

Таблица 1 – Сравнительная таблица современных технологий управления персоналом

Характеристики	Аутсорсинг	Лизинг персонала	Аутстаффинг	Краудстаффинг
Взаимодействие сторон	Функции компании выходят на внешнее обслуживание	Квалификационные сотрудники задействуются другими компаниями в своих бизнес-процессах	Персонал выводится за штат организации в другую компанию	Привлечение к работе в компании людей, которые проявляют высокую лояльность к бренду
Рынок	Рынок трудовых ресурсов и рынок услуг	Рынок трудовых ресурсов	Рынок услуг	Рынок кандидатов
Требование ко внешнему ресурсу	Качество предоставляемых услуг	Профессиональные требования к сотрудникам	Профессиональные требования к сотрудникам	Профессиональные требования к сотрудникам

Библиографический список

1. Афанасьева Л.А., Халитова С.А., Постникова Е.М., Белоусова Е.М. Современные технологии в управлении персоналом // Эксперт: теория и практика. 2019. №2 (2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-tehnologii-v-upravlenii-personalom> (дата обращения: 10.05.2023).

Еловая Е.М., Горелько В.А.

ТАМОЖЕННЫЙ КОНТРОЛЬ В ОТНОШЕНИИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Белорусский Государственный Университет, г. Минск

Аннотация: актуальность темы исследования обусловлена тем, что продовольственная безопасность и контроль алкогольной продукции являются важными элементами в рамках внешнеэкономической деятельности и составляющей для государственного бюджета. Целью исследования является улучшение таможенного контроля в отношении алкогольной продукции, которая ввозится на территорию Республики Беларусь. В данной работе использовались как общенаучные методы, такие как анализ, описание, синтез, обобщение и объяснение, которые применяются в различных областях знания, так и специальные методы, применяемые в таможенном деле. Исходя из этого, результаты проведенного исследования и представленные методы по совершенствованию порядка таможенного контроля импорта алкогольной продукции имеют практическую значимость и могут использоваться участниками

внешнеэкономической деятельности и таможенными органами при таможенном контроле алкогольной продукции.

Ключевые слова: алкогольная продукция; акцизные марки; сертификация; таможенная экспертиза.

Алкогольная продукция всегда привлекала особое внимание уполномоченных органов, которые контролируют оборот подакцизных товаров из-за высоких налогов и широкого спектра мер государственного регулирования. Алкогольная продукция является часто ввозимым подакцизным товаром, именно поэтому так важно знать правовые основы перемещения его через границу Республики Беларусь. Центральными законодательными актами, регулирующими перемещение алкогольной продукции, являются Закон Республики Беларусь от 27 августа 2008 г. №429-З «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции и пищевого этилового спирта» [2] и Декрет Президента Республики Беларусь от 09 сентября 2005 г. №11 «О совершенствовании государственного регулирования производства и оборота алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции и пищевого этилового спирта» [3].

Таможенный контроль является также неотъемлемой частью перемещения алкогольной продукции через границу Республики Беларусь. При проведении таможенного контроля алкогольной продукции, таможенные органы придерживаются принципа выборочности. Они используют необходимые и нужные формы таможенного контроля для соблюдения законодательства. Выбор форм контроля определяется системой управления рисками в соответствии с ТК ЕАЭС [4]. В рамках алкогольной продукции немаловажную роль играет таможенный контроль за уплатой таможенных пошлин и налогов. Должностные лица таможенных органов осуществляют анализ различных показателей для правильного определения тех мер, которые помогут эффективно реализовать фискальную функцию, включая принудительное взыскание задолженности. Законодательство Республики Беларусь требует наличия акцизных марок на алкогольной продукции перед ввозом на территорию Республики Беларусь. Это значит, что товары с марками допускаются, без марок – запрещены.

По Товарной Номенклатуре Внешне-Экономической Деятельности алкогольная продукция классифицируется в товарной позиции 22. В нее входят разнообразные напитки, такие как: этиловый спирт, водка, ликеры, бальзамы, пунши, текила, джин, коньяк, виски, шампанское, вино, пиво, сидр [1]. Товароведная характеристика алкогольной продукции указывает на то, что каждый из напитков данной группы имеет различную крепость от 7-95% об., также свои собственные способы переработки, выдержки, состоящие из нескольких этапов. Каждый из напитков возник в разное время, в разных странах, каждый имеет за собой вековую историю, обладает индивидуальным букетом вкуса и аромата.

Установление стандартных показателей качества алкогольных напитков является важной задачей, которая направлена на обеспечение безопасности и пищевой ценности продукта, а также на обеспечение его соответствия требованиям стандартов. Ключевыми являются органолептические и физико-химические показатели качества. Для большей части алкогольных напитков предусмотрены определенные показатели органолептических требований – это внешний вид, прозрачность, цвет, вкус, букет и аромат. Изделия должны быть прозрачными, без мути и осадка. Данные критерии являются визуальным доказательством качества и безопасности исследуемого напитка. Физико-химическим показателем качества для любой алкогольной продукции является крепость, то есть содержание этилового спирта. Оно выражается в процентах. Данным методом определяют также и химический состав напитков, содержание в них альдегидов, эфиров и других веществ, которые могут повлиять на вкус и запах. Для ликероводочной продукции важным является содержание сахара и кислот. Для вин и коньяков – содержание сахаров, железа и меди, а также другие химические показатели. При оценке качества пива физико-химическими показателями являются содержание спирта, кислотность и стойкость.

Однако зачастую недобросовестные участники ВЭД декларируют иную отличную алкогольную продукцию. И для того, чтобы вовремя остановить движения некачественных товаров на потребительский рынок Республики Беларусь, используют таможенную сертификацию. Сертификация продукции – это форма обязательного подтверждения соответствия продукции. В ходе данной процедуры заявитель получает сертификат соответствия – документ, удостоверяющий соответствие продукции требованиям технических регламентов и других ТНПА. Обязательной сертификации в Республике Беларусь подлежит алкогольная продукция с объемной долей этилового спирта 7% и более (кроме алкогольных напитков, изготавливаемых в объектах общественного питания путем смешения готовых алкогольных напитков, прошедших процедуру обязательной сертификации). Сертификат соответствия может быть выдан как на партию алкогольной продукции, так и на серийный выпуск. Данная процедура сертификации алкогольной продукции регламентируется Постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь 25 июля 2017 г. № 61 «Об утверждении Правил подтверждения соответствия Национальной системы подтверждения соответствия Республики Беларусь» [4].

В исследовании также были рассмотрены различные проблемы, которые имеют свои негативные последствия для экономики и рынка Республики Беларусь. Среди проблем можно выделить: фальсификацию продукции, упущение налоговых поступлений, недостоверное декларирования или недекларирование, проблема повышения налоговых ставок на алкогольную продукцию, которая влечет за собой множество вытекающих проблем – контрабанда алкогольной продукции, поступление некачественного товара на национальный рынок, подделка акцизных марок, а также проблема различных ставок в странах ЕАЭС, которая сказывается на

введении бизнеса. Данные проблемы негативно отражаются на государстве, так как, в связи с этим возникают проблемы с упущением поступления денежных средств в бюджет, а также с участвовавшими нарушениями среди налогоплательщиков, поэтому необходимо принимать меры для их участия.

В текущих условиях таможенные органы несут ответственность за предотвращение поставки низкокачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции на внутренний рынок страны. Именно поэтому мною были предложены методы по совершенствованию контроля в отношении алкогольной продукции. Эффективным решением для улучшения таможенного контроля в импорте алкогольной продукции может стать внедрение единой межведомственной информационной системы, содержащей информацию об акцизных марках, документах на перемещение алкогольной продукции и сертификатах. Это позволит использовать необходимую предварительную информацию для проведения таможенного контроля и выявления нарушений. Важным решением также является детализация товарной номенклатуры алкогольной продукции, которая позволит более эффективно контролировать импорт в Республику Беларусь. Следующим успешным предложением по совершенствованию таможенного контроля алкогольной продукции является введение RFID-метки, альтернативной акцизной марки. За счет внедрения этой технологии процедура таможенного контроля станет легче и быстрее как для должностного лица, так и для самого импортера. RFID-метка также поможет предотвратить подделки товаров, распознать движущиеся объекты в режиме реального времени, быстро считать метку, находящуюся в скрытом месте. Применение RFID-технологий способно коренным образом изменить весь таможенный контроль. Снизить риски и роль человеческого фактора в таможенном деле. А также эффективным предложением совершенствования контроля алкогольной продукции может стать введение единых ставок акциза в странах-участницах Союза и создание электронной базы недобросовестных импортеров.

Таким образом, внедрение предлагаемых путей совершенствования таможенного контроля в отношении алкогольной продукции в таможенную практику может существенно повысить эффективность таможенных операций и таможенного контроля в отношении ввозимой на территорию Республики Беларусь алкогольной продукции.

Библиографический список

1. Единая товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/comission/department/catr/ett/>. (дата обращения: 13.05.2023).
2. О совершенствовании государственного регулирования производства и оборота алкогольной, непивной спиртосодержащей продукции и непивного этилового спирта: Декрет Президента Республики Беларусь от 09 сентября 2005 г. №

11 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=Pd0500011>. (дата обращения: 13.05.2023).

3. О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непивцевой спиртосодержащей продукции и непивцевого этилового спирта: Закон Республики Беларусь от 27 августа 2008 г. №429-3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10800429>. (дата обращения: 13.05.2023).

4. Об утверждении Правил подтверждения соответствия Национальной системы подтверждения соответствия Республики Беларусь: Постановление Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 25 июля 2017 г. №61 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=W21732456>. (дата обращения: 13.05.2023).

Еловая Е.М., Козлов М.М.

PR-КОММУНИКАЦИЯ В ХК «ДИНАМО»

Белорусский государственный университет, г. Минск

Аннотация: В работе выделены эффективные методы и способы коммуникации в Хоккейном клубе «Динамо-Минск» с целевыми аудиториями и выработаны рекомендации по оптимизации данного процесса. Даны определения понятиям: целевая аудитория, коммуникация с целевой аудиторией.

Ключевые слова: целевая аудитория, ХК «Динамо-Минск», социальная сеть, подписчики, лайки.

Целевая аудитория – это индивиды, включенные в сеть реальных общественных отношений и связей. При помощи средств массовой коммуникации аудитория поддерживает отношения не только внутри своей социальной группы, но и с более широкой социальной средой.

Коммуникация с ЦА – это совокупность взаимодействий бренда и общества [1].

ЗАО «Хоккейный клуб «Динамо-Минск» активно развивает внешние каналы коммуникации с реальными и потенциальными потребителями и максимально старается соответствовать общепринятым принципам введения официальных сайтов и социальных сетей.

Проанализируем коммуникацию ХК «Динамо» с аудиторией. Для анализа изучим официальный сайт и социальные сети.

Журналисты рубрики «Новости» на официальном сайте клуба активно публикуют материалы о результатах матчей, аналитические материалы, интервью с игроками, болельщиками, также присутствуют материалы о передовых личностях