю гандлёвых канфліктаў ужо ўвайшлі, так званыя, «аўтамабільныя», «цыгарэтныя», «сырныя», «бензінавыя» войны, якія пагаршалі адносіны паміж дзяржавамі і наносілі значны ўрон нацыянальным эканомікам. Навукоўцы выказваюць сваё меркаванне аб тым, што ў будучыні гандлёвыя войны стануць перашкодай у адносінах паміж галоўнымі гандлёвымі блокамі, бо рынак існаваць без канкурэнцыі не можа, а метады захопу нацыянальных рынкаў становяцца ўсё больш выдасканаленымі.

БІБЛІАГРАФІЧНЫЯ СПАСЫЛКІ

1. Корстьенс, Д. Торговые войны [Текст] / Д. Корстьенс, М. Кортьенс. – М.: Вильям, 2005. – 464 с.
2. Торговые войны XXI века. Увлечение протекционизмом может дорого обойтись миру. / Коммерсантъ [Текст]. – М., 2006. – № 219.
3. Экономика. Толковый словарь. – М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М.. 2000.
4. Благодатин, А. А. Финансовый словарь / А.А. Благодатин, Л.Ш. Лозовский, Б.А. Райзберг. - Москва : ИНФРА-М, 2008. - 378 с.
5. Новый англо-русский словарь-справочник. Экономика. – М.: Флинта, Наука. О.В. Сиполс. 2010.
6. Мытарева Е.А. «Торговая война» как средство нетарифного регулирования международной торговли // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2010. – №1 (41). – С. 74.

ПРАВОВЫЕ СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ АВИАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ю.В. Селезнёв

*Белорусский государственный экономический университет
Партизанский пр-т, 26, 220070, г. Минск, Беларусь, lingvo-economix@yandex.ru*

Авиапредприятия Республики Беларусь могут резко нарастить объемы авиационных грузовых перевозок в сегменте военных грузов между третьими странами. Дается сравнение действий белорусского МИДа с МИДах других постсоветских стран по оказанию правовой помощи системам национальной авиационной логистики. Предлагаются правовые и организационно-экономические способы увеличения доли международных военных перевозок, выполняемых белорусскими авиаперевозчиками, на основе оперативного взаимодействия между официальными государственными учреждениями и авиапредприятиями, в первую очередь государственными. Анализируются причины неудовлетворительного положения в данном сегменте логистики в текущий период.

Ключевые слова: право; транспорт; авиационная логистика; международный; грузовой; эффективность.