

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БАНК РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
УНИВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНЫХ НАУК НЕМЕЦКОГО
ФЕДЕРАЛЬНОГО БАНКА
УНИВЕРСИТЕТ БАНКОВСКОГО ДЕЛА УКРАИНЫ
УКРАИНСКАЯ АКАДЕМИЯ БАНКОВСКОГО ДЕЛА
НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «ОСТРОЖСКАЯ АКАДЕМИЯ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ В КАТОВИЦАХ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ВИЛЬНИОССКАЯ КОЛЛЕГИЯ/УНИВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНЫХ НАУК
ВЫСШАЯ БАНКОВСКАЯ ШКОЛА В ГДАНЬСКЕ**

СБОРНИК

научных статей

**XII Международной научно-практической конференции
по вопросам финансовой и банковской экономики
«БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА:
УСТОЙЧИВОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»**

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
29 октября 2021 г.

Часть II

Пинск 2021

УДК 336.71
ББК 65.262.10
Б 23

Редакционная коллегия:
Дунай В.И. (гл. редактор),
Гречишкина Е.А., Жилевич О.Ф.,
Игнатенко Ю.В., Кручинский Н.Г., Лисовский М.И.,
Лукашевич В.А., Ржевская Т.А., Рыбалко Ю.А., Тихоновская Ю.О.

Б 23 Банковская система: устойчивость и перспективы развития: сборник научных статей двенадцатой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, УО «Полесский государственный университет», г. Пинск 29 октября 2021 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.] – Пинск : ПолесГУ, 2021. – 233 с.

ISBN 978–985–516–713–7 (Часть II)
ISBN 978–985–516–711–3

Приведены научные статьи участников двенадцатой международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики «Банковская система: устойчивость и перспективы развития».

Материалы изложены в авторской редакции.

УДК336.71
ББК 65.262.10

ISBN 978–985–516–713–7 (Часть II)
ISBN 978–985–516–711–3

© УО «Полесский государственный университет», 2021

ВОПРОСЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕТОДИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ФИНАНСОВО-БАНКОВСКОГО ПРОФИЛЯ

УДК 378.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИДАКТИЧЕСКОГО И ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Аксенчик Наталья Владимировна

Республиканский институт высшей школы, аспирант
Полесский государственный университет, специалист

Aksenchyk Natallia Vladimirovna

National Institute for Higher Education, post-graduate student
Polessky State University, specialist, aksenchiknatalia@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена проблеме использования потенциала информационно-образовательной среды учреждения высшего образования при обучении иностранным языкам через выделение ее основных структурных компонентов.

Ключевые слова: информационно-образовательная среда, дидактический потенциал, технико-технологический потенциал, информационно-коммуникативные технологии, образовательный процесс, учреждение высшего образования

Развитие современного общества диктует необходимость активного внедрения информационных технологий в сферу образования [1-2]. Данное направление является актуальным в контексте подготовки квалифицированных специалистов, способных к профессиональному развитию, мобильности в освоении и внедрении новейших информационных технологий, овладению информационной и коммуникативной компетентностью.

Рассматривая процесс информатизации высшего образования на первый план выходит необходимость активного использования технологического и дидактического потенциала информационно-образовательной среды (ИОС), которая является целостной и многокомпонентной системой влияний, условий, возможностей формирования и развития личности обучаемого, включающей в себя: электронные учебно-методические материалы и средства обучения; базы данных и информационно-справочные системы; информационное обеспечение педагогической деятельности, необходимое для организации и осуществления учебного процесса и практики студентов; системы диагностики и педагогических измерений; системы информационной интеграции ИОС с внешними ИОС; аппаратно-технические

средства; средства автоматизации научных и научно-методических исследований, внеучебной и организационно-управленческой деятельности [3, с. 86].

Использование ресурсных и технических средств дидактического и технико-технологического потенциала ИОС позволяет максимально эффективно осуществлять не только образовательный процесс в целом, но и в контексте определенных дисциплин.

В структуре высокоразвитой информационно-образовательной среды учреждения высшего образования целесообразно рассматривать следующие компоненты:

- организационно-управленческий (обеспечение организационно-управленческой деятельности, прогнозирования и планирования развития ИОС);
- учебный (обеспечение всей полноты дидактического цикла и целостного учебного процесса средствами информационно-коммуникационных технологий (ИКТ));
- научно-методический (обеспечение высокого уровня проведения научных исследований и создания методических разработок, их распространение и популяризация);
- внеучебный (обеспечение внеучебной деятельности и воспитательного процесса в УВО);
- коммуникативный (обеспечение коммуникации и взаимосвязи с внешними информационно-образовательными средами) [4, с. 53];
- технологический (обеспечение специализированными аудиториями, предназначенными для проведения занятий и консультаций, рабочими местами для профессорско-преподавательского состава, коммуникационными аппаратными и программными средствами с целью информационного взаимодействия субъектов педагогического участия).

Набор этих компонентов инвариантен относительно образовательного процесса, однако для использования информационно-образовательной среды в обучении иностранным языкам, наполнение обозначенных компонентов должно происходить с учетом специфики данной дисциплины. В наибольшей степени специфику обучения иностранным языкам отражают такие компоненты как учебный (размещение материалов и работ в информационной среде образовательного учреждения, разработка дидактических материалов с использованием интерактивных технологий педагогического взаимодействия), коммуникативный (обеспечение взаимодействия преподавателей, студентов, служб и отделов УВО в т.ч. в режиме «он-лайн»; автоматизированный контроль за уровнем знаний, умений и навыков студентов; передача учебной, методической, научной и справочной информации в текстовом, графическом, звуковом и видео-форматах) и технологический (возможность представления учебных материалов средствами мультимедиа, а также программное обеспечение; обеспечение оборудованных автоматизированных рабочих мест для педагогов и компьютеров для студентов).

Актуально пополнение образовательного процесса в контексте обучения студентов иностранным языкам новыми формами, методами и средствами, ориентированными на достижение новых образовательных результатов в условиях функционирования ИОС УВО. Анализ дидактических возможностей различных видов ИКТ для обучения гуманитарным дисциплинам в УВО, в частности иностранному языку, позволяют рассматривать в указанных компонентах информационно-образовательной среды такие виды технологий как электронный текст, аудио, видео учебные материалы, электронные и мультимедиа-учебники, телевизионные

обучающие и компьютерные обучающие программы, дистанционные практикумы, тренажеры с удаленным доступом и др. Потенциал ИОС представлен компьютерными средствами обучения, которые, обладая специфическими свойствами (мультимедийность, интерактивность, нелинейность, автоматизация процессов управления обучением, информационно-поисковой деятельности, учебно-методического обеспечения, контроля результатов), обеспечивают наиболее оптимальную реализацию:

- дидактических задач развития умений и навыков – формирование умений по обработке информации, умений самостоятельной учебно-познавательной деятельности, развитие наглядно-образного, алгоритмического, творческого мышления;

- дидактических задач представления учебной информации – имитация и моделирование изучаемых объектов, компьютерная визуализация, применение информационных баз данных;

- дидактических задач контроля освоения знаний, умений, навыков – мгновенная обратная связь, оперативная педагогическая коррекция, самоконтроль и самокоррекция.

Таким образом, прямым следствием практического использования ИОС современного университета с учетом дисциплинарной специфики является ее представление в следующем качестве:

- как средство обучения, повышающего эффективность и качество подготовки обучающихся, организующего оперативную консультационную помощь, реализующего возможности программно-методического обеспечения компьютерной и телекоммуникационной техники в целях формирования культуры учебной деятельности;

- как инструмент познания, за счет формирования навыков познавательной и исследовательской деятельности, организации совместных учебных и исследовательских работ преподавателей и обучающихся, возможностей оперативной и самостоятельной обработки результатов экспериментальной деятельности;

- как средство телекоммуникации, формирующего умения и навыки получения необходимой информации из разнообразных удаленных источников и оперативного обмена информацией.

Использование потенциала ИОС как в образовательном процессе в целом, так и в контексте определенных дисциплин обеспечивает подготовку компетентных специалистов, которые свободно ориентируются в условиях современных условиях на основе приобретения ими способностей к следующим умениям и видам деятельности:

- самоорганизации и самообразованию;
- абстрактному мышлению, анализу и синтезу;
- применению информационно-коммуникационных технологий в учебной, исследовательской и проектной деятельности;
- устной и письменной коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Реализация выявленного потенциала ИОС в развитии предметных компетенций обуславливает целесообразность ее развития и функционирования в условиях образовательного процесса.

Список использованных источников

1. Концепция цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь на 2019–2025 годы / Минский городской институт развития образования. Центр информационных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iso.minsk.edu.by/main.aspx?guid=34963>. – Дата доступа: 06.09.2021.
2. Концептуальные подходы к развитию системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года / Registr.by. Информационно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://registr.by/doc/1904179>. – Дата доступа : 06.09.2021.
3. Лозицкий, В.Л. Информационно-образовательная среда учреждения образования в аспекте ее полифункциональности / В.Л. Лозицкий // Педагогическая наука и образование – 2017. – № 4. – С. 84–90.
4. Лозицкий, В. Л. Информационно-образовательная среда вуза в аспекте ее полифункциональности / В. Л. Лозицкий // Выш. шк. – 2013. – № 5. – С. 51–56.

УДК 174.4

К ПРОБЛЕМЕ МОРАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гориш Ирина Владимировна, старший преподаватель
Полесский государственный университет,
Gorish Irina, Polessky State University, gorish@nextmail.ru

Аннотация. В статье освещены основные вопросы поиска моральных основ хозяйственной деятельности предпринимателя, формирования у него социально ответственной модели поведения.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, доброделание, ценности, моральная мотивация.

Цели и ценности предпринимательства не сводятся только к получению прибыли. Они выходят за рамки материально-экономической сферы, в которой целями предпринимательства действительно будет получение прибыли, материальное благополучие и даже богатство. В социальной сфере целями будут независимость, успех и общественное признание. В социально-психологической плоскости целями предпринимателя могут стать самоутверждение и самореализация. Наконец, в высшей духовно-нравственной сфере таковыми целями предпринимателя будут доброделание, служение общему благу. Это приносит предпринимателю глубокое морально-нравственное удовлетворение, ощущение значимости и полезности своей деятельности, т.е. обеспечивает глубокую духовно-нравственную легитимацию его личности.

Понятно, что не у всех предпринимателей имеет место весь набор названных целей, выступающих одновременно и ценностями, мотивирующими его деятельность. Для кого-то лишь получение прибыли, достижение богатства будут главными ценностями. А для кого-то прибыль, богатство будут лишь целями-средствами для достижения других целей (успех, независимость, общественное признание и т.д.). К сожалению, пока еще очень мало предпринимателей, для которых ценностно-целевые ориентации выходят на служение общему благу. Но только таких предпринимателей и можно назвать цивилизованными, социально

ответственными, патриотически настроенными.

Для достижения отмеченных целей предпринимателю необходимы соответствующие средства: капитал, ресурсы, люди, организация, правовая и экономическая инфраструктура. К числу необходимых средств надо отнести профессиональные деловые качества. Прежде всего соответствующие знания, компетентность, организаторские способности, предприимчивость, инициативность, энергичность, готовность и способность к риску и персональной ответственности, способность к прогнозированию, креативность и т.п.

Обладая соответствующими профессионально-деловыми качествами, имея в своем распоряжении соответствующие материально-финансовые ресурсы, предприниматель для достижения успеха в своем деле (в экономическом и социальном смыслах) должен соблюдать юридические и этические нормы. Цивилизованный предприниматель несет не только юридическую, но также моральную и социальную ответственность. Юридические требования (уплата налогов, соблюдение законодательства, в т.ч. охраны природы и охраны труда) – это абсолютно необходимый минимум норм, регулирующих отношения предпринимателя с государством. За его пределами бизнес становится криминальным.

Одних юридических норм регулирования предпринимательства недостаточно, хотя они необходимы. Одно дело, когда свои правовые обязательства (уплата налогов, выполнение контрактов, долговых обязательств, обеспечение нормальных условий труда, мер экологической безопасности и др.) предприниматель исполняет из-за боязни штрафных санкций или уголовного наказания (хотя некоторых «предпринимателей» и это не останавливает). Совсем другое дело, когда исполнение этих юридических обязательств предпринимателем базируется на моральных основаниях (честь, совесть, долг, справедливость и т.п.), т.е. принимает форму нравственного императива, глубокого внутреннего морального убеждения.

Предприниматель должен руководствоваться и собственно моральными требованиями: уважать власть, партнеров, наемных работников; предоставлять правдивую информацию; вести честную конкуренцию; цивилизованно разрешать споры и конфликты; уважать чужую собственность; отвергать принцип «цель оправдывает средства»; относиться с доверием к партнерам по бизнесу, клиентам, своим работникам; быть социально ответственным. Хотя нарушение отмеченных требований и не влечет за собой гражданско-правовую и уголовную ответственность, но их соблюдение покоится на нравственных качествах предпринимателя как человека (честь, совесть, достоинство, долг, чувство справедливости, скромность, порядочность, сострадательность, доброжелательность и др.).

Только наличие отмеченных профессиональных, морально-деловых качеств, соблюдение юридических и этических норм в бизнесе дает право предпринимателю называться цивилизованным, социально ответственным и обеспечивает ему безупречную деловую и моральную репутацию. Последняя является бесценным капиталом, инвестицией в будущее. Любой предприниматель должен понимать, что иметь безупречную репутацию просто выгодно. Таким моральным требованиям удовлетворяет, конечно, далеко не каждый предприниматель. Но такие нормы должны быть приняты в предпринимательском сообществе как нравственный эталон, к которому нужно стремиться, идеал, который должен становиться нормой для все большего количества предпринимателей.

Однако наряду с отмеченной моральной мотивацией предпринимательской деятельности есть еще более глубокая мотивация – мотивация высшего морального

порядка. Дело в том, что внешне поведение предпринимателя, его отношение к другим людям может быть юридически и нравственно безупречным, а духовно быть порочным. Предприниматель может быть не только законопослушным, но и честным, порядочным, ответственным, обязательным, даже доброжелательным. Но при этом глубокой внутренней основой мотивации его поведения (во всех отношениях похвального в глазах людей) будет гордыня, самомнение, тщеславие, самолюбие, честолюбие, корыстолюбие и т.п. Иными словами, он может делать добрые дела из-за соображений тщеславия, ожидая, что его «доброделание» будет замечено и высоко оценено. Поэтому предприниматель «высшей пробы», обладая высокими моральными качествами в обычном смысле слова, будет руководствоваться такими высшими мотивами, как бескорыстие, любовь, жертвенность, альтруизм. Опору для такой высшей духовно-нравственной мотивации предприниматель может найти только в религиозно-нравственной сфере, в евангельских заповедях. Это «высший пилотаж» предпринимательства, к которому готовы и способны очень не многие.

Понимание значимости религиозного сознания в процессе осуществления экономической (в частности, предпринимательской) деятельности характерно для современной Православной Церкви. В 2004 г. на VIII Всемирном Русском Народном Соборе был принят «Свод нравственных принципов и правил ведения хозяйства» [1, с.46], предназначенный для руководителей предприятий и коммерческих структур, предпринимателей, работников, профсоюзов и других участников экономических процессов и описывающий идеальную модель хозяйствования, к реализации которой следует стремиться. Сформулированные нравственные принципы и правила основываются на десяти заповедях, данных Богом, а также на опыте их усвоения христианством и другими религиями, традиционно исповедуемыми в России и Беларуси, и свидетельствуют о возможности православной этики стать альтернативной основой предпринимательской этики, поскольку православные принципы не противоречат принципам цивилизованного предпринимательства.

Протестантская этика культивировала в предпринимательстве такие положительные моральные качества, как законопослушность, трудолюбие, честность, ответственность. Но она же оправдывала и дух наживы, стяжательство, горделивое самомнение «успешных» предпринимателей об их богоизбранности и жестокое отношение к бедным как якобы отверженным Богом. Православная христианская традиция, на которую опиралось отечественное предпринимательство, оправдывала этику служения, а не стяжания. Характерно, что одним из принципов хозяйствования, вытекающих из основ православного вероучения, был принцип нестрогой прибыльности рыночного обмена (отказ от требований жесткого, а порой жестокого торга с обязательным извлечением прибыли). Получение прибыли любой ценой не было свойственно славянскому менталитету. Доверие к партнеру, верность слову, даже в ущерб собственной выгоде, корректное отношение к конкурентам, благотворительность, помощь обездоленным – вот что было характерно для православных предпринимателей.

Поэтому не следует переносить принципы протестантской этики на восточнославянскую культурно-историческую почву. Рыночной должна быть экономика, но не общество. А сама рыночная экономика должна опираться на более гуманные, человеческие отношения. Предпринимательство в нашей стране должно развиваться на основе учета восточнославянского культурно-исторического субстрата, отечественных религиозных традиций и ценностей. При этом оно может быть

успешным не в смысле роскоши и несметных богатств, а в плане экономических основ достойной человека жизни. Успешность дореволюционного российского предпринимательства, базировавшегося не на протестантских, а на православных ценностях, – яркий тому пример.

Но для этого необходимо раскрыть богатый духовно-нравственный потенциал отечественных культурно-исторических и религиозных традиций и ценностей, актуализировать его в качестве духовно-мировоззренческой основы для построения в нашей стране цивилизованного, социально ответственного и патриотически настроенного предпринимательства.

В Беларуси, на наш взгляд, есть существенные недостатки предпринимательской среды в настоящее время. Моральной мотивации предпринимателей не уделяется должного внимания, т.е. сами предприниматели действуют скорее интуитивно в сфере бизнеса, чем осознанно. Это касается не решений, принимаемых при осуществлении деловых операций, а правил совершения бизнес-сделок, взаимоотношений сторон в ходе последних. Но и принятие этического кодекса ведения бизнеса в Беларуси не является единственным условием формирования цивилизованного предпринимательства, поскольку необходимо его духовно-нравственное обоснование, осмысление и принятие. На практике мы чаще видим, что этическое измерение деловой жизни определяется практическими (меркантильными) соображениями, т.е. преобладает конъюнктурный мотив, а не социальный и творческий. Если соблюдение правил кодекса полезно и выгодно для дела, то он активно реализуется. Если нет – этика остается пустой декларацией. Вот этого и следует избежать. Сегодня необходимо, чтобы социальная ответственность стала философией поведения и концепцией выстраивания предпринимателями своей деятельности, исполняя ряд общественных требований.

Список использованных источников

1. Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании. Принято на итоговом пленарном заседании VIII Всемирного Русского Народного Собора // Предпринимательство. – 2004. – №1 (2). – С.46-60.

УДК 327.7

**К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ «САНКЦИИ»
В СОВРЕМЕННЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ**
**Евстафьев Валентин Александрович, старший преподаватель,
Долгун Александр Валерьевич**
Полесский государственный университет
Evstafiev Valentin Alexandrovich, evstval@tut.by
Dolgun Alexandr Valerievich
Polessky State University

Аннотация. В числе инструментов внешней политики санкции в настоящее время занимают все более заметное место в качестве мер воздействия, осуществляемых в отношении стран-нарушителей и наиболее часто в мировой практике применяются со стороны ООН, блока НАТО, а также Европейского Союза.

Ключевые слова: санкции, экономико-ориентированный подход.

В практике современных международных отношений все большее распространение получают ограничения, предпринимаемые в отношении государств либо должностных лиц, предназначенные для их «наказания» за реальные или мнимые нарушения, а также для того, чтобы заставить данных субъектов отказаться от подобных действий в будущем. Наиболее часто вышеназванные ограничения определяются понятием «санкции». Слово «Sanctio» в переводе с латыни означает «указание, распоряжение».

Роль санкций в современных международных отношениях выходит за рамки исключительно технического средства принуждения одних стран к выполнению воли других. Санкции превращаются в индикатор трансформации властных отношений между государствами, их суверенитета и образуемой ими иерархии международных отношений.

Применение санкций трудно назвать новым историческим явлением. Только в XX в. насчитывается около двухсот случаев их использования крупными державами и международными организациями. Санкции традиционно выступали оружием в руках экономически развитых государств. Как правило, они превосходили «целевые страны» в десятки или даже сотни раз. Это позволяло им оставаться относительно неуязвимыми к ответным мерам. Санкции использовались как «прекурсор» к использованию силы с целью истощения противника. Они применялись в качестве инструмента военного сдерживания, в том числе для предотвращения развития ядерных программ. В 80 случаях из 174 с помощью санкций страны-инициаторы пытались добиться смены политического режима в целевых странах.

В современном политологическом, экономическом и юридическом научном знании сформировался ряд подходов к определению сущности, содержанию и разновидностям санкций как мер, которые предпринимаются в рамках международных отношений.

Так, например, санкции рассматриваются, как ответные действия (ограничительные меры), которые применяются к нарушителям закона. В данном случае их целью является наказание нарушителя, а также профилактика преступлений и правонарушений [1].

В рамках экономико-ориентированного подхода санкции выполняют функцию экономических ограничений, которые вводит одна страна против другой страны (или группы стран) [2].

В правовом аспекте санкции рассматриваются под углом зрения тех неблагоприятных последствий, которые могут наступить для нарушителя каких-либо установленных правил после их применения [3].

Исследователь Ю. Чистякова, предлагает определение понятию «санкции»: как ограничительных мер, которые одна заинтересованная сторона накладывает на другую с целью решения возникших противоречий в отношениях [4]. Очевидно, что в силу достаточно общего характера его содержания, данное определение может быть применено в различных сферах человеческой жизнедеятельности: в правовых, международных, личных или семейных отношениях.

Наряду с определением понятия «санкции» в современном гуманитарном знании сложились подходы к их классификации. Так, например, исследователь А. Дарчиев выделяет следующие разновидности данных ограничений:

- уголовно-правовые — лишение свободы, смертная казнь;
- административно-правовые — штраф, арест, выдворение за пределы государства, и прочие.

- дисциплинарно-правовые — применяются в корпоративной практике.
- имущественно-правовые — штраф, пеня, неустойка, взыскание имущества.
- международно-правовые — применяются к государству или группе государств мировым сообществом за нарушение международных договоров и соглашений [5].

По мнению автора Ю. Чистяковой, в сфере международных отношений санкции целесообразно классифицировать следующим образом:

- персональные – запрет на въезд в страну, заморозка активов, арест недвижимости и другого имущества.
- торговые – запрет на ввоз товаров отдельных стран или компаний, отмена льгот, повышение торговых пошлин, запрет на продажу отдельных товаров стране или компании.
- экономические – арест имущества страны или компании за рубежом, блокировка банковских счетов, отключение от международных информационных технологий, например, системы SWIFT [4].

Данный исследователь предлагает классифицировать санкции также по критерию степени их охвата (по масштабу) и в этой связи выделяет следующие их виды:

- всеобъемлющие – накладывают ограничения на всю финансовую и торговую деятельность страны;
- секторальные – охватывают деятельность отдельной отрасли экономики;
- адресные – направлены на ограничение деятельности отдельных юридических и физических лиц [4].

Автор И.Сидельникова сформировала классификацию видов санкций в соответствии со следующими их признаками:

- по степени открытости объявленных целей: открытые, скрытые.
- по инструментам: экономические, неэкономические.
- по охвату объекта: обширные, умеренные, ограниченные(селективные) и таргетированные.
- по количеству участников: односторонние, многосторонние, международные (ООН) [6].

Список использованных источников

1. Что такое санкции? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zaumgo.ru/sovety-ekspertov/2180-что-такое-sankcii.html> - Дата доступа: 31.03.2021.
2. Запад против: самое важное о санкциях против России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bankstoday.net/last-articles/zapad-protiv-samoe-vazhnoe-o-sanktsiyah-protiv-rossii> – Дата доступа: 31.03.2021.
3. Что такое санкции – определение, виды и примеры санкций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/sankcii-что-такое-vidy.html> – Дата доступа: 31.03.2021.
4. Что такое санкции: виды, причины и последствия введения ограничений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iklife.ru/finansy/что-такое-sankcii.html> – Дата доступа: 31.03.2021.
5. Что такое санкции простыми словами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brobank.ru/что-такое-sankcii/> - Дата доступа: 31.03.2021.

6. Санкции: теоретические и исторические аспекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/113/29200/> - Санкции: теоретические и исторические аспекты – Дата доступа: 31.03.2021.

УДК 37.0

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

И ЕЕ ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Зинович Ольга Юрьевна, преподаватель

Полесский государственный университет

Zinovich Olga, Polesky State University, kurdumova_@mail.ru

Аннотация. В исследовании рассмотрена проблематика формирования и развития информационной культуры педагога как феноменологического явления. Учет представляемых автором положений будет способствовать достижению целей развития высшего профессионального образования и повышению его эффективности.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, информационная культура, информационная компетентность, обучение, высшее образование, цифровизация.

Повышение качества предоставляемых образовательных услуг и обеспечение доступности высшего профессионального образования за счет внедрения новых эффективных образовательных технологий обуславливает целесообразность изучения проблематики формирования и развития информационной культуры педагогов как одного из базовых элементов в системе предъявляемых требований к профессиональной подготовке специалистов (в том числе и преподавателей иностранного языка). Системное и целостное представление об информационной культуре, выделение ее структуры, функциональных составляющих, обоснование критериев и уровней ее сформированности позволит целенаправленно и эффективно организовывать учебный процесс, принимать эффективные решения в профессиональной деятельности всех участвующих субъектов. Понимание соотношения феномена информационной культуры и информационной компетенции, а также учет тенденций и специфики ее развития в сфере высшего профессионального образования могут стать важными факторами обеспечения повышения качества обучения.

Внимание современных авторов к проблеме формирования и развития информационной культуры преподавателей высшей профессиональной школы детерминировано учетом специфики деятельности в сфере обучения межкультурной коммуникации при изучении иностранного языка, а также и потребностью в реализации принципа преемственности между уровнями общего среднего образования и образованием высшим [1–5]. Для обозначенных исследователями подходов общим является определение в феномене информационной культуры неразрывной взаимосвязи со знаниево-деятельностной составляющей – знаниями и умениями работать с информацией на основе информационных технологий и решением профессиональных задач с помощью компьютеров и электронных средств обучения. Существующее разнообразие подходов и многоаспектность в трактовке информационной культуры являются свидетельством феноменологической сущно-

сти рассматриваемого явления. Концепция непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи Республики Беларусь определяет информационную культуру личности как «совокупность методов, способов овладения знаниями, умениями, навыками в области информационных технологий и позволяет эффективно использовать имеющиеся в распоряжении общества информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций в личностном и профессиональном становлении» [6, с. 3–4].

Следует отметить, что существует многообразие определений понятия информационной культуры в соответствии с библиографическим, философским и педагогическим подходами. В соответствии с библиографическим подходом под информационной культурой понимают средство социальной защиты личности, способной к самостоятельному наращиванию знаний, изменению сферы деятельности, регулированию собственного поведения на основе всестороннего анализа ситуации, а также средство защиты общества от непродуманных действий человека, гарантом того, что принципиальные решения в любой сфере – социальной, экономической, технологической принимаются после глубокого анализа всей имеющейся информации.

В соответствии с педагогическим подходом информационная культура трактуется как совокупность социальной информации, накопленной обществом за весь период исторического развития (информационный фонд) и ее освоение личностью, как способ переработки, накопления, хранения, трансляции информации в обществе – информационные ресурсы и коммуникации», как «степень массовости использования информации в обществе и ее доступности для личности.

Информационную культуру можно представить в качестве составной части базисной культуры личности как системной характеристики, позволяющей эффективно участвовать во всех видах работы с информацией. К основным компонентам информационной культуры относятся грамотность и компетентность в понимании природы информационных процессов и отношений, гуманистически ориентированная информационная ценностно-смысловая сфера (стремления, интересы, мировоззрение, ценностные ориентации), развитая информационная рефлексия, творчество в информационном поведении и социально-информационной активности.

Открытость информации привела к тому, что источниками значительной части информации, получаемой студентами, является открытое информационное, культурное и социальное пространство. Современному педагогу уже недостаточно владеть знаниями об информационных процессах и уметь применять их на высоком профессиональном уровне в рамках своей специальности. Преподавателю необходимо делать акцент на работе в незнакомой для студентов ситуации, потому что в современном мире информация обновляется с огромной скоростью. Современный человек должен владеть способами приобретения знаний и работы с информацией и быть способным совершенствовать свои профессиональные компетенции всю жизнь.

Применение инновационных технологий в учебном процессе сегодня является велением времени, повышающим качество обучения, а также уровень подготовки высококвалифицированных специалистов. Уровень сформированности информационной культуры педагога подразумевает владение знаниями об информации, информационных процессах, моделях и технологиях, умениями и навыками реализации средств и методов обработки и анализа информации, умением применять

современные информационные технологии в профессиональной деятельности, видением окружающего мира, как открытой информационной системы, умением привить своим студентам умение ориентироваться и использовать возможности образовательного пространства Интернет, как часть системы образования. Педагог-новатор, постоянно находящийся в поиске новых форм и методов обучения, информационно-педагогического обеспечения учебного процесса, должен обладать высоким уровнем информационной культуры.

Информационная культура личности является важным фактором успешной профессиональной деятельности педагога в системе высшего образования с учетом специфики деятельности составляющей преподавателя иностранного языка. Осуществленный структурно-функциональный анализ феноменологических и содержательных характеристик, а также системообразующих признаков информационной культуры позволяет конкретизировать особенности, условия формирования и развития, а также способы реализации информационной культуры педагогов с учетом специфики осуществляемой подготовки. Данная детерминированность является чрезвычайно значимой в определении перспектив развития заявленной нами проблематики исследования.

Список использованных источников

1. Гендина, Н.И. Концепция формирования информационной культуры личности: опыт разработки и реализации / Н.И. Гендина // Открытое образование. – 2005. – № 6. – С. 74–82.
2. Катович Н.К. Формирование информационной культуры личности в воспитательном процессе школы / Н.К. Катович, В.Н. Ковалева // Адукацыя і выхаванне. – 2013. – № 1. – С. 12–22.
3. Лозицкий, В.Л. Информационная компетентность как основа системного применения информационно-коммуникационных технологий в высшем образовании (на примере преподавания социально-гуманитарных дисциплин) / В.Л. Лозицкий. – Пинск : ПолГУ, 2013. – 224 с.
4. Хуторской, А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования / А.В. Хуторской // Народное образование. – 2003. – № 2. – С. 58–64.
5. Сманцер, А.П. Теория и практика преемственности в обучении школьников и студентов / А.П. Сманцер. – Минск : БГУ, 2013. – 270 с.
6. Концепция непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи в Республике Беларусь // Проблемы выхавання. – 2007. – № 2. – С. 3–19.

УДК 339.138

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN SOCIAL NETWORKS

**Колонтай Анастасия Александровна,
Прибыльская Гражина Валентиновна**

Белорусский национальный технический университет

Kalantai Anastasiya Alexandrovna, Prybylskaja Grazhyna Valentinovna, teacher,
Belarusian National Technical University, anko1067@gmail.com

Annotation. This article is about what digital marketing is, the tools for its implementation, the digital marketing channels through which the company interacts with customers, the importance of digital marketing in the conduct of a modern firm.

Keywords: digital marketing, promotion, advertising.

Nowadays, people spend most of their time on various gadgets. These can be smartphones, computers, tablets, smart watches, smart TV. Through them, people receive a huge amount of information, they can shop without leaving home, order services. For a company that wants to sell its product, this is a great opportunity to get the attention of a potential client. But the competition among such companies is very fierce. In order for the client to turn his attention to the company, it must correspond to his interests and be in front of his eyes at the right moment. And it helps to do digital marketing.

In our time of digital marketing, a huge amount of diverse information affects the consumer, and which flow of information will have the greatest impact and interest the consumer depends on the seller. It has become more difficult for manufacturers to attract attention and stand out from competitors. Traditional advertising is no longer so effective, that is, on television and radio, in newspapers, on billboards. Every day manufacturers are looking for new ways to attract the attention of the buyer.

Digital marketing is a way to maintain interaction between a business and its customers using their personal devices. The main goal of digital marketing is to attract and retain customers in the company's digital environment [1].

Today, the information space is heavily overloaded due to the amount of information that enters it, which makes it harder for firms to attract the attention of buyers. Therefore, companies are forced to look for the right time and the right place in which advertising will appear in front of the consumer. This is the very moment when the consumer is in search of a solution and is fully interested in every offer that is offered to him. That's when the company has a chance to get the desired response from the consumer.

To catch that very moment, the company needs to clearly understand the needs and demands of consumers, the specifics of their choice, how they buy, where they spend their time. Then an individual approach is created. If previously impersonal advertising campaigns could bring a good profit, then in our time such a campaign will not be successful.

The main principle of digital marketing is to build an individual interaction with the client, taking into account the peculiarities of human behavior. All the information received increases the likelihood of the desired response from the consumer.

With the help of digital marketing channels, the company receives an influx of users to its website. However, the modern consumer rarely buys on the basis of only one contact with the brand, so in practice a great influence on the user is used, which includes several communication directions at once. Companies are trying to cover as much information space as possible, trying to increase the likelihood of the "very moment" when the client will pay attention to them. And for this, they use digital marketing channels to interact with network users:

1. Email marketing.

It is difficult to make appointments with consumers if the company does not know how to contact them. E-mailing is the first step towards the introduction of digital marketing, since the use of this channel is impossible without the use of tools for collecting and processing contact information and a messaging system.

One of the advantages of email marketing is that the database includes contacts of people who were already familiar with the brands, and the higher the probability that they will respond.

2. Social Media Marketing (SMM).

One of the most popular channels, as social networks daily hold the attention of users for a significant period of time.

Social media services provide the most extensive ways of communication between companies and consumers. That is why they are considered one of the most popular.

SMM helps you think about the need for a product or service. SMM works with potential customers who may be interested in the product [3].

3. Search engine optimization (SEO).

Since Google and Yandex are the most popular search engines, companies can begin to get acquainted with consumers using them. A consumer is looking for a product or service, and a company can research keywords that are important for search, ensure their presence in the content of its site, and also use paid promotions so that when searching for their site, their site is on top and immediately visible to customers. SEO allows you to attract new customers and retain existing ones [4].

4. Content marketing.

Creating content that is interesting for potential customers. That is, the content that the client is looking for in search engines, reads on different resources, platforms, wants to receive in exchange for his personal information. Through familiarity with a certain topic, the study of various aspects is the way to identify new needs and purchase relevant products [5].

5. Paid promotion (advertising).

A paid channel that allows you to increase brand awareness, attract new users using contextual or target parameters, as well as set up product promotion through the company's websites or applications.

6. Influencers marketing.

And nowadays people have become less trusting of information sources, especially the media. Today, people are interested in the opinion of others and before buying a product, they will consult with a friend or family.

A special niche in this channel was occupied by bloggers who managed to gain the trust of their audience. By sharing interesting content, bloggers are able to promote goods or services with one word.

"The communities gathered by bloggers are of interest to companies because they are a huge resource for creating a recommended field and expanding the audience of buyers" [1]. It doesn't have to be bloggers with a multi-million audience. Practice shows that bloggers with several thousand interested loyal subscribers can make a big profit.

7. Online PR.

Online events have become part of the brand promotion and will only develop in the future. Tools for managing reviews and resolving conflicts with customers now play an important role.

The way firms cope with the emerging negativity has a great influence on public opinion, respectively, on the desire of buyers to purchase something from this company. The task of online PR is to monitor the feedback that arises and competently enter into a dialogue to eliminate misunderstandings [1].

8. Mobile application.

This is a special level of interaction between companies and their customers. Not all people are ready to install a mobile app on their phones just to get a small discount and a huge pile of advertising.

But if the client has installed the application, then contact with him becomes almost permanent. For the company, this is an opportunity to confidently communicate with the client, strengthen relationships.

9. Optimization of the conversion rate (CRO).

Its task is to force the user who is on the site to perform an action.

The program, which is used in digital marketing, works at different stages of interaction with users. From the first contact to the return to the site, she remembers everything. This suggests that the consumer's path to purchase is long and needs to be accompanied.

To enhance marketing campaigns, companies use modern technological means. These include:

1. Chatbots. They help to build a dialogue with the client in automatic mode. The main thing is that this is done to reduce the waiting time of users when contacting the support service. Then the contact center operators will be able to redirect their efforts to solving complex client requests [2].

2. Voice search. This is a convenient communication interface that allows consumers to spend less time searching for any information. At the same time, it allows you not to be distracted from business and simultaneously engage in purchases.

3. Predictive analysis. It is an analytical tool that helps predict customer behavior in the future. For the company, this is an opportunity to facilitate the customer's purchasing activities.

4. Augmented and virtual reality. These technologies help in digital marketing to illustrate future purchases and place them in the environment and conditions for consumers or, conversely, immerse them in a new world by taking control.

Digital marketing has gained a huge influence these days. No company can do without it. If earlier advertising was based on assumptions that the consumer would like, today whole studies are being conducted on this issue, in which the main role is played by actions confirmed by data. Today, digital marketing is a science based on facts. So, digital marketing is a way for businesses to interact with their customers through their personal devices. Of course, the main purpose of digital communications is consumer spending on the goods and services provided by the company.

Thus, the main principle of digital marketing is not so much associated with the use of online communications for contact with a client, but with the method of weaving the context of a person's behavior into individual interaction with him. The data obtained by the company and the choice of a favorable time for interaction with the consumer increases the likelihood of the desired response from his side and, accordingly, the purchase made by him in the end result. The emergence and development of digital marketing is directly related to the desire of a business to reach its target audience. And not just make contact, but make it effective. In this sense, the digital type of promotion is no different from the traditional marketing approach. It's just that a new technology for interacting with consumers replaces an outdated one that is no longer able to give business the expected result.

References

1. Что такое диджитал-маркетинг? Про основы, принципы и технологии [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/news/452686021.html>. – Дата доступа: 18.03.2021

2. Что такое digital-маркетинг: основные инструменты, каналы и метрики [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.carrotquest.io/blog/digital-marketing/>. – Дата доступа: 11.10.2021

3. Что такое SMM и как он поможет продвижению бизнеса в соцсетях [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-smm-i-kak-on-pomozhet-prodvizheniyu-biznesa-v-sotssetyah/>. – Дата доступа: 04.12.2018

4. Что такое цифровой маркетинг и какова его важность для интернет бизнеса [Электронный документ]. – Режим доступа: https://infinitymoneyonline.com/zifrovoi_marketing/. – Дата доступа: 06.02.2020

5. Про контент-маркетинг простыми словами [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/pro-kontent-marketing-prostymi-slovami/>. – Дата доступа: 28.12.2018

УДК 81.367.628

ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛЕКСИКЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Корженевич Юлия Вячеславовна

Полесский государственный университет

Korzhenovich Yuliya, Polessky State University, korzhenevich.u@polessu.by

Аннотация. Статья посвящена проблемам обучения профессиональной лексике английского языка. В данной статье рассматриваются приемы и методы работы по обогащению словарного запаса студентов лингвистических специальностей. Особое внимание уделяется работе с видеоматериалами, направленной на развитие у учащихся навыков восприятия иноязычной речи на слух.

Ключевые слова: профессиональная лексика, лингвистический профиль, внешнеэкономическая деятельность, восприятие речи на слух.

Проблемы межкультурной коммуникации и взаимопонимания между носителями различных языков на протяжении многих лет вызывают острый интерес как у лингвистов, методистов, преподавателей, так и у представителей других профессий, непосредственно связанных с экономикой и бизнесом. Такая заинтересованность объясняется тем фактом, что, выходя на глобальный уровень, компаниям необходимо установить деловые контакты и достигнуть максимального уровня взаимопонимания с зарубежными партнерами, от чего напрямую будет зависеть их успех и дальнейшие перспективы развития.

В связи с этим особую актуальность приобретает подготовка специалистов лингвистического профиля в сфере внешнеэкономической деятельности, способных осуществлять межкультурное иноязычное общение на должном профессиональном уровне.

Одной из ключевых дисциплин в системе подготовки специалистов по направлению "Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономическая деятельность)" является дисциплина "Первый иностранный язык. Профессиональная лексика (экономическая деятельность)".

Следует отметить, что проектирование курса английского языка для специальных целей – сложный процесс, поскольку такой курс нацелен на удовлетворение потребностей студентов не просто определенного профиля, а зачастую весьма уз-

кой специализации [3, с. 19]. Еще одна сложность изучения профессиональной лексики обусловлена наличием огромного количества терминов, которыми студенты-лингвисты должны овладеть при изучении данной дисциплины.

Ряд исследований, проведенных в области образования показал, что при обучении профессионально ориентированному иностранному языку учащиеся нуждаются в особых условиях и в разнообразии видов учебной деятельности, методов и приемов обучения, направленных на формирование профессиональных умений [1, с.256]. При обучении иностранному языку необходимо уделять равное внимание развитию как продуктивных (говорение и письмо), так и рецептивных (чтение и восприятие речи на слух) навыков.

В представленной статье будут рассмотрены приемы работы, позволяющие более эффективно осуществлять языковую подготовку переводчиков-референтов при обучении их профессионально-ориентированному иностранному языку.

Как уже отмечалось ранее, на занятиях по иностранному языку необходимо обращаться к разнообразным методам и приемам обучения, в то же время комбинируя различные виды деятельности. Так, при изучении дисциплины "Первый иностранный язык. Профессиональная лексика (экономическая деятельность)" на занятиях активно используется разработанное автором электронное учебно-методическое пособие 'Watch, Listen and Understand' [2].

Основной целью данного практикума является развитие навыков восприятия на слух профессионально-ориентированной речи, а также развитие лексических навыков по экономической тематике, предусмотренной учебной программой по дисциплине.

Практикум предназначен как для аудиторной, так и для самостоятельной работы студентов с целью активизации лексических навыков и навыков восприятия на слух профессионально-ориентированной речи. В данный практикум включены материалы по следующим лексическим темам: «Экономика», «Экономический цикл», «Компания. Структура компаний», «Менеджмент», «Деньги», «Маркетинг», «Продукты и производство» [2].

Особенностью данного практикума является использование видеоматериалов, на основе которых и разработаны практические задания.

Так, при изучении темы "Экономика" студенты сталкиваются с понятием "Экономика замкнутого цикла". Перед тем, как приступить к просмотру видео по данной теме, учащимся предлагается ответить на несколько вопросов и поработать с активной лексикой.

WHAT IS CIRCULAR ECONOMY?

Before you watch the video:

Task 1. Answer the questions.

1. Have you ever heard of "circular economy"? If yes, can you give any examples of it?
2. What is the opposite model of "circular economy"?

Task 2. Consult the dictionary and translate the following words and word combinations from the video.

circular economy

linear economy
GDP
bulb
to recycle
to maintain ownership
to pay a fee
to lease
energy-efficient
service providers
retailer
supply chains
consumption
to be burden
to generate value
refurbishing
finite
infinite [2, с. 4].

Watch the video “What Is Circular Economy?” and be ready to do the following tasks.

<https://www.youtube.com/watch?v=0Spwj8DkM> [4].

После просмотра видео студенты выполняют задания, направленные на детальное понимание услышанного текста.

Task 1. What are the models of these economies?

Circular economy – model = >>

Linear economy – model = > >

Task 2. Fill in the missing prepositions.

1. to dispose ... light bulbs;
2. to buy materials the lowest cost;
3. to sign a lease ... the service;
4. to get ... board ... the circular economy;
5. to include everything ... production ... consumption;
6. to increase GDP ... 20% ... 2030;
7. to generate value ... products;
8. to be returned ... reuse, recycling or refurbishing;
9. transitioning ... a fully efficient reuse and recycling system ... Europe;
10. to go ... an idea ... reality ... everyone.

Task 3. Answer the questions.

1. What is the linear economy?
2. How does the linear economy treat materials and resources?
3. In what way does the circular economy differ from the linear one?
4. What does the company do in the circular economy?
5. What companies mentioned in the video are involved or at least try to get involved into the circular economy?
6. Describe the strategy of H&M to become 100% circular.

7. Is the circular economy beneficial? Does it have any disadvantages?
8. Why does moving from the linear economy to the circular economy bring costs?

Task 4. Fill in the missing words.

1. Once the light bulb burns out I usually ... of it.
2. The circular economy treats materials like they are
3. Instead of buying bulbs some offices its light from other companies.
4. Phillips produces ... light bulbs.
5. H&M is one of the world's largest clothing
6. The company collects old garments in its stores and ... them.
7. A shift toward the circular economy can increase
8. Companies need to redesign their and in order for them to be used again and again [2, с.5].

Таким образом, современные образовательные технологии позволяют преподавателю разнообразить работу над изучением профессиональной лексики и повысить интерес студентов к данной дисциплине. Использование на занятиях представленного электронного пособия способствует обогащению словарного запаса учащихся и развитию навыков восприятия иноязычной речи на слух, что является крайне важным при подготовке высоко квалифицированных специалистов лингвистического профиля.

Список использованных источников

1. Корженевич, Ю.В. Использование инновационных компьютерных технологий при обучении студентов профессионально ориентированному иностранному языку // Межкультурная коммуникация и профессионально-ориентированное обучение иностранным языкам: материалы VII международной научной конференции, Минск, 30 октября 2013 г. / ФМО БГУ. – Минск, 2013. – С. 256-257.
2. Корженевич, Ю.В. “Watch, Listen and Understand” Part 1 = «Смотрите, слушайте и понимайте» Часть 1 : практикум по дисциплине «Первый иностранный язык. Профессиональная лексика (экономическая деятельность)» для студентов специальности 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям) / Ю.В. Корженевич. – Пинск :ПолесГУ, 2020. – 21 с.
3. Поляков, О.Г. Английский язык для специальных целей: теория и практика: уч. Пос. – 2-е изд., стереотип. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2003. – 188 с.
4. What Is Circular Economy? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=__0Spwj8DkM. – Дата доступа : 20.09.2019

УДК 81-13

PECULIARITIES OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE WITH PROFESSIONAL ORIENTATION OF STUDENTS OF ECONOMIC SPECIALTIES

Korolchuk Lesya, Phd, Associate Professor

Lutsk National Technical University, korolchuck@i.ua

Корольчук Леся Валерьевна, к.э.н., доцент
Луцкий национальный технический университет

Abstract. The article substantiates the application of the competence approach in teaching a foreign language with professional orientation of students; modern interactive teaching methods are analyzed, which would allow to provide all the planned learning outcomes in the economic profile.

Keywords: teaching with professional orientation, competency approach, educational competencies, interactive teaching methods, communicative competencies, linguistic knowledge.

Modern globalized society requires competitive professionals who are able to communicate in a professional foreign language in their specialty. Knowledge of a foreign language provides an increase in the level of professional competence of a specialist, including in the economic, banking and financial spheres. The problem of teaching a professional foreign language is one of the most pressing, because such students face the problem of mastering both foreign language communicative competence and professional competence in a particular specialty. Researchers of the problems of teaching a foreign language in non-language higher education institutions note that it should be borne in mind that teaching English with professional orientation is not limited to learning the language for special purposes. The specifics of the learning process involves the integration of English with professional disciplines for students to acquire additional professional knowledge and the formation of professionally significant qualities of the student's personality in the English language course.

That is why modern methods of teaching with professional orientation foreign language have become more urgent today than ever. One of the directions of modernization of modern higher education is the introduction of a competency approach to the educational paradigm, aimed at providing students not only with theoretical knowledge, but also to form in them the experience of carrying out certain activities to solve practical problems [1].

Teaching foreign language with professional orientation means learning that focuses on the needs of students, on the features of the future profession, specialty. This approach combines the processes of mastering English with professional orientation with the development of personal qualities of students, knowledge of the culture of the country of the language being studied and the acquisition of special skills based on professional and linguistic knowledge.

In modern methods of teaching English the main emphasis is on the formation of communicative competence. Thus, the communicative competence of an economist can be defined as the ability to solve complex specialized problems and practical problems in economics, as well as in the learning process, which involves the application of new theories and methods in conducting comprehensive research of world economic relations. In turn, students of financial and banking profile must master the ability to solve complex specialized problems and practical problems in the course of professional ac-

tivity in the field of finance, banking and insurance or in the learning process, which involves the use of certain methods and provisions of financial science and uncertainty conditions and the need to take into account a set of requirements for professional and educational activities.

The most significant problem of modern methods of teaching foreign languages is the orientation of the educational process on the active creative mental work of students in the context of the development of their analytical and constructive skills. The formation of the future specialist of legal profile in the modern educational space involves the development and further improvement of such types of his readiness as motivational, informational and operational, that is the graduate must be ready for practical activities, for socially demanded realization of his professional, intellectual and creative potential.

Components of communicative competence are cultural and sociolinguistic competences, which are of great importance for professionals in the field of economics. Socio-cultural competence includes knowledge of the cultural characteristics of native speakers, their customs, traditions, norms of behavior and etiquette, as well as the ability to understand and adequately use them in the process of communication, while remaining a native of another culture. The formation of culturological and sociolinguistic competence involves the integration of the individual in the system of world and national cultures. These competencies can be formed only in the process of using interactive learning technologies aimed primarily at qualitative changes in the education system, which will result in cadets mastering professional and communicative competence and their ability to participate proactively and creatively in communication on the subject [1].

Thus, the goal of any professional education is to achieve a high level of professional competence of the future specialist, which will allow him to use English in his professional activity at the level of international standards. But, for the effective realization of this goal, it is necessary to have adequate training in higher education.

The formation of professional competence of the applicant for higher education at the present stage of development of higher education is impossible without integration into the general system of language education. The main tool for achieving the goal of vocational training is the content, which provides a combination of general and professional components. The general component is designed to provide general education, and professional - directly focused on practical professional activities. The content of education is determined on the basis of activity-oriented, competence, pluralinguistic and intercultural approaches.

Activity-oriented approach in vocational education allows to identify the social context, namely - the field of activity, specifies the types of speech tasks and identifies the types of speech activities necessary for successful professional activity of the future specialist, as well as determines a certain level of language acquisition. At the same time, this approach ensures the formation of students' general and communicative speech competencies of a professional nature. According to the pluralinguistic approach, knowledge of languages and their subsequent mastery of a person are considered as his linguistic experience, within which all language knowledge and abilities are interconnected and interact. The intercultural approach involves educating students in tolerance, promoting understanding, establishing cooperation and providing opportunities for mobility in Europe and the world.

Activity-oriented, competence, pluralinguistic and intercultural approaches direct the content of teaching English with professional orientation in the plane of complex for-

mation of general and communicative speech competencies, development of a holistic personality that is able to function in life and professional activity in a multilingual environment.

Competent selection of the content of teaching foreign language communication and taking into account the professional specifics, features of the subject area of functioning of the language of the specialty are factors that contribute to the effective organization of the educational process. Focusing on the real interests and needs of students and taking into account the requirements for future professional activities, are specific to the content of teaching professionally-oriented communication in English in higher education.

The biggest problems of teachers that arise in professionally oriented English language teaching are the ability to teach students not only to know economic terminology in English, but also to apply it in practice and know the language at such a level as to master the specialty. The difficulty lies in the fact that teachers need knowledge of the specifics of the specialist in the economic field. One way to solve this problem, according to scientists, is a “pedagogical tandem” of two teachers, one of whom is a specialist in teaching English and the other is a professional in economics.

An advanced method of learning English is the actual use of the Internet as an information base. The Internet is a source of modern authentic materials, educational sites, method of projects. As a result, traditional forms of learning are changing. A great advantage of interactive communication technologies in vocational training of English students is the ability to obtain the necessary information in a few hours. It should also be considered positive that the global network allows the educational environment to provide a constant mode of access to information by both the teacher and the student, which corresponds to the continuity of the educational process. Most professional-oriented texts are taken from the Internet, which allows you to quickly master live vocabulary and improve communication skills [2].

Innovative technologies include the use of interactive teaching methods, such as facilitation virtual board (especially relevant for online learning), as well as a case method or a method of solving situational problems, which involves modeling, game methods, discussion, which perform certain functions. From the point of view of a number of scientists the pedagogical potential of the case method is much higher than that of traditional teaching methods. The teacher and the student constantly interact, choosing forms of behavior, facing each other, motivating their actions and arguing them with moral norms. As an interactive method of learning, the case method forms students' interest and positive motivation, ensuring their emotional involvement in the learning process, contributing to their professionalization. The case method, compared to, for example, the method of solving professional problems, provides more opportunities for students to form a professional position, as it provides a higher level of analysis of professional situations, developing skills of independent choice not only solutions but also means of solving problems.

Along with the professional-oriented method of teaching, it is important that the modern practice of teaching foreign languages effectively uses a personality-oriented approach. The need for such an approach is due to the fact that any group that begins or continues to study English, includes students with different ability to master a foreign language, with different intellectual abilities, with different motivation to learn the language.

References

1. Gryshkova R. Metodyka navchannja anglijskoi movy za profesijnym sprjamuvannjam studentiv nefilologichnyh specialnostej: [navchalnyi posibnyk]. Mykolajiv : v-tvo ChDU im. Petra Mogyly, 2015. 220 p. [in Ukrainian].
2. Tarnopolskyi O. Aspektnyi pidhid do navchannja anglijskoi movy dlja specialnyh cilej u nemovnyh VNZ. Bulletin of KhNU named after V.N. Karazin. 2011. Vol. 18. P. 231-239. [in Ukrainian].

УДК 37

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ У ОБУЧАЮЩИХСЯ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ УМЕНИЙ ПРЕОДОЛЕНИЯ ГРАММАТИЧЕСКОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ

Лазарева Екатерина Николаевна, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Ekaterina Lazareva, teacher, Belarusian National Technical University,

kate_lazareva@bntu.by

Аннотация. В статье описываются пути элиминирования грамматической интерференции с опорой на когнитивный подход, учитывая компоненты грамматической компетенции и уровни грамматического концепта. Также описывается проверка сформированности иноязычных грамматических навыков.

Ключевые слова: грамматическая интерференция, когнитивный подход, лингвокультурологические особенности, грамматический концепт, грамматическая компетенция, грамматические навыки.

В настоящее время первостепенная цель обучения иностранному языку в учреждениях высшего образования достигается в процессе формирования у обучающихся коммуникативной компетенции, включая грамматическую субкомпетенцию, которая является неотъемлемым компонентом всех видов речевой деятельности.

С учетом цели развития у обучающихся умений преодоления отрицательного влияния родного языка на изучаемый в грамматической компетенции выделяют следующие *компоненты*: 1) когнитивный: знания о грамматическом строе языка; 2) операционно-деятельностный: осознанное использование обучающимися грамматических средств иностранного языка для решения коммуникативных задач; 3) регулятивный: умения преодоления грамматической интерференции, умения взаимодействия учащихся в парах и группах; опыт межкультурной коммуникации, владение спецификой употребления грамматических явлений в определенном социокультурном контексте [1, с.73-74].

Моделирование речевого поведения происходит с опорой на грамматический концепт позволяет выделить условную зону интерференционного взаимодействия родного и иностранного языков. Это позволяет увидеть, что не все ситуации расхождения между языками ведут к интерференции, более того, кажущиеся сходства могут стать причиной возникновения устойчивых зон максимальной интерференции родного языка.

Оценку эффективности разработанной методики развития у обучающихся неязыковых вузов преодоления грамматической интерференции на основе когни-

тивного подхода следует проводить посредством анализа изменения показателей грамматической интерференции.

Опытная проверка имеет своей целью выявить уровень грамматической интерференции у обучающихся, а также определить эффективность разработанного комплекса заданий для развития умений преодоления грамматической интерференции на основе когнитивного подхода.

Вслед за О.А. Соловьевой стоит выделить семантический, коммуникативный и морфолого-синтаксический уровни грамматического концепта, которые репрезентируют семантические, функциональные и морфологические характеристики грамматических явлений [2, с.312].

Вслед за О.А. Соловьевой мы выделяем семантический, коммуникативный и морфолого-синтаксический уровни грамматического концепта, которые репрезентируют семантические, функциональные и морфологические характеристики грамматических явлений [2, с.312]. Ядро *семантического уровня* грамматического концепта составляют пропозиции, вокруг которых формируется концепт.

Морфолого-синтаксический уровень грамматического концепта предполагает оформление высказываний языковыми средствами.

Коммуникативный уровень грамматического концепта представлен иллокутивными функциями: совет, обещание, приказ, предупреждение и т.д.

Само обучение предполагает реализацию комплекса заданий, которые соотносятся с семантическим, морфолого-синтаксическим и коммуникативным уровнями грамматического концепта и направлены на формирование грамматической компетенции и преодоление грамматической интерференции.

Учитывая параметры, по которым характеризуется сформированность иноязычных грамматических навыков, а также особенности этапа их формирования, в качестве основных критериев сформированности указанных навыков стоит выбрать следующие: *осознания* лингвокультурологических особенностей грамматических явлений, *точности выбора* грамматического явления и *адекватности* грамматического высказывания.

1. *Критерий осознания* лингвокультурологических особенностей грамматических явлений основывается на том, что этап развития умений преодоления грамматической интерференции невозможно осуществлять без дифференциации лингвокультурологических особенностей в английском языке. Определение численного значения данного критерия осуществлялось с помощью коэффициента осознания лингвокультурологических особенностей грамматических явлений (*Кос*), который соотносится с когнитивным компонентом грамматической компетенции и вычисляется по формуле:

$$K_{осзн} = \frac{С}{N}$$

Где С – это количество правильно выбранных предложений, а N – это общее количество предложений в задании.

2. *Критерий точности выбора* формы грамматической структуры основывается на том, что этап развития умений преодоления грамматической интерференции невозможно осуществлять без сформированного навыка образования финитивных форм глагола. Определение числового значения данного критерия осуществляется с помощью коэффициента точности выбора (*Квыб*), который соотносится с операционно-деятельностным компонентом грамматической компетенции и направлен на определение степени сформиро-

ванности речевых грамматических навыков учащихся и вычисляется по формуле:

$$K_{\text{выб}} = \frac{R}{N}$$

Где К – то количество верно выполненных заданий, а N – общее количество предложений в задании.

3. Для выявления сформированности регулятивного компонента иноязычной грамматической компетенции предлагается использовать коэффициент адекватности грамматического высказывания, который основывается на том, что при выборе грамматического явления учащиеся опираются на свою когнитивную базу и применяют умения дифференцировать лингвокультурологические особенности. Коэффициент адекватности ($K_{ад}$) грамматического высказывания определялся по следующим показателям: а) высказывание полностью соответствует поставленной задаче; учащиеся корректно соотносят лингвокультурологические особенности грамматических явлений и культуросообразно формируют высказывания на английском языке; практически не допускают ошибок в морфолого-синтаксическом оформлении – *1 балл*;

б) высказывание в основном соответствует поставленной коммуникативной задаче, однако учащиеся допускают незначительные ошибки в морфолого-синтаксическом оформлении – *0.75 балла*;

в) высказывание частично соответствует поставленной задаче; обучающиеся в 50% случаев учитывают лингвокультурологические особенности; обучающиеся допускают ошибки в морфолого-синтаксическом оформлении предложения – *0,5 балла*;

г) высказывание не соответствует поставленной коммуникативной задаче; обучающиеся не учитывают лингвокультурологические особенности английского языка; объем письменного высказывания минимальный. Учащиеся делают значительные грамматические ошибки в оформлении высказывания – *0 баллов*.

В процессе реализации данной методики происходит формирование грамматических навыков и развития умений преодоления иноязычной грамматической интерференции, которые входят в регулятивный компонент иноязычной грамматической компетенции, т.к. они регулируют знания и действия учащихся, которые соотносятся с когнитивным, операционно-деятельностным компонентом грамматической компетенции. Когда обучающиеся овладевают умениями преодоления грамматической интерференцией на всех уровнях грамматического концепта, они уточняют свои знания и совершенствуют свои навыки с учетом лингвокультурологических особенностей грамматических явлений. Развивая у обучающихся умения преодоления грамматической интерференции, мы помогаем учащимся осознать лингвокультурологические особенности грамматических явлений; правильно употреблять грамматические явления с учетом лингвокультурологических особенностей.

В процессе пробного обучения осуществлялось параллельное формирование и совершенствование грамматических навыков (которые входят в операционно-деятельностный компонент грамматической компетенции) и умений преодоления грамматической интерференции с учетом лингвокультурологических особенностей грамматических явлений на семантическом, морфолого-синтаксическом и коммуникативном уровнях грамматического концепта.

Следует отметить, что в ходе внедрения данной методики в процесс обучения

учащиеся больше интересуются лингвокультурологическими особенностями и культурой изучаемого языка в целом. Учащиеся проявляют высокую мотивацию при проведении анализа грамматических явлений в родном и иностранном языках.

В процессе развития у обучающихся умений преодоления грамматической интерференции следует опираться на принципы когнитивного подхода: сравнительно-сопоставительного анализа изучаемых языков; опоры на родной язык в ходе овладения иностранным языком; учета проблемности и коммуникативной направленности; функциональности. Принцип сравнительно-сопоставительного изучения языков подразумевает развитие умений различать разные подходы инофонов к реальности. Принцип проблемности и коммуникативной направленности в освоении грамматического материала подразумевает учет грамматических трудностей изучаемого языка в процессе обучения межкультурному общению, а также реализацию умений идентифицировать в различных контекстах общения лингвокультурологические особенности грамматических явлений. Принцип функциональности помогает обучающимся овладеть функциями употребления грамматических явлений в иностранном языке и обогатить коммуникативный уровень грамматической компетенции новыми смыслами.

Соблюдение указанных принципов позволит свести к минимуму грамматическую интерференцию в речевой деятельности обучающихся неязыковых вузов и сформировать у них культуросообразные грамматические концепты.

Развитие умений преодоления грамматической интерференции способствует корректному формированию грамматических концептов на семантическом, морфолого-синтаксическом и коммуникативном уровнях грамматического концепта. Критериями, определившими эффективность разработанной методики являются: критерий осознания лингвокультурологических особенностей грамматического явления, выбора морфолого-синтаксической формы и адекватности оформления высказывания.

Список использованных источников

1. Попова, З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И.А. Стернин. Воронеж : Истоки, 2001. – 225 с.
2. Соловьева, О.А. Когнитивные аспекты обучения иноязычной грамматике: ментальный опыт учащихся / О.А. Соловьева // Вестн. Пятигорск. гос. лингв. ун-та.– 2010. –№ 2. – С. 310–316.

УДК 004:316.6

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПА ПРЕЕМСТВЕННОСТИ В ОБУЧЕНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Лоцицкая Инна Михайловна, преподаватель

Полесский государственный университет

Lozitskaya Inna, Polesky State University, inna.lozitzkaya@yandex.ru

Аннотация. В исследовании рассмотрена проблематика реализации принципа преемственности в организации и осуществлении обучения студентов учреждений высшего образования в Республике Беларусь в условиях цифровизации общества. Автором рассмотрены психолого-педагогические аспекты процессной со-

ставляющей практики обучения с учетом специфики качественных модернизационных изменений, происходящих в образовательном пространстве современного общества.

Ключевые слова: обучение, принцип преемственности в дидактике, высшее образование, цифровизация, информационно-коммуникационные технологии, информационная компетентность.

Внимание белорусских исследователей к проблеме реализации принципа преемственности в обучении между общим средним и высшим образованием обусловлено решительными изменениями, происходящими в современном обществе и теми модернизационными процессами, которые охватывают образование как социальный институт [1–9]. Обозначившееся противоречие между ориентированным на перспективы эпохи цифровизации запросом социума и государства на личность специалиста будущего и отстающей в темпах и качестве развития системой обучения и воспитания создателей нарождающегося общества технологий актуализирует ориентацию научного педагогического исследования на формулирование решений, способствующих качественному изменению ситуации в образовательной сфере. Возникающие вызовы современности выдвигают на передний план проблему теоретико-методологического обоснования и научно-методического обеспечения инновационных подходов в образовании, основами которых является: высокомотивированная активная деятельность субъектов педагогического взаимодействия; междисциплинарность и практикоориентированность в содержании образования, его направленность на формирование и развитие в структуре личности творческого начала; использование в формировании и развитии универсальных компетенций технологического и дидактического потенциала новейших средств обучения в условиях специально организуемой образовательной среды [6, с. 84].

Влияние реальностей цифровой эпохи с ее феноменом больших данных, интерактивностью и геймификацией сказывается на экономике и здравоохранении, науке и системе образования, строительстве и сфере жилищно-коммунального хозяйства. Родители умиляются, когда годовалый ребенок, еще не умея толком говорить и коммуницировать, ловко ориентируется в меню родительского гаджета, используя символы иконок звука, игр, фото. Если понаблюдать за тем, как современные студенты готовятся к учебным занятиям, то станет понятным вывод о том, что они находятся одновременно в нескольких коммуникационных средах используя различные информационные потоки и источники (музыка в ушах с айпада, чат в одной из сетей и переписка в одном из мессенджеров с одноклассниками, скачивание учебной информации с тематических сайтов и файлообменников, конструирование презентации онлайн, вариативно – отправление или принятие SMS-сообщений, обмен файлами в сети, общение в Skype и т.д.). Технологизированное поколение молодежи, называемое рядом исследователей «поколением Z», изучает компьютерную грамотность наравне с письменной или еще ранее в отличие от поколения родителей, которые осваивают или освоили информационные компетенции не будучи «рожденными цифровыми». В подобной ситуации формируется «цифровой разрыв», в условиях которого «поколение Z» формируется и развивается на уровне бытия, сопереживания и самовыражения. Подростки привыкли коммуницировать с помощью Snapchat и Instagram Stories, посылая короткие видео, фотографии, словечки, восклицания, пиктограммы как быстро воспро-

изводимые эмоции. При этом понимание бытия в сети и с сетью может выводить суждение о чрезмерном увлечении или новом образе жизни, а само цифровое бытование может нести в себе угрозу формирования и развития компьютерной зависимости, интернет-зависимости. И это еще одна проблема, обозначаемая современной психолого-педагогической наукой [1, с. 46].

Осуществляемое на фоне новой бытийно-психологической реальности мощное возрастание предлагаемой к усвоению учебной информации, а также значительное увеличение объемов самой учебной деятельности требуют от студентов-первокурсников актуализации таких знаниево-деятельностных приращений и опыта, которые позволяли бы им эффективно действовать в условиях образовательной среды учреждения высшего образования. Зачастую не хватает навыков самостоятельной работы с источниками информации, умений выделять главное и второстепенное, оценивать ценность получаемой учебной информации и ее истинность через интерпретацию различных информационных источников. Выпускники школы чаще всего не обучены конспектированию учебной литературы и лекций, не умеют работать с научными и справочно-энциклопедическими изданиями. В своей совокупности данные проблемные моменты обуславливают медленное приспособление студентов-первокурсников к новому учебному режиму, к лекционно-семинарской системе преподавания дисциплин. Как следствие – низкий уровень выполнения текущих учебных заданий, неудачи экзаменационных сессий. За этим логично следуют рост недовольства студентов отличающимися от ожидаемых результатами учебной деятельности, разочарование в своих способностях и осуществляемом профессиональном выборе. Отсутствие или недостаточная уровневая развитость универсальных учебных компетенций приводит к нарастанию психологической напряженности при выполнении требований, предъявляемых в условиях организации процесса учебно-познавательной деятельности в учреждении высшего образования (УВО). Острота проблемы обуславливает необходимость поиска такого эффективного методического инструментария, встраиваемого в процесс обучения, который позволил бы в условиях существования многообразия подходов в определении путей обеспечения образовательного процесса, не снижая системных требований, продуктивно осуществлять организацию педагогического и технологического взаимодействия его субъектов – студентов и преподавателей на первой ступени высшего образования. Учет факторов, определяющих как организацию, так и осуществление данного процесса, важен для четкого понимания сущности информационно-образовательной среды современного УВО в условиях трансформации институциональных моделей Университета 3.0 и 4.0 [2; 7] и при четком понимании причин, обуславливаемых такой «живучести» в педагогической практике проблемы преемственности. Она остается неразрешенной, на наш взгляд, в силу следующих причин:

- рассогласование в содержании, методах и средствах обучения в общеобразовательной школе и УВО;
- отсутствие у учителей школ и преподавателей УВО единых подходов в проектировании процесса обучения и изучении характера и способов учебной деятельности школьников и студентов;
- неподготовленность выпускников школ к новым видам учебной деятельности и низкий уровень сформированности важнейших универсальных учебных компетенций;

– недостаточная информационная компетентность учителей школ в организации обучения на информационно-коммуникационной технологической основе средствами ИКТ в условиях информатизации образования и цифровизации сфер жизни социума.

В условиях цифровизации интеграция информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в образовательный процесс не только меняет само существо деятельности его субъектов, но и оказывает как прямое, так и косвенное воздействие на личность человека, которое в своем следствии может иметь достаточно противоречивый характер. Инновационные технологии и высокотехнологичные решения, обеспечивая доступность и легкость получения разнообразной информации, освобождают пользователя от рутинных операций, создают условия для реализации креативности и творчества. В результате утрачиваются не только многие умения и навыки, но и формы деятельности. Следует обратить внимание и на сужение в рамках применяемых ИКТ возможности живого диалогического общения между субъектами педагогического взаимодействия. Уменьшение роли речи как средства объективизации мышления человека, а также и доли практических действий по формированию и формулированию мысли на профессиональном языке неизбежно ведет к проблеме формирования коммуникационной компетентности как старшеклассников, так и студентов. В этой связи хотелось бы отметить смещение дидактической роли педагога в область направления усилий учащихся на осмысление учебно-познавательного процесса и обоснование его результатов в ходе осуществляемой учебной деятельности. Будет ли это полноценная деятельность с освоением предметно-практической основы и обобщенного смысла, дающая новые представления о картине мира, или обучаемый только запомнит некую последовательность элементарных операций, по выражению В.П. Зинченко, «кнопочно-клавишных движений» – все это впоследствии будет сказываться в других сферах его деятельности [3, с. 205].

Одним из условий разрешения отмеченной проблемы формирования «кнопочной психологии» и клипового мышления выступает не противопоставление компьютера и личности (компьютера и преподавателя, компьютера и студента), а эффективное использование тех особенностей и потенциала ИКТ, которые дополняют возможности преподавателя и учащегося, обогащают субъект-субъектные взаимодействия участников целостного педагогического процесса. Уже на уровне дошкольного и школьного образования инструментарий и потенциал инновационных средств обучения и высокотехнологичные технические решения могут использоваться с целью преодоления проблем, связанных с издержками процессов цифровизации.

Преемственность обучения в системе «школа – учреждение высшего образования» должна обеспечивать формирование студента как субъекта педагогического взаимодействия и осуществляться через следующие проявления:

- дальнейшее развитие у студентов всего положительного, что заложено на предыдущих ступенях воспитания и обучения;
- обеспечение системности знаний и дальнейшее развитие содержания, форм и методов обучения;
- опережающее воспитание и обучение студентов, предполагающее их развитие и участие в целостном педагогическом процессе в качестве субъектов учебной деятельности;

– опережающее использование современного содержания, активных методов и форм обучения, способствующих совершенствованию личности студентов [1, с. 47].

По мнению А.П. Сманцера, «важно, чтобы уровень подготовки выпускников средней школы соответствовал требованиям, которые предъявляются различными вузами, современным производством к человеку, т. е. необходимо, чтобы тезаурус выпускника средней школы согласовывался с тезаурусом предстоящей учебы или работы. Действительная преемственность в обучении должна обеспечивать развитие каждого школьника и студента, исходя из их способностей, интересов, давать учащимся возможность переходить с одной ступени обучения на другую по мере достижения тезауруса следующей ступени обучения» [8, с. 14].

С учетом полноты всего комплекса психолого-педагогических аспектов в системе организации учебно-познавательной деятельности чрезвычайно важной представляется реализация признаков процессуальной преемственности через взаимосвязь форм, методов и средств обучения, последовательное применение таких педагогических технологий, которые обеспечивали бы школьникам и студентам развитие своих творческих способностей в многообразии личностных приращений. При этом развитию преемственности в подготовке студентов-первокурсников должно способствовать выполнение ряда педагогических условий эффективного взаимодействия школы и УВО, к которым мы отнесем:

– знание учителями школ и преподавателями учреждений высшего образования социально-психологических особенностей учащихся, владение формами и методами обучения в общеобразовательной и высшей профессиональной школе;

– овладение учащимися способами самообразования и самоконтроля, а также иными способами и методами учебно-познавательной деятельности, применяемыми в системе ее организации в УВО;

– применение в практике обучения в школе лекционно-семинарских форм проведения учебных занятий, проектной деятельности, проблемно-поискового и исследовательского подходов;

– объективность оценивания результатов учебной деятельности учащихся на всех этапах осуществления контроля;

– формирование и развитие информационной компетентности участников педагогического взаимодействия.

Практика обучения показывает, что у студентов, обладающих навыками критического мышления, с высоким уровнем сформированности информационной компетентности и осознающих все многообразие и сложность действий, скрытых за внешней доступностью ИКТ, значительно усиливаются требования к точности формулировок, логичности и последовательности изложения мысли, развивается потребность в прогнозировании результата, повышается психологическая мобильность и острота реакции. Это обусловлено и тем, что использование высокотехнологичных средств ИКТ осуществляется в ходе строгого и ограниченного по форме диалога, предъявляющего жесткие требования к соблюдению его правил и обеспечивающего оперативную реакцию соответствующей программы. Противостояние клиповому мышлению возможно и через умение субъективизировать когнитивную деятельность личности [1, с. 51]. Чрезвычайно значимой является интериоризация познавательной деятельности обучаемых. Важно показывать студентам, как сознательно выбрать и применить оптимальные алгоритмы решения задач проблемно-поискового характера (в том числе и в рамках применяемых

кейс-технологии в обучении), по аналогии с компьютером, но, отталкиваясь от неординарного, иррационального взгляда на проблему, путь к которому основан иногда на интуиции, догадке. Это означает использование алгоритмически выверенного рационального подхода к построению оригинального решения, что не противоречит принципам творческой проблемно-поисковой и исследовательской деятельности.

Список использованных источников

1. Андриевич, А.М. Социально-правовые аспекты цифровизации экономики / А.М. Андриевич, В.Л. Лозицкий. – Минск : РИВШ, 2020. – 240 с.
2. Жук, О.Л. Предпринимательская трансформация университетов в условиях 4 промышленной революции / О.Л. Жук // Журнал Беларус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. – 2019. – № 1. – С. 108 – 116.
3. Зинченко, В.П. Психологические основы педагогики (Психолого-педагогические основы построения системы развивающего обучения Д.Б. Эльконина – В.В. Давыдова) : Учеб. пособие / В.П. Зинченко. – М. : Гардарики, 2002. – 431 с.
4. Ковалев, М.М. Образование для цифровой экономики / М.М. Ковалев // Цифровая трансформация. – 2018. – № 1 (2). – С. 37–42.
5. Король, А.Д. Методология, содержание и практика реализации инновационного образования в БГУ в контексте Университета 3.0 / А.Д. Король, О.И. Чуприс, Н.И. Морозова // Высшая школа. 2018. №6. С. 3–7.
6. Лозицкий, В.Л. Использование дидактического потенциала инновационных средств обучения в целостном педагогическом процессе в центрах STEM-образования / В.Л. Лозицкий // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2019. – № 2. – С. 83–91.
7. Лозицкий, В.Л. Факторы, детерминирующие эволюцию моделей институциональной университетской организации / В.Л. Лозицкий // Педагогическая наука и образование – 2019. – № 2. – С. 17–22.
8. Сманцер, А.П. Теория и практика преемственности в обучении школьников и студентов / А.П. Сманцер. – Минск : БГУ, 2013. – 270 с.
9. Цыркун, І.І. Прафесійныя задачы настаўніка ў сферы камп'ютэрнага навучання: спосабы рашэння тыпавых праф. задач / І.І. Цыркун, С.В. Вабішчэвіч // Народная асвета. – 2006. – №1. – С. 22–25.

УДК 378.14

**УСЛОВИЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ НЕКОРРЕКТНОГО УЧЕБНОГО
ПОВЕДЕНИЯ В СИСТЕМЕ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

**Лозицкий Вячеслав Леонтьевич, к.п.н., доцент, зав. кафедрой
Полесский государственный университет
Lozitsky Vyacheslav, PhD, Polesky State University, bakalaur@yandex.ru**

Аннотация. В исследовании рассмотрены вопросы, связанные с решением проблемы преодоления некорректного учебного поведения студентов экономических специальностей в учреждении высшего образования. На основании резуль-

татов проведенного исследования автором определяются организационно-методические условия, позволяющие минимизировать и преодолевать негативные проявления учебного поведения студентов учреждения высшего образования в рамках субъект-субъектных педагогических взаимодействий.

Ключевые слова: субъект учебной деятельности; некорректное учебное поведение; информационная культура, информационно-коммуникационная компетентность; педагогическое взаимодействие.

Наличие информационной культуры и информационной компетентности, одним из проявлений которой является сформированность навыков корректной учебной деятельности студентов учреждения высшего образования (УВО), должны быть одними из непереносимых условий предоставления качественных образовательных услуг в современном высшем профессиональном экономическом образовании. Вместе с тем некорректное учебное поведение в многообразии своих негативных проявлений стало острой проблемой в сфере культуры, образования, промышленности, а также – в научном сообществе. Распространение практики нарушения норм учебного поведения и ее повторяющееся воспроизведение в поколениях участников образовательного процесса являются проявлением негативной тенденции размывания нравственно-этических правил, становятся средой криминальных проявлений, а также серьезной угрозой для системы академических ценностей. Данные аспекты в качестве важных детерминантов актуализирует острую необходимость вычленения организационно-методических условий минимизации и преодоления негативных проявлений в учебной деятельности студентов (в том числе и экономических специальностей УВО), определяемых нами в качестве субъектов в системе осуществляемых педагогических взаимодействий. На постсоветском пространстве заявленная проблематика становится предметом все более пристального рассмотрения [1–7].

Осуществленное в последнее время на факультетах Полесского государственного университета практико-ориентированное теоретическое рассмотрение проблемы минимизации и преодоления некорректного учебного поведения студентов учреждений высшего образования позволило в рамках проведенного эксперимента обобщить и систематизировать данные, которые позволяют обозначить ряд важных аспектов [2]. Их учет на основании результирующих показателей экспериментальной деятельности на этапе констатации позволяет определить организационно-методические условия преодоления негативных проявлений в процессе организации и при осуществлении обучения студентов. Верификация выводимых положений определена во взаимосвязи с осуществлением формирующего этапа педагогического эксперимента.

Проявляемое в учебной деятельности некорректное поведение студентов мы связываем с нарушением принятых в учреждениях образования и научном сообществе определенных морально-этических норм и ценностей, что выражается во все более технологизируемых в наши дни случаях плагиата, списывания и применения шпаргалок, фальсификаций, оказания помощи другому студенту в ходе промежуточной или итоговой аттестации. Тревогу вызывает тенденция возрастания доли студентов, определяющих некорректное учебное поведение как положительно оцениваемое [3–6]. Нельзя не согласиться с выводами Т.В. Еременко [1] о смещении иерархии ценностей у некоторых студентов, в которой неэтичное учебное поведение определяется положительной нравственной ценностью, а помощь

товарищу в списывании стоит выше, чем принцип опоры исключительно на собственные силы с логично вытекающим из этого принципа следствием – отказом от помощи в случае, когда человек обязан самостоятельно пройти контрольное испытание (зачет, экзамен).

Во взаимосвязи с противоречивой личностной системой мотивов, ценностей, образов, деяний, единицей анализа некорректного учебного поведения целесообразно определять некорректный поступок в процессе организуемой и регламентируемой учебной деятельности, как противоречащую общепринятым правилам личностную форму поведения, в которой студентами осуществляется самостоятельный выбор целей и способов подобного поведения. При этом, условия преодоления некорректного учебного поведения студентов как субъектов образовательного процесса в высшей профессиональной школе представляются нам определяющими практико-ориентированными положениями организационного и методического характера, реализация которых позволит эффективно решать задачи по недопущению негативных проявлений нарушений морально-этических норм и ценностей, принятых в учреждениях образования и научном сообществе.

В ходе проведенного исследования нами определено, что студенты, в некорректном учебном поведении которых доминирует целе-рациональное начало, выстраивают свое поведение, выбирая стратегию достижения максимально выгодного результата, оптимально используя имеющиеся ресурсы. В рамках целе-рациональной модели поведения основным побудителем выступает сам результат и превалирует принцип максимизации (максимум достижений при минимуме затрат), а студент в условиях осуществляемой учебной деятельности является ее максимизатором. Считается, что у субъекта есть некий изначально заданный набор предпочтений, и он избирает линию поведения, позволяющую ему достичь наиболее выгодный для себя результат. При этом, принятые личностью решения, мы можем относить к области этического в том случае, когда принявший их человек признается ответственным лицом, т.е. субъектом, избравшим данное действие по своей воле и со знанием дела, а также имевшим возможность поступить иначе [7, с. 78]. В рамках осуществляемой учебной деятельности студент как личность актуализирует собственные поведенческие регулятивы, изменяет качественную составляющую личной системы ценностей и поведенческих установок с целью минимизации или устранения возникшего внутриличностного конфликта, связанного с выбором ориентации на корректное или некорректное учебное поведение.

В качестве факторов, которые способствуют существованию негативных проявлений некорректного учебного поведения, опрошенными студентами экономических специальностей университета выделены: сильная загруженность учебной деятельностью при недостатке времени на качественную подготовку и значительном объеме заданий, предлагаемых для выполнения; проблемы с пониманием предлагаемого к усвоению учебного материала; наличие комплекса содержательных причин (неинтересные темы и отсутствие интереса к изучаемой дисциплине).

Как показал опрос студентов – участников проводимого исследования, к условиям, в которых распространенность некорректного учебного поведения была бы минимизирована, относится снижение учебной нагрузки, а также развитие информационно-коммуникационной компетентности. В ходе опроса большинство респондентов отметили определяющие условия, в которых некорректное поведение могло бы быть минимизировано и преодолено:

- содержательная привлекательность учебного предмета;

- практическая значимость учебного предмета для будущей профессиональной деятельности;
- доступное объяснение учебного материала преподавателем;
- ясность и конкретность требований, предъявляемых преподавателем;
- наличие постоянного и тщательного учебного контроля;
- наличие строгого наказания за нарушение учебной этики.

Результаты анкетирования позволяют сделать вывод об осознании студентами того, что основные причины некорректного учебного поведения находятся в плоскости не только отсутствия строгого и неотвратимого наказания, но и в слабой внутренней мотивации. В этой связи хотелось бы отметить, что при выстраивании комплекса мероприятий по преодолению негативных поведенческих ориентаций целесообразны учет господствующей целе-рациональной поведенческой модели студентов и необходимость формирования у них прочной мотивированности к успешному и высокоморальному поведению в учебной деятельности, реализуемому через сознательно осуществляемый выбор. Некорректное учебное поведение вообще должно быть невыгодным.

Организация учебного процесса в учреждении высшего образования в рамках логики осуществляемого процесса обучения должна быть ориентирована на недопущение системного самовоспроизводства некорректного учебного поведения на всех уровнях учебной иерархии.

Целесообразным при организации и осуществлении самостоятельной учебной деятельности студентов на этапах промежуточного и итогового контроля представляется использование разработанных и используемых в учреждениях высшего образования инструментальных средств (например, программа PlagiatInform компании «СофтИнформ» или информационный ресурс «Антиплагиат»). Организационно оправданным при этом является необходимая инсталляция поисковой системы по работам в сети Интернет, а также поисковой системы по учебным работам и проектам, выполняемым внутри учреждения образования, в локальной сети УВО и их функционирование в его информационно-образовательной среде.

Немаловажны и организационно-методические мероприятия, ориентированные на системный (осуществляемый на всех уровнях) и систематический (осуществляемый постоянно) контроль всех видов работ студентов и их открытая публикация. Осуществление качественного контроля и оценивания результатов учебной деятельности студентов при четком понимании ими критериев оценивания, открытости результатов и возможности их коррекции в ходе продвижения по образовательной траектории является существенным условием минимизации и преодоления некорректного учебного поведения. В свою очередь система открытой публикации позволит обеспечить взаимодействие студентов на основе схожих научных интересов и тематик работ, а в перспективе – выстроить новый стандарт научно-образовательной коммуникации, где основной мотивацией, побуждающей к самостоятельной и творческой работе, являются репутационные риски. В данном случае репутация и совесть как морально-этические понятия становятся для всех субъектов педагогического взаимодействия ориентирами в системе предпочтений и ценностей, а также и внутренними побудителями в осуществляемой деятельности.

В рамках осуществленного исследования нами сделаны следующие выводы:

- под организационно-методическими условиями преодоления некорректного учебного поведения в системе обучения студентов (в том числе и студентов эко-

номических специальностей учреждений высшего образования) нами понимаются практико-ориентированные положения, реализация которых позволит эффективно решать задачи по недопущению на всех уровнях учебной организации системного воспроизводства негативных проявлений нарушений морально-этических норм и ценностей, принятых в учреждениях образования и научном сообществе;

– высокая мотивированность студента к эффективной учебной деятельности и профессионализм преподавателя как детерминирующие факторы оказывают существенное влияние на процесс минимизации и преодоления некорректного учебного поведения.

– основой преодоления некорректного поведения должна являться качественная организация учебного процесса и эффективное функционирование информационно-образовательной среды учреждения высшего образования (решение проблемы взаимосвязано с процессом формирования и развития информационной культуры студентов, а также воспитания у них культуры знаний, взаимосвязанных личностных и профессиональных компетенций);

– системное противодействие некорректному учебному поведению, значительность и неотвратимость наказания в сочетании с сознательно избираемыми этическими ориентирами и ценностями во взаимосвязи данного подхода со всей логикой обеспечения образовательного процесса со стороны преподавателей учреждений высшего образования позволит добиться необходимого результата в минимизации и преодолении негативных явлений.

Список использованных источников

1. Еременко, Т.В. Информационная этика российского студенчества / Т.В. Еременко // XV междунар. конф. «Крым – 2008». Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/win/interevents/crimea2008/disk/75.pdf>. – Дата доступа : 04.03.2015.

2. Лоцицкий, В.Л. Некорректное учебное поведение студентов учреждений высшего образования и его психолого-педагогическая детерминация / В.Л. Лоцицкий // Научные труды Республиканского института высшей школы. Исторические и психолого-педагогические науки: сб. науч. ст.: в 2 ч. / Респ. ин-т высш. школы; под ред. В.Ф. Беркова. – Минск, 2015. – Вып. 15 – Ч. 2. – С. 303–307.

3. Медведская, Е.И. Списывание: борьба или поиск альтернативы / Е.И. Медведская // Адукацыя і выхаванне. – 2013. – № 5. – С. 83–86.

4. Пунчик, В.Н. Плагиат как феномен информационного общества / В.Н. Пунчик // Адукацыя і выхаванне. – 2015. – № 8. – С. 55–62.

5. Радаев, В.В. Отношение студентов и преподавателей к наказаниям за плагиат и списывание / В.В. Радаев, И.С. Чириков // Студенческая жизнь в ГУ ВШЭ : результаты социологических исследований: сб. статей / отв. ред. В.В. Радаев. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – С. 10–24.

6. Сивак, Е.В. Преступление в аудитории. Детерминанты нечестного поведения студентов (плагиата и списывания) / Е.В. Сивак. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 44 с.

7. Фурманов, И.А. Социально-психологические проблемы поведения: Курс лекций для студентов отделения психологии / И.А. Фурманов. – Минск: Изд-во БГУ, 2001. – 91 с.

ПАДКАСТЫ У ВЫВУЧЭННІ ФРАНЦУЗСКОЙ МОВЫ

Лузан Анна Александровна, преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Luzan Anna, teacher, Belarusian National Technical University, luzan.anna@bntu.by

Аннотация. Адзін са спосабаў паказаць сваю ўнікальнасць і выбудаваць адносіны з аўдыторыяй - выпуск падкаст. Гэта спосаб праслухоўвання зместу, які стаў вельмі папулярным у Інтэрнэце ў апошнія гады і асабліва карысны для прагрэсавання на мове.

Ключевые слова: падкаст, праграма, практыкаванні, радыёстанцыя, слоўнікавы запас, ўзровень, французская.

Падкастынг набірае папулярнасць і становіцца трэндам. Для бізнесу гэта выдатны спосаб наладзіць сувязь з кліентамі, павысіць пазнавальнасць брэнда і продажу. Для СМІ – павялічыць ахоп аўдыторыі. Для блогера – шанец стаць вядомай медыйнай асобай. Для спецыяліста – магчымасць быць запатрабаваным на рынку працы. Пакуль больш папулярныя аудыёпадкасты, бо яны дапамагаюць зэканоміць час. Іх можна слухаць у машыне, падчас спартыўнай трэніроўкі або прагулкі па горадзе. Гэта прагрэсіўны спосаб атрымання новых ведаў і актуальнай інфармацыі. На падкаст можна падпісацца і быць сталым слухачом. Падкасты могуць рабіць, як аматары, так і прафесіяналы. Для запісу дастаткова мікрафона, кампутара і выхаду ў інтэрнэт. Калі вы лічыце сябе экспертам у нейкай галіне, і ў вас ёсць аўдыторыя - можаце спакойна рабіць падкасты. Аўдзіраванне з'яўляецца адным з самых эфектыўных спосабаў ўдасканалення моў, таму пагаворым аб падкастах, якія выпускаюцца на французскай мове для тых, хто яго вывучае.

Падкаст – гэта спосаб праслухоўвання зместу, які стаў вельмі папулярным у Інтэрнэце ў апошнія гады і асабліва карысны для прагрэсавання на мове. Разгледзім падборку з падкастаў на французскай мове для праслухоўвання ў адпаведнасці з узроўнем валодання мовай і сферай інтарэсаў. Падкаст дазваляе карыстальнікам неадкладна праслухоўваць або аўтаматычна загружаць аўдыё або відэатрансляцыі, напрыклад, у прайгравальнікі лічбавых музык для наступнага праслухоўвання. Такім чынам, гэта аўдыё праграмы, якія вы можаце слухаць у Інтэрнэце або загружаць на смартфон або планшэт, і якія звычайна бясплатныя. Для тых, хто вывучае мову, падкасты дазваляюць выбіраць, захоўваць, праслухоўваць і прайграваць кантэнт на мове, які яны вывучаюць. Праслухоўванне падкастаў мае некалькі інтарэсаў:

– дапамагае проста прывучыць вуха чуць французскую мову, і нават калі вы спачатку мала разумееце, прывыкаеце да гукаў мовы;

– паступова, слухаючы, вы заўважаеце сувязі, словы, вымаўленьня інакш, чым вы думалі, вы засвойваеце новыя словы: слуханне – гэта эфектыўнае пашырэнне вашага вывучэння граматыкі;

– у залежнасці ад праграм, якія слухаеце, вы вывучаеце словы і фразы ў пэўнай вобласці: гэта можа быць слоўнікавы запас паўсядзённага жыцця, бізнесу, маркетынгу, навукі, гісторыі. Ёсць падкасты на любы густ, проста знайдзіце тыя, якія вас цікавяць;

– слуханне прывучае ваша вуха да розных спосабаў гаварыць на мове. Важна не прывыкаць проста да таго, як размаўляе ваш настаўнік на ўроку, трэба быць гнуткім і паступова разумець усіх, хто размаўляе па-французску.

Пачатковы ўзровень. Французская мова вельмі спецыфічная ў плане фанетычнага ладу. Для многіх першы бар'ер - менавіта фанетыка. Каб навучыцца чуць французскую мову, трэба значна больш часу, чым для ангельскай і нямецкай мовы. Найбольш арыентаваны на "FLE": лёгкі французскі падкаст. Гэта добра вядомы ў свеце FLE, вельмі поўны сайт для вывучэння французскай мовы і, у прыватнасці, для пошуку дыялогаў на французскай мове з транскрыпцыямі, практыкаваннямі і адказамі на пытанні. Ён прапануе дыялогі ад пачаткоўцаў да прасунутых узроўняў, якія ахопліваюць самыя розныя паўсядзённыя жыццёвыя сітуацыі. Адзіны мінус у тым, што гэты сайт сапраўды прызначаны для тых, хто вывучае французскую мову: паток маўлення ў дыялогах не зусім натуральны, нават для павышаных узроўняў. Не прывыкайце да павольнай хуткасці, майце на ўвазе, што гэта дапаможа вам зразумець, а таксама паслухаць падкасты з іншых сайтаў.

Газета на лёгкай французскай мове, на RFI Savoirs. Radio France International - французская радыёстанцыя з міжнародным вяшчаннем, працуе для прасоўвання французскай мовы ў свеце.

RFI прапануе мноства выдатных праграм для тых, хто вывучае французскую мову. Напрыклад, праграма, "Лёгкая французская газета", якая выдатна падыходзіць: вы можаце даведацца пра французскія і міжнародныя навіны і зразумець, што там адбываецца, дзякуючы гэтаму падкасту, які трансліруецца кожны вечар а 20 -й гадзіне, з транскрыпцыяй. Звярніце ўвагу, што часопіс прадстаўлены не ў павольным тэмпе, словы не простыя, і гэта можа быць крыху складана для пачаткоўцаў. Пры неабходнасці праслухайце некалькі разоў.

Сярэдні ўзровень. Slate, раздзел "Гэта складана": французская мова для чалавечых адносін і паўсядзённага жыцця. Калі вы атрымліваеце сярэдні ўзровень французскай мовы, вы хочаце сысці ад кантэксту, які круціцца вакол пякарні і пошты. Хочацца ведаць, як насамрэч жывуць французы, што іх турбуе, якія тэмы размовы.

Slate - гэта інтэрнэт -носьбіт, які ахоплівае мноства тэм, а таксама прапануе падкасты.

У яго калонцы "Гэта складана" тэмы круціцца вакол парных адносін, сяброўства і штодзённых пытанняў маладых людзей. Перавага: падкасты вельмі кароткія: менш за 10 хвілін, і вы чуеце французскую мову ў паўсядзённым жыцці.

Калі гэтыя пытанні насамрэч не вашыя, ёсць іншыя варыянты, напрыклад, у раздзеле "У настроі для працы", што таксама вельмі прыемна, бо разглядае тэмы, якія тычацца свету працы.

Падкасты даступныя на iTunes або Soundcloud.

Для тых, хто любіць музыку: À la dérive, на Radio Nova.

Шоў " À la dérive " - пра адкрыццё горада з мастаком і музыкай: апісанне шоу тлумачыць, што гэта "радыёэкспедыцыя". Гэтая праграма вельмі паэтычная: мы нязмушана прыслухоўваемся да апісання выбраных месцаў, у гасцей ёсць час, яны размаўляюць без спешкі, і гэта добра для вас, таму што гэта, як правіла, не складана зразумець (гэта значыць прасцей, чым некаторыя з Тэмы вуснага разумення DELF B2). У якасці бонуса вы адкрываеце для сябе французскіх мастакоў і іх творы. Шоў доўжыцца прыкладна адну гадзіну, а падкасты даступныя на Deezer або iTunes.

Павышаны ўзровень. Crème de la crème: пагаворым аб бізнэсе, і па - французску, калі ласка! Сайт Gratin, раней «Crème de la Creme», прапануе тое, што ён называе «размовамі з поспехам». Гэта крыху, калі вы валодаеце ангельскай мовай і ведаеце Ціма Фэрыса, французскі эквівалент канцэпцыі шоу Ціма Фэрыса. Размова з прадпрымальнікамі, якія дасягнулі поспеху ў вялікай колькасці сфер (харчовай, дызайнерскай, паветраплавальнай і г.д.). Можна, напрыклад, паслухаць інтэрв'ю з адным з заснавальнікаў маркі ёгуртаў Мішэлем і Аўгустынам. Падкасты доўжацца прыкладна ад адной гадзіны да адной гадзіны дваццаці хвілін, але будзьце ўпэўненыя, зусім не сумна.

На сайце вельмі і вельмі лёгка арыентавацца, няма рызык і згубіцца. Падкасты даступныя на iTunes, Soundcloud і Stitcher.

Радзе France Culture прапануе вялікую колькасць якасных падкастаў на самыя розныя культурныя тэмы: агляды кніг, мастацтва, палітыка, гісторыя, мовы ... Тут сапраўды ёсць для кожнага што-небудзь.

Некаторыя шоу могуць быць крыху складанымі для тых, у каго ўзровень французскай мовы яшчэ толькі сярэдні, але каб прагрэсаваць, паслухайце іх некалькі разоў і не саромейцеся задаваць пытанні сваім настаўнікам і навакольным.

Гумарыстычныя падкасты "Франс Інтэр". Франс Інтэр - вядомая французская радыёстанцыя, і гумарысты, якія там выступаюць, часта вядомыя.

Калі вы знаходзіцеся дзесьці паміж узроўнем C1 і ўзроўнем C2 па французскаму ўзроўню, радуйцеся, вы можаце пачаць спасцігаць тонкасці французскага гумару. Прапановы, каб смяяцца па-французску: праграма Le Moment Meurice, Le billet de Charline Vanhoenacker ці Le billet de Sophia Aram. Ну, само сабой зразумела, што, каб зразумець, часта трэба мець пэўныя ўяўленні аб французскай палітыцы, але гэта не так ужо і складана (трэба проста быць вельмі матываваным). Вельмі цяжка вывучыць французскую мову, калі вы не маеце зносіны з носьбітамі мовы. Навучальныя падкасты на французскай мове па якасці не саступаюць радыёперадачы. Таму аднолькава цікава слухаць казкі Шарля Перо, дзённікі парыжанкі або перадачы пра навакольнае асяроддзе. Вядома, у звычайных радыёпадкастаў ёсць бяспрэчная перавага – яны адлюстроўваюць актуальныя падзеі і дэманструюць жывую гаворку. Існуе вялікая колькасць рэсурсаў, інструментаў, вэб-сайтаў, метадаў, кніг, прыкладанняў, заняткаў і праграм; некаторыя бясплатныя, а іншыя - каштуюць нятанна і часам цяжка разабрацца, якія з іх выкарыстоўваць і калі. Часта людзі, якія аддаюць перавагу самастойнаму навучанню, ужо валодаюць шырокім слоўніковым запасам, але не маюць магчымасці ўжыць яго на практыцы або пагутарыць з носьбітамі мовы. У такім выпадку праслухоўванне падкаст і аўдзіраванне - выдатны спосаб запомніць вымаўленне і інтанацыйныя асаблівасці, а таксама навучыцца распазнаваць выразы на слых.

Спісок іспользованных источников

1. Беларуская мова. Тэхнічная лексіка / Н.В. Гаўрош [і інш.]; пад рэд. Н.В. Гаўрош [Электронны рэсурс]. – Мінск: БНТУ, 2015. – 110 с.
2. Грачыха, Т.А. Асновы тэрміназнаўства: вучэб.-метадыч. матэрыялы. / Т.А. Грачыха [Электронны рэсурс]. – Віцебск: ВДУ імя П.М. Машэрава; Мін-ва адукацыі РБ, 2012. – 24 с.
3. Гурова, Ю.И. Перевод: воссоздание внутренней смысловой программы и единого смысла текста как основа моделирования процесса перевода / Ю.И. Гурова. – СПб.: Ре-номе, 2010. – 239 с.

4. Дзятко, Д. Лексікаграфія як раздзел мовазнаўства: Тэрміны, праблемы, тыпы слоўнікаў / Д. Дзятко // Роднае слова, 2016. – No 8. – С. 34–36.

УДК 685

PRODUCTION RESOURCES AND AN EFFICIENCY OF THEIR USE

Метельская Анна Павловна,

**Прибыльская Гражина Валентиновна, преподаватель
Белорусский национальный технический университет**

Metelskaya Anna, Prybylskaya Grazhyna, teacher,
Belarusian National Technical University, mapmetelskaya@mail.ru

Annotation. One of the most important factors in increasing production efficiency at industrial enterprises is the availability of their production resources, which contributes to the improvement of all its characteristics: increase in labor productivity, increase in output, improve product quality, and reduce its cost, save investment.

Keywords: circulation funds, efficiency, production resources, costs

At present, the study of production resources is becoming increasingly relevant, and this problem itself is gaining economic importance, as it is aimed at finding ways to use them more efficiently.

The main purpose of the existence of production resources is to ensure the achievement of the goals of the enterprise - the fulfillment of its economic purpose and profit. To achieve this goal, production resources are faced with the task of ensuring: uninterrupted production process; production at all stages of the production process at the lowest cost; production with maximum output.

Being the main link of the national economic complex, the enterprise concentrates all the resources of production. Assessment of the production capabilities of enterprises, as well as the parameters and characteristics of their production resources are important for decision-making.

A more complete and rational use of fixed assets and production capacities of the enterprise contributes to the improvement of all its technical and economic indicators: labor productivity growth, increased return on capital, increased output, reduction of its cost, saving capital investments.

One of the most important factors in increasing the efficiency of production at industrial enterprises is the provision of their production resources in the required quantity and assortment and their fuller use.

Currently, in a market economy, when economic instability is characteristic, when development is replaced by a period of crises, enterprises are required to increase the economic efficiency of production. The problem of increasing production efficiency occupies one of the central places in the economic life of the enterprise. The essence of the problem of increasing the economic efficiency of production is to increase the economic results for each unit of costs in the process of using available resources.

The study of production resources, aimed at finding ways to use them more efficiently, is becoming increasingly relevant, and this problem itself is gaining national economic significance.

Production resources consist of the resources of the country, as well as of the missing resources that are imported from other countries.

Resource provision is carried out by studying the main characteristics of resources. These are their availability, accessibility, interchangeability, the degree of their use, the consequences of operation, cost, etc.

All economic resources of the enterprise are divided into financial and non-financial. Non-financial resources are divided into production and non-production[2].

Production resources are those resources that are directly involved in the production process. These include:

- - fixed assets;
- - working capital;
- - labor resources of the enterprise.

Fixed assets are the means of labor that repeatedly participate in production cycles. They retain their natural form and gradually transfer their value to the created products or services;

Fixed assets are divided into:

- production;
- non-productive.

Production funds are those means of labor that are directly involved in the production process, create conditions for its normal implementation and serve to store and move labor items, and their value is transferred to the manufactured products in parts as they are used (funds for industrial, construction, agricultural purposes, motor transport, communications, trade and other types of material production), account for about 80% of the enterprise.

Non-productive funds are funds that are indirectly related to production, are on the balance sheet of the enterprise and are used to meet the cultural and household needs of workers: kindergartens, clubs, canteens, hospitals, dispensaries, buildings, stadiums, etc.

Non-productive assets account for more than 20% of fixed assets, they do not participate in the production process and do not transfer their value to the product. Their maintenance and reproduction are carried out mainly at the expense of profit.

The structure of fixed assets is continuously changing under the influence of a number of factors:

scientific and technological progress (both quantitative and qualitative composition of funds used is changing);
production technologies;
the level of concentration of production.

The production structure of fixed assets and its dynamics are indicators of the technical level of the enterprise and have a great impact on the cost effectiveness of fixed assets. The higher the share of tools in fixed assets: machinery, equipment, appliances, that is, the greater the active part of fixed assets, the more products can be produced for each ruble of fixed assets [2].

The production efficiency depends on how the OS is used.

There are the following ways to improve their use:

- constantly upgrade equipment;
- strive to involve in the work of funds that are inactive;
- improve the organization of production;
- gradually improve the qualifications of personnel;
- apply the latest achievements of technology and technology;
- contribute to improving the quality of preparation of raw materials for the production process, etc.

Circulation funds are a part of working capital that serves the sphere of circulation and includes finished products in a warehouse that are being processed, goods for sale, cash, funds in settlements, goods shipped (not paid for), financial investments.

Circulation funds consist of the following elements:

- finished products in warehouses;
- goods in transit (shipped products);
- cash;
- funds in settlements with consumers of products.

The working capital of an enterprise is cash that ensures the continuity of production, the process of selling products, and the receipt of funds. They contribute to the smooth operation of the enterprise.

Working capital includes:

- production stocks - raw materials, fuel, semi-finished products, containers, auxiliary materials, spare parts, inventory, etc.;
- work in progress - labor items that are still in production;
- semi-finished products of own production - labor items that are fully processed in one of the divisions of the enterprise, but need further processing in other divisions of the enterprise;
- expenses of future periods. These include the costs of innovation, development of new products, invention that will be used in the future [1].

The labor resources of the enterprise are the personnel (personnel) of the enterprise who have the ability to work, the necessary qualifications, intellectual and business qualities.

Depending on the participation in production, the workforce is divided into two groups:

- industrial and production personnel - employees who are directly related to production and its maintenance. This:
 - workers – those who are directly engaged in production or the provision of various types of services (both production and transport)
 - specialists are accountants, economists, technicians, mechanics, sociologists, artists, commodity scientists, technologists, etc.
 - employees: suppliers, assistants, cashiers, archivists, clerks, etc.
- non-industrial personnel – catering workers, doctors, housing and communal services workers, employees of children's and medical-sanitary institutions belonging to the enterprise.

The following competencies are typical for the personnel of enterprises: professional, social and business.

Professional competencies are a combination of skills and abilities to perform a certain type of work activity. Social competencies are the skills, abilities and abilities to establish internal connections, and business competencies are the ability to establish external connections for successful business [3].

The production resources of the enterprise are the main prerequisite for the successful development of scientific and technological progress. Studying the topic of production resources, we came to the conclusion: the higher the level of technical and economic potential, the more powerful the base (material and technical) of scientific and technological progress, and accordingly, more opportunities for implementing its achievements, for improving and increasing the size of the production potential of the enterprise. These elements complement and develop each other.

Current investments, as well as one-time costs, can reach the maximum value if the efficiency of production resources decreases. If you do not pay attention to the increase in resources, then it is not possible to ensure high results in efficiency and profitability.

As the main principles of efficient use of production resources, the following can be distinguished:

1. The complexity of the directions of using production resources.
2. Waste-free production (secondary use).
3. Optimality of the volume of supplies (orders) of resources.
4. Perfection of the technical and technological park of the organization.
5. Creation of production conditions for the replacement of foreign components of products with their own [5].

Thus, the main result of work of any enterprise depends on the availability of production resources and their effective use. Despite the fact that the issues of resource efficiency are widely covered in scientific research, algorithms for implementing practical recommendations have not yet been sufficiently developed.

References

1. Golovachev A.S. Enterprise Economics. At 2 h. h. 1: study. the manual/ – Minsk: Vysh. Shk., 2008 – 447p.
2. McConnell K.R. Economics: Principles, Problems and Politics / Moscow: INFRA – M., 2011 – 1040p.
3. Volodko O.V., Grabar R.N., Zglyu T.V. Economics of organization: studies. stipend/ edited by O.V. Volodko, 2nd ed., ispr. and add. – Minsk: Higher School, 2015. – 399p.
4. About supporting the economy [Electronic resource]. 2020. – Mode of access : http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485/. – Date of access : 18.10.2021.
5. Electronic resource. – Mode of access : <https://economics.studio/ekonomicheskaya-teoriya/resursyi-factoryi-proizvodstva-48828.html>. - Date of access : 20.10.2021

УДК 327 (476: 430) (091)

БЕЛОРУССКИЕ НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ ГЕРМАНИИ В МЕЖВОЕННЫЙ ПЕРИОД

Мигун Дмитрий Адамович, к.и.н., доцент

Республиканский институт высшей школы

Dmitry A. Migun, PhD, National Institute for Higher Education, ditmar-2006@tut.by

Аннотация. В статье дается анализ деятельности ряда националистических белорусских структур, созданных на территории Германии в межвоенный период после прихода к власти национал-социалистов.

Ключевые слова: межвоенный период, коллаборанты, националисты.

Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко, выступая 9 мая 2021 г. в столице нашей Беларуси городе-герое Минске отметил: «Каждый год 9 мая мы приходим к монументу Победы. Продолжаем традицию встреч фронтовиков и партизан у Вечного огня и других памятных мест. Сегодня я задаюсь вопросом, как и

вы: могли ли герои войны тогда подумать, что спустя 80 лет их детям и внукам придется бороться за правду о Великой Победе, за право чествовать в этот святой день воинов-победителей? Это немыслимо, что в то время, когда мы заботимся о сохранении памяти, последователи оккупантов и их приспешников - они упрекают нас в милитаризме и прославлении войны. Нас - наследников тех, которые не пришли с войны. Каждый третий. Мы, как никто другой, хлебнули этого горя и постоянно говорим о том, что война - страшно. Нам не нужна война. Подоплека их очевидна. Мечтая о глобальном господстве, современные неоколониалисты умышленно сеют национальную рознь, плодят кровавые конфликты на планете и вновь пытаются одеть молодежь в коричневую одежду - униформу. Делают все, чтобы мы забыли подвиг наших дедов и страшную правду о войне. Именно поэтому нам навязывают флаги и гимны, опороченные сотрудничеством с гитлеровскими убийцами, вместо символов Великой Победы, мира и созидания. Сегодня мы должны открыто говорить, что белорусы в годы Великой Отечественной войны впервые в своей истории столкнулись с массовым и планомерным истреблением мирного населения. Это на руках фашистов, полицаев и других коллаборантов кровь тысяч и тысяч, миллионов невинных жертв - женщин, стариков и детей. Мир должен знать и помнить о трагедии нашего народа, белорусского народа. И мы будем эту тему поднимать на самый высокий международный уровень. Чтобы они помнили и не забывали. И пусть наследники нацистов даже не мечтают, что, когда уйдут последние свидетели геноцида белорусского и других народов, с ними уйдет и историческая правда» [1].

В Главе 10. «Обусловленность мер по обеспечению безопасности в информационном пространстве» Концепции информационной безопасности Республики Беларусь отмечается, что «...механизмы деструктивного информационно-психологического воздействия на личность, общество и государство постоянно совершенствуются, а масштабное манипулирование массовым сознанием принимает такую же остроту, как борьба за территории, ресурсы и рынки. Через информационное пространство осуществляется преднамеренная дискредитация конституционных основ государств и их властных структур, размывание национального менталитета и самобытности, вовлечение людей в экстремистскую и террористическую деятельность, разжигание межнациональной и межконфессиональной вражды, формирование радикального и протестного потенциала. Информационный фактор играет все более значительную роль в межгосударственных конфликтах и неясных действиях, направленных на нарушение суверенитета, территориальной целостности стран и снижение темпов их развития. В результате информационных воздействий существенно меняются социальные связи человека в обществе, стиль мышления, способы общения, восприятие действительности и самооценка.

Все большее беспокойство вызывает активное распространение в информационном пространстве фальсифицированной, недостоверной и запрещенной информации. Снижение критического отношения потребителей информации к фейковым сообщениям новостных ресурсов, в социальных сетях и на других онлайн-платформах создает предпосылки преднамеренного использования дезинформации для дестабилизации общественного сознания в политических, социально-опасных, иных подобных целях.

В связи с этим особое значение приобретает ответственное поведение всех участников информационных процессов, а также выработка общих правил ком-

муникации в информационном пространстве, основанных на признании идентичности прав и обязанностей в существующей реальности (физическом мире) и виртуальном пространстве» [2].

В нашем государстве под влиянием всех этих событий Палатой представителей 16 апреля 2021 г. был принят закон «О недопущении реабилитации нацизма» [3]. Настоящий Закон в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, общепризнанными принципами и нормами международного права, в том числе положениями Устава Организации Объединенных Наций, Международного пакта о гражданских и политических правах от 16 декабря 1966 года, Конвенции о предупреждении преступления геноцида и наказании за него от 9 декабря 1948 года, Конвенции о неприменимости срока давности к военным преступлениям и преступлениям против человечества от 26 ноября 1968 года, Международной конвенции о ликвидации всех форм расовой дискриминации от 21 декабря 1965 года, устанавливает правовые и организационные основы деятельности по недопущению реабилитации нацизма.

Так в статье 1. закона «О недопущении реабилитации нацизма» приводятся основные термины, применяемые в настоящем Законе, и их определения [3].

- нацизм;
- нацистская символика и атрибутика;
- нацистские преступники;
- пособники нацистских преступников;
- реабилитация нацизма;
- оправдание лиц и (или) структур либо организаций, признанных преступными либо виновными в совершении преступлений;
- героизация нацистских преступников и их пособников.

Германские национал-социалисты, придя в 1933 г. к власти, поставили себе целью уничтожение большевистской России и захват ее необъятных просторов для расширения «жизненного пространства арийской нации». О необходимости завоевания жизненного пространства на Востоке Европы и его беспощадной германизации как важнейшей государственной задаче Гитлер говорил уже 3 февраля 1933 г., еще не успев как следует освоиться в кресле рейхсканцлера [4, с. 148-149].

Готовясь к нападению на СССР, Альфред Розенберг - глава ведомства, ответственного за проблемы восточных земель, отлично понимал, что для руководства оккупированными территориями необходимо иметь дееспособный административный аппарат, чиновники которого хорошо знали бы специфику того или иного региона. Это означало, что нужны были подготовленные для такой работы люди, и искать их следовало среди представителей тех народов, с которыми немцы столкнутся при захвате СССР и Беларуси: белорусов, русских, украинцев, латышей, литовцев, эстонцев и др.

Уже с 1933 г. Германия стала проводить мероприятия по налаживанию связей с близкими к национал-социализму политиками Западной Беларуси и Украины, стран Балтии, чтобы создать плацдарм для раздела СССР. Первые контакты с белорусской стороной были установлены с помощью Ф. Акинчица — лидера группы белорусских национал-социалистов. При непосредственной поддержке ведомством Розенберга группировки Акинчица в Вильно с ноября 1933 г. начинается издание газеты «Новы Шлях».

Отсутствие специалистов в области белорусистики и необходимой информации о восточных землях, в том числе о Беларуси, вынуждало власти Третьего

Рейха создавать научно-исследовательские центры по изучению Востока. Во второй половине 1930-х гг. при Берлинском университете был образован Немецкий институт изучения заграничных проблем, при котором был создан белорусский сектор с библиотекой. Исследованием белорусского вопроса в этом учреждении управлял Герхард фон Менде.

Такое незначительное количество научных специалистов и учреждений не могло удовлетворить требованиям партийных, государственных и военных кругов Третьего рейха. Свидетельством этому может служить брошюра «для служебного пользования», материал для которой был взят из Большой Советской Энциклопедии, изданная под названием «Беларусь и белорусы в большевистском освещении», которая вышла в серии «Служебные издания» под руководством директора секретного архива в Далеме Ё. Паприца. С 1932 г. он стал сотрудником отдела публикаций, а с 1 сентября 1938 г. — его руководителем.

Кроме того, в 1938 г. под Берлином был создан Институт Ванзее, в котором был отдел публикаций сообщений о положении в Советском Союзе. Возможно, этим пропагандистским учреждением издавалась уже во время Второй мировой войны листовка «Советская Беларусь», которая по внешнему виду напоминала страницу большевистской газеты «Советская Белоруссия», однако была наполнена антисоветскими пропагандистскими материалами. Более того, перед самой войной была создана редакция пропагандистских передач против Советского Союза «Вінета», в которой имелся и Белорусский отдел, где работали А. Баровский, Ю. Менке, Шудейка, Якимович, позже профессор Н. Бойков и некоторое время ксендз Винцент Гадлевский [5, с. 16-17].

В 1936 г. активный деятель Белорусской Национал-Социалистической партии В. Козловский установил контакты с украинскими националистами через профессора Украинского научного института в Берлине И. Мырчика и инженера Шемета в Варшаве, которые, по личной директиве гетмана Скоропадского, обсудили вопрос о создании общего белорусско-украинского фронта для совместной борьбы с коммунизмом в СССР и объединении Беларуси и Украины под протекторатом Германии [6, с. 9].

Во время подготовки к войне между Польшей и Германией на Ф. Акинчица, яркого представителя белорусских националистов, сотрудничавшего с нацистами, были возложены не только идеологические, но и военные задачи:

- 1) диверсии в тылу польской армии в начале войны с ней;
- 2) организация групп молодежи для диверсионных актов;
- 3) пронемецкая агитация;
- 4) агитация за массовое дезертирство из польской армии;
- 5) организация и переправка национал-социалистической литературы [6, с. 9].

По мере приближения германско-польской войны различные инстанции Германии проявляли все больший интерес к белорусскому национальному движению. В Берлине с 1939 г. начала издаваться на белорусском языке газета «Раніца». Профессор Г.А. Космач считал, что наиболее значимый вклад в культурно-политическую деятельность белорусской эмиграции в Германии внесла данная газета и её редакция [7].

«Уже в первых номерах газеты в декабре 1939 г. проявились две основные тенденции политики редакции «Раніцы» - безудержное восхваление Гитлера, Германии, национал-социализма, ярый антисемитизм, антибольшевизм, враждебность к полякам, с одной стороны, и разжигание белорусского национализма, националь-

но-демократических идей, с другой стороны. Это отразилось и в символике – рядом с белорусскими национальными символами соседствовали свастика и фашистские знамена. Вместе с портретами Гитлера и статьями во славу «гениального фюрера» печатались произведения Я. Купалы, Я. Коласа, М. Танка. Ф. Акинчиц, С. Булат и другие в нескольких статьях в газете «Раніца» («Непереможенная Нямеччына», «Жыды ў Беларусі», «Жыды і сусветная вайна») в декабре 1939 г. отмечали, что Гитлер консолидировал германское общество, одним из факторов этой консолидации стал государственный антисемизм. «Раніца» одобряла преследование евреев в Германии и считала, что Запад и Польшу погубили «жыды и масоны» [7].

Список использованных источников

1. Участие в торжественных мероприятиях в честь Дня Победы // Сайт Президента Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/events/uchastie-v-torzhestvennyh-meropriyatiyah-v-chest-dnya-pobedy-1620547885>. – Дата доступа: 21.10.2021.
2. Постановление Совета Безопасности Республики Беларусь от 18 марта 2019 года № 1 «О концепции информационной безопасности Республики Беларусь» // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://president.gov.by/uploads/documents/2019/1post.pdf>. – Дата доступа: 21.10.2021.
3. Закон Республики Беларусь «О недопущении реабилитации нацизма» // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3941&p0=2021011014>. – Дата доступа: 21.10.2021.
4. Буханов, В. А. Европейская стратегия германского национал-социализма и ее крах: Идеино-политические проблемы / В. А. Буханов ; под ред. В. И. Михайленко. – Екатеринбург : Изд-во Урал. Ун-та, 1998. – 348 с.
5. Вініцкі, А. Матэрыялы да гісторыі беларускай эміграцыі ў Нямеччыне ў 1939–1951 гг. / А. Вініцкі. – Мінск : Тэхналогія, 1994. – 234 с.
6. Сакалоўскі, У. Нямеччына і беларускі нацыянальны рух напярэдадні і ў першыя гады Другой сусветнай вайны / У. Сакалоўскі, У. Ляхоўскі // Беларус. гіст. зб. / Беларус. гіст. т-ва. – 2000. – № 13. – С. 5–21.
7. Космач, Г. А. Из истории берлинского центра белорусской политической эмиграции (весна 1939-июнь 1941 гг.) [Электронный ресурс] / Г. А. Космач // Репозиторий БГПУ им. М. Танка. – Режим доступа: <http://elib.bspu.by/handle/doc/1904>. – Дата доступа: 21.10.2021.

УДК 373+330.34(467)

ТЕНДЕНЦИИ ОСВЕЩЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ШКОЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ ПО ИСТОРИИ

**Панов Сергей Вениаминович, к.п.н., доцент, профессор
Республиканский институт высшей школы**

Panov Sergey, PhD, National Institute of Higher Education, swpanow@gmail.com

Аннотация. В статье определяются тенденции в дидактическом конструировании материала по современному экономическому развитию Беларуси в школьных

учебных пособиях по новейшей истории Беларуси. Тематика банковского сектора экономики представлена фактологически через персонификацию посредством наиболее выдающихся примеров.

Ключевые слова: современное экономическое развитие, история Беларуси, учебная литература.

Объектом авторского изучения является проблематика современного экономического развития Республики Беларусь, представленная в качестве содержания школьной учебной литературы по истории Беларуси. Заявленная проблематика связана с дидактическим конструированием учебного материала в соответствии с общепринятым алгоритмом «политика – экономика – культура» в то время, как культура, в т.ч. экономическая, связанная, например, с финансовой грамотностью учащихся, становится определяющим фактором развития современного белорусского общества. Предметом содержательного анализа стали учебные пособия по истории новейшей истории Беларуси, допущенные Министерством образования Республики Беларусь и Национальным институтом образования 2013, 2019, 2021 гг. издания [1; 2; 3]. Данные учебные пособия относятся к четвертому и пятому поколениям школьной учебной литературы и позволяют проследить эволюцию в представлении материала по истории становления и развития экономической модели Республики Беларусь.

При реализации охарактеризованной в учебной литературе модели социально-ориентированной экономики представляется актуальным установить ее историческую преемственность с теоретическими основами экономической науки, используя персонификацию. Основой для этого может служить пример уроженца Пинска, лауреата Нобелевской премии 1971 г. в области экономики Саймона Смита. Только в 2003 г. подтвердились полесские корни американского ученого, которого в детстве звали Семеном Кузнецом. В данном случае важна акцентация данного фактора, который служит территориально-культурным идентификационным маркером для обучающихся. Выпускник Пинского реального училища Семен Кузнец прославил провинциальный полесский городок, став в Америке Саймоном Смитом и поступив на старший курс Колумбийского университета, который закончил в 1924 году со степенью магистра экономики. Более трех десятков лет он проводил исследования по изучению национального дохода и ввел в оборот общеизвестный термин «валовой национальный продукт». Предложенная им методика определения национального дохода до сих пор используется в официальной статистике США. В экономике общепринятым стало также понятие «цикл Кузнецца» – двадцатилетний период колебаний быстрого и медленного экономического роста, что было выявлено на основе сравнительно-исторического исследования экономического развития ряда стран. Эволюционная актуализация понятия «человеческий фактор», открытого С. Смитом в развитии экономики, возможна через термин «человеческий капитал», позиционируемый как приоритетное направление в реализации белорусской экономической модели [1; с. 158, 161].

При определении тенденций освещения современного экономического развития Беларуси в контексте исторической преемственности концептуальным представляется мнение Председателя Постоянной комиссии по образованию, культуре и науке Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь, члена-корреспондента НАН Беларуси, доктора исторических наук, профессора И. А. Марзалюка о недопущении разрушения культурного кода нации и целесооб-

разности учета идентификационных маркеров современной белорусской нации [4]. В этом отношении весьма важен аспект поликультурности, учитывающий вклад представителей всех национальностей в социально-экономическое развитие страны.

Роль банковского сектора в экономике страны представлена обучающимся посредством персонификации через личность П. П. Прокоповича, ставшего героем Беларуси, будучи председателем правления Национального банка Республики Беларусь. В короткой биографической «зарисовке» отмечается, что, благодаря его усилиям в Пинске построен современный студенческий городок и спортивный комплекс созданного в 2006 г. Полесского государственного университета [2; с. 151]. В контексте обозначенной проблематики статьи приходится констатировать наличие топологического аспекта идентичности, имеющего свое выражение через территориально-культурную маркеризацию, а также использование т.н. культурно-исторических аналогов – примеров социального поведения личности в истории. Реформирование банковского сектора визуализировано через изображение денежных купюр Национального банка Республики Беларусь, которые имели хождение в начале 1990-х гг. и получили в народе название «зайчики». Процесс становления национальной денежной системы представлен в практико-ориентированном аспекте через решение следующей исторической задачи: определите, о каком экономическом явлении свидетельствуют номиналы денежных купюр Национального банка Республики Беларусь. Учтите, что по состоянию на март 1995 г. 11600 белорусских рублей были эквивалентны 1 доллару. Самые крупные номиналы белорусских денег в 1995 г. были равны 20000 и 50000 рублей. По состоянию на сентябрь 1999 г. 281 000 белорусских рублей была эквивалентна 1 доллару. Самые крупные номиналы белорусских денег в 1999 г. равнялись 1 000 000 и 5000000 рублей. В представленном тексте задачи визуализированы денежные купюры номиналом 200, 500, 1000, 5000, 20000, 50000, 100000, 500000, 1000000, 5000000 рублей [2; с. 167].

Также в качестве практико-ориентированного задания для организации творческого полилога обучающихся можно использовать материалы авторского учебно-методического пособия по обучению истории Беларуси в 11-м классе, содержащие интервью газете «СБ. Беларусь сегодня» (05.02.2014) тогдашнего помощника Главы государства доктора экономических наук К. Рудого. «Что такое Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития? ... Какая цель у Беларуси в 2030 году? Это главный вопрос для дискуссии. Может быть, цель – это прирост ВВП на душу населения, производительности труда, эффективности производства, уровня жизни, индекса счастья? ...

... Думаю, что успех стратегии во многом зависит от того, кто будет ее реализовывать. Очевидно, это те белорусы, кому к 2030 году будет 21 — 60 лет, а сегодня им от 5 до сорока четырех. Значит, они уже сейчас должны становиться лучше, конкурентнее своих зарубежных сверстников. Поэтому приоритетами на ближайшие годы должны стать система образования ... госпрограммы ... по повышению международной конкурентоспособности национального образования ...

P.S. В 2030 году моему сыну будет 22. Какое решение он примет, где будет учиться, жить, работать? Чтобы повлиять на его выбор, важно успеть пройти путь, реализовать известные механизмы быстрее других стран...» [5].

С учетом возможности формирования функциональной грамотности обучающихся в экономической сфере интересен пример практико-ориентированного за-

дания, основанного на обсуждении мнения первого министра иностранных дел Республики Беларусь П. К. Кравченко, высказанного в интервью корреспонденту БелТА (11.01.2014). Дипломат выразил мнение о том, что в Беларуси необходимо ввести в оборот понятие экономического патриотизма. Этот термин основан на том, что человек, прежде чем отдать свой рубль за какой-либо товар или услугу, должен подумать – а в чей карман он его положит? В карман белорусского предприятия? Но нашего человека не обманешь: если уж он собрался голосовать рублем, под это нужно подводить и качество продукции. Экономическим патриотом, по мнению П. К. Кравченко, должен быть не только покупатель, но и продавец, производитель отечественного товара. Тогда экономический патриотизм будет гармоничен: люди приобретают отечественную продукцию и имеют для этого хорошую мотивацию, ведь производитель выложил на 100% и создал товар со всеми необходимыми потребительскими качествами. Проблематизация по условиям предложенного задания связана с тем, как добиться в нашей стране сформированности такого экономического патриотизма [5].

С учетом востребованности обучающимися в личных практиках жизнедеятельности рассматривается в названных в статье учебных пособиях эволюция белорусской модели социально-экономического развития, в т.ч. с учетом решений шести Всебелорусских народных собраний, представленная в ее сущностных характеристиках и с учетом особенностей реализации [2; с. 148–153; 3, с. 89–96]. При этом следует учитывать тот факт, что в рамках межпредметных связей вопросы экономического развития и эволюции финансовой системы более обстоятельно представлены в учебном предмете «Обществоведение», который в своем целефункциональном предназначении ориентирован на формирование и развитие экономической культуры обучающихся, а в истории указанная проблематика представлена контекстуально.

Следует заметить востребованность тематики социально-экономического развития современной Беларуси, о чем свидетельствуют результаты анкетирования в мае 2021 г. 34 учителей – участников опытной проверки учебного пособия по истории Беларуси 1917 г. – начала XXI в., проведенные Национальным институтом образования.

Таким образом, тенденции в освещении экономического развития Республики Беларусь в школьной учебной литературе по новейшей истории Беларуси связаны:

- с наполнением фактологическим содержанием территориально-культурных идентификационных маркеров обучающихся как топологической основы их патриотических ценностей;
- с перспективой постепенного становления гражданской позиции обучающегося как представителя современной белорусской нации, процесс становления которой проходит в рамках определенной государством социально-ориентированной модели экономики;
- с установлением исторической преемственности между достижениями экономической теории и воплощением их в практике современного экономического развития;
- с использованием т.н. культурно-исторических аналогов – примеров деятельности людей в истории, которые являются земляками или гражданами Республики Беларусь;

– с актуализацией целесообразности формирования финансовой грамотности обучающихся на основе усвоения содержания историко-обществоведческого образования и реализации межпредметных связей;

– с созданием комплекса практико-ориентированных заданий для выработки базовых компетенций XXI в. и функциональной грамотности в экономической сфере;

– с учетом поликультурного характера экономических достижений как составного компонента культурно-исторической среды Беларуси;

– с проблематизацией личного вклада самих обучающихся в свое собственное экономическое развитие.

Список использованных источников

1. Паноў, С. В. Гісторыя Беларусі, другая палова 1940-х гг. – пачатак XXI ст. : вучэб. дапам. для 11-га кл. устаноў агул. сярэд. адукацыі з беларус. мовай навучання / В. М. Фамін, С. В. Паноў, Н. М. Ганушчанка ; пад рэд. В. М. Фаміна. – Мінск : Нац. ін-т адукацыі, 2013. – 232 с.

2. Паноў, С. В. Гісторыя Беларусі : 1917 г. – пачатак XXI ст. : вучэб. дапам. для 9-га кл. устаноў агул. сярэд. адукацыі з беларус. мовай навучання / С. В. Паноў, У. Н. Сідарцоў, В. М. Фамін. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2019. – 182 с.

3. История Беларуси, XIX – начало XXI в. : учеб. пособие для 11-го кл. учреждений общ. сред. образования с рус. яз. обучения / А. В. Касович [и др.] ; под ред. А. В. Касовича, А. П. Соловьянова. – Мінск : Изд. центр БГУ, 2021. – 240 с.

4. Марзалюк: мы обязаны сохранить культурный код нации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belta.by/society/view/marzaljuk-my-objazany-sohranit-kulturnyj-kod-natsii-456639-2021/>. – Дата доступа : 24.08.2021.

5. Паноў, С. В. Гісторыя Беларусі ў 11 класе : вучэб.-метад. дапам. для настаўнікаў устаноў агул. сярэд. адукацыі з беларус. і рус. мовамі навучання / С. В. Паноў. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2015. – 207 с.

УДК 37.378.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТНОЙ МЕТОДИКИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

Прибыльская Гражина Валентиновна, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Prybyl'skaya Grazhyna, senior teacher, Belarusian National Technical University,

grazhyna17@tut.by

Аннотация. На современном этапе высшая школа ставит задачу повысить интеллектуальный уровень развития будущих выпускников, которые способны свободно общаться с представителями других культур на иностранном языке.

Ключевые слова: иностранный язык, менеджер, профессиональное образование, самостоятельное обучение, проектная методика

Обучение студентов неязыковых вузов иностранному языку при помощи проектной методики является одной из основных задач педагога. Очень важно обеспечить студентам среду, которая будет максимально приближена к аутентичному

использованию языка в целях общения. проектная методика позволяет достичь хороших результатов в практическом освоении языка.

Под проектом мы понимаем совместную деятельность студентов и преподавателя, объединенную единой тематикой и имеющую результатом иноязычную речевую деятельность, вплетенную в интеллектуальный контекст иной деятельности.

Таким образом, мы определяем проектную технологию как совокупность приемов и способов организации процесса совместной деятельности преподавателя и студентов, позволяющих реализовать на практике исследовательские методы обучения иностранному языку, направленные на получение конечного результата в ходе осуществления проекта.

Анализ отечественных и зарубежных исследований позволил выделить ряд существенных характеристик проектной технологии.

1. Прагматическая направленность. Основоположником проектной технологии являлся педагог Дж. Дьюи, который описал теоретическое положение как - «learning by doing» - обучение в практической деятельности. Студенты должны знать, зачем им важны те или иные знания, и для решения каких конкретных задач они смогут их использовать [1, с.94].

2. Сложность подачи учебного материала. Одним из требований к процессу обучения, организованного по проектной методике, считается присутствие важной в исследовательском проекте проблемы. Проблема – это практическая или же теоретическая трудность, которую обучаемый может разрешить только с поддержкой личной исследовательской работы.

3. Планирование деятельности. Осуществление данного проекта подразумевает подготовительное его планирование, с одной стороны, педагогом, с другой педагогом и обучаемыми совместно.

4. Деятельность в сотрудничестве. Работа над проектом основана на идее взаимодействия и коммуникации студентов и педагога, где роль самого педагога становится главной, а на заключительном этапе – партнерской.

5. Групповая форма работы, В процессе общей деятельности обучаемых необходимым нюансом считается организация их работы в небольших группах, так как такая форма работы подразумевает присутствие большего объема информации, большего креативного потенциала в процессе поиска способов решения проблемы.

6. Самообразовательная деятельность. Процесс изучения иностранного языка, который организован на основе проектной методике, дает возможность для студентов создать необходимые благоприятные условия для выполнения самостоятельной работы.

7. Исследовательская деятельность с использованием изучаемого языка. Исследовательский характер проектной технологии заключается в приобретении способностей исследовательской работы. Изучение проблемы проекта имеет возможность проходить как в стенах университета, так и за его пределами. Студенты собирают материал, устанавливают контакты с учреждениями, проводят интервью с сотрудниками музеев, фотографируют объекты, снимают материал на видео.

8. Направленность на конечный продукт. Воплощение проекта завершается демонстрацией конечного продукта в той или иной форме: театральная постановка, показ видеопленки, репортаж, отчет, отзыв, журнал, заметка, выставка.

9. Рефлексивная самооценка и самостоятельный мониторинг. Одним из ключевых компонентов проектной методики является вовлечение в самостоятельную деятельность тех учебных средств, материалов и видов заданий, которые могут помочь воплотить в жизнь рефлексивную самооценку и самостоятельный мониторинг студентами на всех этапах работы над проектом [3, с. 35].

Существует определенная схема, по которой осуществляется процесс работы над проектом. В данной связи стоит перечислить ключевые этапы: подготовительная работа, реализация проекта, презентация, обсуждение.

Рассмотрим использование технологии проектов по теме «Собеседование при приеме на работу» “Applying for a Job”.

Следует выделить следующие этапы при работе над данной темой проекта:

1. Для обсуждения предлагается проблема трудоустройства, которая актуальна для студентов, так как через несколько месяцев/лет им предстоит решать ее в реальной жизни. Определяются тема/проблема, объект исследования, направления работы.

2. Совместно с преподавателем студенты определяют конечный продукт проекта. Им должны стать: анкета для приема на работу; бюллетень бюро по трудоустройству о востребованности профессий в городе; опрос общественного мнения о престижности различных профессий (в форме диаграммы), статья в молодежную газету с рекомендациями о прохождении интервьюирования; небольшая ролевая игра об устройстве на работу.

Студенты делятся на рабочие подгруппы (команды) в соответствии с интересами и склонностями.

3. Обсуждаются вопросы:

1. Какая информация нужна для выполнения проекта?
2. Как и где ее можно получить?

Какова роль каждого участника в выполнении проекта? Сколько времени даётся на сбор информации? и др.

4. Преподаватель проводит консультацию, связанную с возможными языковыми трудностями при сборе информации.

5. Студенты собирают информацию.

Одна из команд посещает городское бюро по трудоустройству; вторая команда проводит опрос учащихся других групп о престижности различных профессий; третья команда собирает информацию о содержании анкеты при поступлении на работу (используются Интернет, печатные издания); четвертая команда путем опроса выясняет, как необходимо вести себя во время интервью.

6. Студенты систематизируют и анализируют полученную информацию. Команды взвешивают ценность собранных сведений, исключают второстепенную информацию и не соответствующую целям проекта. Отбирается наиболее ценная информация.

7. Преподаватель готовит студентов к участию в кульминационной деятельности, привлекает языковые средства, которые помогут учащимся в презентации итогового продукта (корректировка произношения, редактирование, обработка письменных материалов и т.п.)

8. Студенты представляют конечный продукт:

первая команда – анкеты для приема на работу: а) стюардессы, б) программиста;

вторая команда – бюллетень бюро по трудоустройству с перечнем наиболее востребованных профессий и устный анализ его содержания;

третья команда – в виде диаграммы с комментарием представляет данные «социологического опроса» о престижности различных профессий;

четвертая команда представляет статью для молодежной газеты с рекомендациями о поведении во время интервьюирования.

Затем проводится небольшая ролевая игра о «приеме на работу молодого специалиста». При этом учитывается вся подученная информация.

Основными преимуществами использования метода проектов на занятиях по иностранному языку являются:

- работа над проектом связана с предшествующей работой по теме и считается ее закономерным завершением;

- этот метод способствует развитию навыков и умений говорения, чтения и письма, пониманию речи на слух, а также помогает научиться работать в команде, обсуждать различного рода вопросы, делать выводы;

- иностранный язык может быть использован студентами в различных ситуациях с помощью данного метода;

- позволяет студентам самостоятельно работать над проектом;

- дает возможность получения четких результатов и включает самооценку своей работы и оценку своих сокурсников и преподавателя;

Основными недостатками данного метода являются:

- наблюдается сложность в проведении консультаций;

- очень тяжело проконтролировать использование иностранного языка в процессе выполнения самостоятельной работы студентов над проектами.

Таки образом, проектная работа имеет огромный потенциал в обучении иностранным языкам. В настоящее время, одних учебных пособий, в том числе и компьютерных технологий недостаточно для активизации деятельности обучаемых. Работа над проектом придает изучению иностранного языка неповторимость новизны открытия и творчества, содействует повышению мотивации обучаемых, инициирует их речемыслительную деятельность, считается незаменимым условием формирования социокультурной компетенции у обучаемых.

Метод проектов максимально раскрывает творческий потенциал личности. Благоприятные условия способствуют развитию у студентов, творческой фантазии, воображения. У обучающихся развиваются различного рода самостоятельные умения учебной деятельности: умение исследовать, анализировать, сопоставлять и аргументировать. А также работа над проектом дает возможность совершенствовать умение презентации самого проекта.

Список использованных источников

1. Голубева Т.И. Применение информационных технологий в обучении иностранному языку / Т.П. Голубева. – Оренбург, 2010. – С.93-98

2. Ефременко, А.В. Применение информационных технологий / А.В. Ефременко // Иностранные языки в школе. – 2014. – №8. – С.18-21.

3. Матвеева, Н.В. Применение компьютерных технологий при обучении иностранному языку / Н.В. Матвеева // Информатика и образование. – 2015. – №6. – С.35-38.

4. Нелунова, Е.Д. Информационные и коммуникативные технологии в обучении иностранному языку в школе / Е.Д. Нелунова – Якутск, 2018. – 104с.

5. Pregent, R. Charting Your Course: How to Prepare to Teach More Effectively. English education. Medison, WI: Magna, 1994.

УДК 801.001

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО
Селиванова Елена Анатольевна, преподаватель
Полесский государственный университет

Selivanova Elena, Polessky State University, elena-seliwanowa@mail.ru

Аннотация. В статье речь идет о видах сотрудничества, необходимости развития у студентов межкультурных компетенций на профессионально ориентированных занятиях по иностранному языку, об аспектах, которые могут привести к недопониманию в процессе межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: межкультурное сотрудничество; мультикультурный, межкультурный, кросс-культурный, межкультурные компетенции.

«Мир – это глобальная деревня». В этом высказывании описываются текущие вопросы межкультурного сотрудничества. Многие организации имеют офисы в разных странах и поддерживают деловые отношения с партнерами и клиентами, которые принадлежат разным культурам. При сотрудничестве людей из разных слоев общества большое значение приобретают такие ключевые слова как «мультикультурный», «межкультурный», «кросс-культурный».

В чем разница между мультикультурным, межкультурным и кросс-культурным сотрудничеством? Хотя все они объединены одним общим понятием, они имеют разную выраженность и характеристики. Различия в значениях связаны с точкой зрения, которую мы можем принять при взаимодействии с людьми из других культур.

Мультикультурный

Понятие «мультикультурный» относится к обществу, в котором есть несколько культурных или этнических групп. В этом обществе люди живут бок о бок. При этом эти культурные группы практически не взаимодействуют друг с другом. Например, люди в многокультурной среде посещают этнические магазины и рестораны, не взаимодействуя со своими соседями из других стран или культур (например, пабы в «Чайнатауне» или «Маленькой Италии»).

Кросс-культурный

Кросс-культурные организации / общества преодолевают сложности между разными культурами. В межкультурном общении различия понимаются, распознаются и вызывают индивидуальные изменения. Однако серьезных изменений нет. В таких обществах культура часто рассматривается как «норма». Все другие культуры сравниваются или противопоставляются преобладающей культуре.

Межкультурный

Межкультурное сотрудничество предполагает глубокое понимание и уважение ко всем культурам. Межкультурное общение ориентировано на взаимный обмен идеями, культурными нормами и развитие глубоких отношений. В межкультурной среде все адаптируются, учатся друг у друга и растут вместе. Это создает новую культуру из суммы отдельных частей.

С понятием «межкультурное общение» тесно связано понятие «межкультурные компетенции». в международной среде стремятся к развитию компетенций, которые сохраняют уважительное отношение к людям и развивают понимание других культур. D. K. Deardorff, автор «Руководства по межкультурной компетенции», называет пять специфических навыков, которые можно развить с помощью опыта и обучения:

Внимательность

Внимательность – это способность осознавать, как происходит и развивается общение и взаимодействие с другими. Для этого важно больше сосредоточиться на процессе, чем на результате. В то же время важно следить за желаемыми целями коммуникации. Например, было бы лучше задавать такие вопросы, как «Что я могу сказать или сделать, чтобы поддержать процесс?», А не «Что вы имели в виду?».

Гибкость ума

Умственные способности - это способности создавать новые информационные категории вместо сохранения старых. Именно этот навык включает в себя открытость для новой информации, возможность использовать более одной точки зрения и понимание личной интерпретации сообщений и ситуаций.

Терпимость к двусмысленности

Двусмысленность – это способность переносить неоднозначные ситуации и противоречивые действия вместо того, чтобы беспокоиться. Как правило, люди с низкой толерантностью к двусмысленности ищут информацию, подтверждающую их предположения. Люди с высокой толерантностью ищут информацию, которая поможет им разобраться в ситуации.

Гибкость в поведении

Способность воспринимать поведение из другой культуры и адаптировать собственное поведение. Хотя знание второго языка может быть важным для этого навыка, это не обязательно означает культурную адаптивность. Гибкость также включает в себя готовность принять и понять новую культуру.

Культурная эмпатия

Способность понимать ситуацию другого человека с его интеллектуальной и эмоциональной точки зрения. Проявление сочувствия включает в себя способность эмоционально сблизиться с людьми и проявлять сострадание.

По словам Швабе, в межкультурном общении играют роль несколько аспектов, которые могут привести к недопониманию или конфликтам:

- Иной, отличный от своего язык

Языковые барьеры могут быстро привести к недопониманию. Особенно, когда рабочая обстановка напряжена или в рабочем процессе возникают проблемы.

- Различные интерпретации кодов (позы, жесты)

Например, кивок означает не во всех культурах одобрение, т.е. "да". В то время как кивок в Беларуси означает «да», то в таких странах, как Индия, нужно покачать головой вперед и назад, чтобы сказать «да».

- Незнание или отсутствие информации о другом человеке

Если не знаешь, какие культурные особенности имеет другой человек, может случиться так, что определенные ситуации будут неправильно истолкованы. Например, в то время как во многих странах, таких как например, Франция, поцелуй при приветствии друзей является нормой, то в Японии поцелуи на публике не одобряются.

- Опыт других

Опыт других можно получить через средства массовой информации или через знакомых. Не получив в этом отношении достоверной информации, многие принимают этот вторичный опыт за основу своего поведения [1, с. 38]. Ключевая проблема заключается в том, что то, что человек не понимает или просто не знает, заменяется его собственными интерпретациями и предположениями.

- Культурное мировоззрение

Для того, кто придерживается мнения, что существует только одна его собственная культура, а все другие культуры вторичны и «ненормальны», общение среди равных очень затруднено.

- Отсутствие желания общаться

У того, кто враждебно настроен к другим культурам, нет готовности общаться.

- Отсутствие опыта общения с другими культурами

Люди, у которых был опыт общения с людьми из других культур, обычно более открыты и более позитивны по отношению к другим культурам.

Приведенные выше примеры показывают, что не в последнюю очередь отсутствие знаний (лингвистического или культурного характера), отсутствие желания общаться и недостаточное понимание могут привести к проблемам в мультикультурных командах.

Международные организации извлекают выгоду от сотрудников, которые обладают межкультурными навыками. Это означает, что они надлежащим образом ведут себя по отношению к клиентам и деловым партнерам, а это увеличивает шансы на успешное сотрудничество.

Без практического владения иностранным языком эффективно осуществлять межкультурную коммуникацию невозможно. При этом язык является не просто посредником в коммуникационном процессе, но и его основным инструментом, который выражает самобытность культуры. Таким образом, не достаточно просто лишь знать и понимать необходимые в ситуации общения слова и уметь правильно строить предложения, руководствуясь знаниями грамматики. Необходимо также уметь правильно интерпретировать поведение представителя другой культуры, а также быть готовым воспринимать другую форму коммуникативного поведения, которое существенно варьируется в зависимости от культуры данного социума. Неудачная межкультурная коммуникация может привести к тому, что деловые люди не поймут друг друга как партнеры, срывая тем самым переговоры и сделки. Простым примером может быть отношение к пунктуальности белоруса и немца. Межкультурные недоразумения и неверные толкования могут быть связаны с огромными затратами в области международных закупок и слияний компаний.

Поэтому основной целью обучения иностранному языку на языковой специальности в университете является развитие языковой личности, которая будет готова к реальному продуктивному общению с представителями других культур на разных уровнях и в разных сферах жизни той или иной языковой этносоциальности.

Таким образом, профессионально ориентированные занятия по иностранному языку в университете, - как один из возможных вариантов для тренировки межкультурной коммуникативной компетенции – имеют задачу подготовить студента к профессиональному общению на языке и межкультурным контактам.

Список использованных источников

1. Schwabe, Edith Broszinsky-Schwabe (2011): Interkulturelle Kommunikation. Missverständnisse – Verständigung. VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien, Wiesbaden. S. 241.

УДК 81'255

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Селюжицкая Л.Н., старший преподаватель
Полесский государственный университет

Seliuzhytskaya. L.N, lecturer, Polessky State University, liudmila.seluj@gmail.com

Аннотация. В данной статье раскрывается проблема передачи имен собственных с немецкого языка на русский. Автор рассматривает такие способы перевода, как транслитерация, транскрипция и перевод.

Ключевые слова: имя собственное, астрономы, топонимы, антропонимы, перевод, транскрипция, транслитерация, транслитерация.

В лингвистике особое место занимают имена собственные как специфические языковые знаки в системе лексических средств языка. Имена собственные отличаются от имен нарицательных отсутствием в своем значении понятийного знака и закрепленностью за одним определенным лицом и предметом. Лингвисты подразделяют имена собственные на следующие группы: антропонимы (к ним относятся имена, отчества, фамилии, прозвища людей, клички, псевдонимы); топонимы (географические названия) и астрономы (названия газет, журналов, фильмов, произведений художественной литературы, опер, балетов и т.п.).

Лингвисты выделяют следующие способы передачи имен собственных с немецкого языка на русский является транскрипция, транслитерация, перевод.

Перевод применяется в тех случаях, если имена собственные имеют семантику, исключая имена собственные людей, употребленные в своей прямой функции и не осложненные коннотацией, как, например, Rose, Heide, Wolf. Для сравнения в русском языке такие имена как Роза, Лилия, Маргарита. Немецкие фамилии Muller, Schmiedt, а также русские фамилии Мельников, Кузнецов и многие другие также характеризуются наличием семантики.

Перевод используется для перевода прозвищ, так как только этот способ характеризует их значение: August der Starke — Август Сильный, Karl der Große — Карл Великий, der Eiserne Bismark — Железный Бисмарк, Iwan der Schreckliche — Иван Грозный.

Перевод является распространенным способом для передачи с немецкого языка на русский топонимов, т.е. географических названий, имеющих семантику: das Erzgebirge — Рудные горы, das Felsengebirge — Скалистые горы, Kap der guten Hoffnung — мыс Доброй Надежды.

Немецкие фамилии имеют часто предлог von, который часто указывает на дворянское, аристократическое происхождение, например: Johann Wolfgang von Goethe, Otto von Bismarck.

Один из распространенных способов передачи имен собственных является транслитерация. Это способ передачи графического образа слова с учетом экви-

валента двух алфавитов: языка источника и языка-перевода. Транслитерация активно используется для перевода таких лексических единиц как:

– антропонимы (имена и фамилии лиц), например Erich Maria Remarque – Эрих Мария Ремарк, John Reed – Джон Рид;

– топонимы, т.е. географические названия, например Berlin-Берлин, Innsbruck-Инсбрук, Bremen – Бремен.

Географические названия, имеющие форму множественного числа, переводятся в соответствии с правилами языка перевода, например: Alpen - Альпы, Anden - Анды, Pyrenäen - Пиренеи.

– астронимы (названия газет, журналов, информационных агентств, издательств), например BBC- Би-би-си, der Spiegel – «Шпигель», die Welt- «Вельт», Fokus - Фокус;

– названия улиц, площадей, гостиниц, театров, например Alexanderplatz – Александерплатц; Blumenstraße – Блюменштрассэ.

– названия предприятий и фирм, например Volkswagen – Фольксваген, Siemens – Сименс.

– термины, реалии быта, Computer – компьютер, Hamburger – гамбургер [1].

Следует обратить внимание на то, что некоторые буквы отображаются на письме как дифтонги. Согласно новым правилам правописания возможно употребление как новое написания дифтонгов и старое. Немецким буквам ä, ö, ü, ß, а соответствуют дифтонги ae, oe, ue, ss. Например, написание немецкого города Кельн будет правильным и как Koeln, и как Köln.

Дифтонги ei, eu, äu будут произноситься и передаваться на письме в русском языке как «ей» или «эй». Например Leipzig -Лейпциг, а не «Ляйпциг», Einstein – Эйнштейн, а не «Айнстайн», Heine- Гейне, а не «Хайне».

Немецкому звуку h в русском языке будет соответствовать «г». Например, Hans -Ганс, Hamburg-Гамбург, Hannover- Ганновер, Heinrich- Генрих.

Транслитерация допускает недостатки и неточности при переводе. Недостаток заключается в том, что имя произносится по правилам чтения языка перевода и нередко искажается из-за того, что одной и той же буквой или дифтонгом передаются разные звуки (буквы). Такие буквоочетания как dh, gh, rh, th невозможно передать на русский язык ни с помощью транслитерации, ни с помощью транскрипции.

Преимуществом транслитерации можно назвать возможность восстановления в случае необходимости буквенного образа слова в языке-источнике, т.е. возможность его идентификации, что может быть особенно важно для нехудожественных текстов.

Для передачи антропонимов главным способом является транскрипция.

По мнению лингвистов, транскрипция – это передача звукового образа слова. Как переводческий прием используется практическая транскрипция, которая позволяет применять существующий алфавит языка перевода для введения в текст иноязычного слова таким образом, чтобы не требовались особые правила чтения. При этом не имеется орфографических ограничений для практической транскрипции. Например, слово по написанию может не соответствовать орфографическим нормам языка перевода: Zürich – Цюрих, Goethe – Гёте, Remarque – Ремарк, Seghers – Зегерс, Shakespeare – Шекспир.

Транскрипция применяется часто при передаче географических названий немецкого происхождения: Kilimandjaro – Килиманжаро, Djakarta – Джакарта, Cambridge – Кембридж.

Транскрипции подразумевает использование при постоянных, принятых соответствиях между фонемами оригинала и графемами языка перевода. Благодаря этому достигается сходство звучания имени в языке источнике и языке перевода. Однако и при использовании данного метода возможны неточности перевода имен из-за различий в фонетических системах языков, а также несовпадения набора графем. Например, в имени Anna – Анна, невозможно передать долготу и краткость гласного, в имени Thomas – Томас невозможно передать аспирацию (придыхание).

Таким образом, следует признать, что практическая транскрипция, являясь преимущественным способом передачи антропонимов, имеет также свои недостатки. Однако следует отметить, что при помощи данного способа обязательно следует передавать уменьшительные и ласкательные имена, включая и присоединенный уменьшительный суффикс -chen, например: Lottchen – Лоттхен, Paulchen – Паулхен.

Несмотря на разнообразие приемов передачи антропонимов, существуют некоторые традиционные правила, касающиеся, в основном, окончаний имен.

Немецкие женские имена, оканчивающиеся на –е, получают в русском языке окончание –а: Pauline – Паулина, Elfriede – Эльфрида, Helge – Хельга; античные имена: Penelope – Пенелопа; французские имена на –е теряют окончание: Marie – Мари, Louise – Луиз, Jeanette – Жанет.

Античные имена, оканчивающиеся на –о, получают при передаче на русский язык окончание –н: Plato – Платон, Nero – Нерон, в именах мужского рода, оканчивающихся на –us, –es, окончание опускается: Brutus – Брут, Sokrates – Сократ, Perikles – Перикл; имена на –eus, –aus получают в русском языке окончание –ей: Odysseus – Одиссей, Prometheus – Прометей; женские имена на –is получают окончание –да: Artemis – Артемида, Isis – Изид.

Необходимо знать соответствия, имеющие иной характер и употребляющиеся традиционно: Venus von Milo – Венера Милосская, Pallas Athen – Афина Паллада, Mephistopheles – Мефистофель и многие другие. Их можно найти в специальных словарях: мифологических, литературных, в словарях имен собственных.

При переводе текстов религиозных следует использовать канонические христианские соответствия: Michael – Михаил, Paulus – Павел, Markus – Марк, Johannes – Иоанн, Lukas – Лука, Peter – Петр. Название церкви Peterskirche следует переводить как собор Святого Петра, Michaelskirche – собор Святого Михаила.

В некоторых случаях при передаче имен христианских святых используется и перевод (т.е. применяют два способа): Georg der Theologe – Григорий Богослов, Andreas der Erbsberufene – Андрей Первозванный, Johannes Chrysostomos – Иоанн Златоуст [2].

Следует обратить внимание на то, что многие европейские города имеют наряду с национальными названиями немецкие дублеты. Это связано с историей отношений Германии и некоторых европейских стран. Употребление немецких дублетов объясняется тем, что в переводимом тексте они служат с целью создания определенного историко-временного колорита. Например:

Breslau (нем.) – Wrocław (чех.) - Вроцлав; Brünn (нем.) – Брно (чех.); Karlsbad (нем.) – Karlovy Vary (чех.) – Карловы Вары; Auschwitz (нем.) – Oswiecym (польск.) – Освенцим; Danzig (нем.) – Gdansk (польск.) – Гданьск [3]

В немецком языке очень распространен способ использования перифраз для обозначения стран и городов, например: die grüne Insel – Ирландия, das Land der tausend Seen – Финляндия, das Land des Känguruhs – Австралия, die Goethestadt- Веймар, Deutschlands Tor zur Welt – Гамбург, Deutsche Finanzmetropole – Франкфурт на Майне, die Elbflorenz, Klein-Paris – Дрезден, Stadt des Buches, Messestadt – Лейпциг.

Итак, при переводе имен собственных с немецкого языка на русский активно используются такие способы, как перевод, транслитерация и транскрипция. Для более точной передачи слова языка-источника на язык перевода часто могут использоваться несколько способов, например транскрипция и транслитерация, транслитерация и перевод.

Список использованных источников

1. Архипов, А.Ф. Самоучитель перевода с немецкого языка на русский / А. Ф. Архипов. – М.: Высш. шк., 2001. – 255 с.
2. Гильченко, Н.А. Практикум по переводу научных и публицистических текстов с немецкого на русский / Н.А. Гильченко. – СПб.: КАРО, 2008. – 352 с.
3. Гильченко, Н. Л. Г Практикум по переводу с немецкого языка на русский / Н.А. Гильченко. – СПб.: КАРО, 2009. - 368 с.

УДК 378.147

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Сорокина Алла Ивановна, к.п.н., доцент

Белорусский национальный технический университет

Sorokina Alla, PhD, Associate Professor

Belarusian National Technical University, allasorokina@bntu.by

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития дистанционного образования на основе анализа применения информационных компьютерных технологий и сравнения онлайн- и оффлайн-форматов с формой традиционного обучения.

Ключевые слова: дистанционное образование, информационные компьютерные технологии, онлайн-и оффлайн-формат.

Формирование единого мирового информационного пространства повлекло за собой изменения во всех сферах деятельности человека, коснулось оно и системы образования, потребовав принципиально нового подхода к процессу обучения. Распространение пандемии коронавируса в 2020 году усилило необходимость создания более комфортных условий для процесса обучения. Ответом вызову времени стало появление совершенно новой формы организации учебного процесса: онлайн- и оффлайн-форматов.

Система онлайн- и оффлайн-форматов в организации учебного процесса не является абсолютно новой тенденцией в образовании. Педагогам хорошо известны

труды российских ученых Е.С. Полата [5] и А.В. Хуторского [6], которые посвящены теории и практике дистанционного обучения.

В Беларуси в 2000 году появилась работа ученых А.И. Жука и И.А. Тавгеня об основных проблемах дистанционного образования в Республике Беларусь [3].

В 2002 году группа белорусских ученых во главе с профессором А.И. Жуком опубликовала научную работу, посвященную концептуальным основам создания и развития дистанционного образования в Республике Беларусь, в которой были охарактеризованы предпосылки и целесообразность создания системы дистанционного образования в Беларуси, намечены цели, задачи, описаны принципы создания и развития системы дистанционного образования в Республике Беларусь, представлена организационная структура такого типа образования, его этапы создания и развития, рассмотрены вопросы учебно-методического, информационно-коммуникативного обеспечения, изложено решение нормативно-правового, кадрового, экономического и финансового обеспечения [4].

Среди более поздних научных работ, посвященных проблемам дистанционного образования в Беларуси, можно выделить работу исследователей И.В. Брезгуновой, В.А. Гайсенка, Н.И. Листопад, С.И. Максимова, С.И. Поблагуева, которые рассмотрели возможности дистанционного образования и изложили требования к системе дистанционного образования на базе облачных технологий [1].

Позднее появляются научные работы по инклюзивному образованию в условиях дистанционного обучения, в которой исследователи В.Э. Гаманович, Е.В. Паршенок, Г.Т. Пономаревой, Д.В. Тимохина обобщили накопленный опыт по инклюзивному образованию в условиях дистанционного обучения и раскрыли принципы создания электронных средств обучения и технологии их разработки (2015, 2019).

В 2020 году коллектив ученых, в который вошли И.В. Брезгунова, В.А. Гайсенко, С.И. Максимов, описал структуру ИКТ-компетентности преподавателей высшей школы для дистанционного обучения [2].

Целью нашего исследования было рассмотрение перспектив развития дистанционного образования в высших учебных заведениях и определение степени готовности преподавателей и студентов высших учебных заведений к дистанционной форме обучения на данном этапе.

Для проведения исследования было использовано несколько методов: анализ научной педагогической литературы, метод сравнения, сопоставления и систематизации данных.

Для определения степени готовности преподавателей и студентов высших учебных заведений к дистанционной форме обучения на данном этапе были выделены следующие критерии: техническое оснащение рабочего места, уровень цифровой грамотности, наличие электронного учебно-методического материала, временные затраты на подготовку к занятиям, качество усвоения учебного материала.

Развитие информационно-компьютерных технологий привело к появлению дистанционных форм обучения, которые в настоящее время используются для получения второго образования, переподготовки по другой специальности, повышения квалификации, обучения на дому при наличии ограниченных физических возможностей и т.д. В период пандемии коронавируса дистанционное обучение получило новый толчок в своем развитии и позволило обеспечить растущий спрос на образовательные услуги.

В дистанционном образовании применяются два формата обучения онлайн- и оффлайн. Для организации учебного процесса в оффлайн – формате студенты получают учебный материал через электронные библиотеки, электронную почту и другие ресурсы электронной образовательной среды (видеоуроки и вебинары). Обучаясь онлайн, они находятся в сети, и для их обучения используются специальные средства сетевых коммуникаций. К ним относятся web- и видеоконференции, которые мы используем для проведения чат-занятий и веб-занятий.

Проводя занятия при помощи чат-технологий, преподаватель и студенты вовлечены в учебную деятельность в режиме реального времени, но без зрительного контакта между ними. Веб-занятия предполагают использование телекоммуникационных возможностей сети Интернет для проведения дистанционных практических занятий, семинаров, конференций. Для организации веб-занятий преподаватели используют специальные мессенджеры, такие как Viber, Skype, Zoom, WhatsApp, специализированную платформу MSTeams и т.д.

Резкий переход к дистанционному формату образования в высших учебных заведениях обнаружил целый ряд проблем. Анкетирование преподавателей и студентов позволило оценить не только слабые, но и сильные стороны организации учебного процесса в онлайн- и оффлайн-форматах.

В ответах на вопросы, касающихся технического оснащения рабочего места, были выделены следующие сложности: отсутствие нужных устройств для работы, плохая связь, отсутствие подключения к Интернету с достаточной скоростью соединения, технические проблемы во время занятий.

Что касается уровня цифровой грамотности, то многие: и преподаватели, и студенты, – впервые столкнулись с такой формой обучения. Дистанционное обучение – это совсем другая образовательная среда: новые функции и инструменты. При оценке своего уровня подготовки применения информационно-компьютерных технологий 68 % анкетированных признали свой уровень как средний, 22% - низким, 10% опрошенных оценили свой уровень как высокий. Сравнительно низкий уровень цифровой грамотности создавал определенные трудности для организации учебного процесса в онлайн- и оффлайн-форматах как для студентов, так и для преподавателей, увеличивал временные затраты на подготовку к занятиям обеих сторон.

Низкий уровень цифровой грамотности, сложности, связанные с техническими проблемами, привели к ухудшению степени усвоения учебного материала студентами.

Кроме того, преподавателю стало невозможно обеспечить достаточный уровень контроля выполняемых заданий, у преподавателя нет гарантии, что задания выполняются студентом самостоятельно. Отсюда качество получаемого образования падает и во многом зависит от самого студента, его мотивации, его целеустремленности.

Важным моментом при реализации дистанционного образования является мониторинг деятельности самого преподавателя. Студентам трудно воспринимать информацию без очного общения с преподавателем, поэтому необходимо после каждого занятия использовать систему обратной связи со студентами для понимания ситуации, складывающейся в процессе дистанционного обучения, и решения проблем, если таковые есть.

Погрузившись в Интернет-образование, преподаватели отмечают ряд достоинств дистанционного обучения: они обнаружили дополнительные возможности

для организации учебного процесса, связанные с разнообразием компьютерно-информационных технологий и большим объемом доступных информационных ресурсов, которые можно использовать для обучения в любой временной промежуток. Кроме того, у студентов появляется возможность для развития и совершенствования навыков к самообучению, самообразованию через поиск новой актуальной информации в сети Интернет.

Подводя итог нашего исследования, можно сделать вывод, что применение дистанционного обучения в образовательном процессе неоспоримо имеет свои перспективы в информационном обществе. Оно не должно конкурировать с традиционной моделью обучения, оптимальной формой организации учебного процесса может быть только сочетание дистанционной формы обучения и традиционной образовательной системы. Для эффективной организации дистанционного обучения необходимо разработать новое программное и учебно-методическое обеспечение, продумать новые результативные методики применения дистанционных форм обучения, предложить наиболее эффективные формы текущей и промежуточной аттестации, усилить цифровую грамотность преподавателей и студентов и создать комфортную образовательную среду через оптимальные технические условия для процесса обучения.

Список использованных источников

1. Брезгунова, И.В., Гайсенюк, В.А., Листопад, Н.И., Максимов, С.И., Поблагуев, С.И. Модель удаленного образования от А до Я. Дистанционное обучение как образовательная услуга и мобильный облачный сервис / И.В. Брезгунова, В.А. Гайсенюк, Н.И. Листопад, С.И. Максимов, С.И. Поблагуев // Веснік сувязі. – 2016. – № 3 (137). – С.12-15.
2. Брезгунова, И.В., Гайсенюк, В.А., Максимов, С.И. Уровни и структура ИКТ-компетентности педагогических кадров учреждений высшего образования для целей электронного обучения / И.В. Брезгунова, В.А. Гайсенюк, С.И. Максимов // Вышэйшая школа. – 2020. – № 4. – С.19-21.
3. Жук, А.И., Тавгень, И.А. Об основных проблемах дистанционного образования в Республике Беларусь / А.И. Жук, И.А. Тавгень // Наука и образование на пороге III-го тысячелетия: Международный конгресс, Минск, 3-6 октября 2000 г.: тезисы докладов : в 2 кн. – Минск: НАН Беларуси, 2000. – Кн.1. – С. 313-314.
4. Жук, А.И. Концептуальные основы создания и развития дистанционного образования в Республике Беларусь / А.И. Жук, А.Н. Курбацкий, Н.И. Листопад, И.А. Тавгень. – Мн.: БГУ, 2002. – 20 с.
5. Полат, Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Е.С. Полат. – М.: Издательский центр «Академия», 1999. – 224 с.
6. Хуторской, А.В. Основы дистанционного обучения. Программа спецкурса для студентов педагогических учебных заведений / А.В. Хуторской. – М.: Московский педагогический университет, 1999. – 19с.

GREEN ECONOMY

Супрунiук Мария Андреевна, Прибыльская Гражина Валентиновна
Белорусский национальный технический университет

Supruniuk Maria, Prybylskaya Grazhyna, Belarusian National Technical University,
masha_supruniuk@hotmail.com

Annotation. The old "resource-intensive economy model" will lead to higher costs and lower productivity. The ongoing crises indicate this model and, therefore, form the idea of a new model that is now called "green economy", where material well-being is not provided inevitably due to increasing environmental risks, environmental deficits and social inequality.

Keywords: environment program, green economy, restrictions, productivity

Most scientists tend to say that green economy involves the following concept: ecosystems, economy, well-being of the population and all types of capital are closely related. Green economy is a direction in economic science that emerged at the end of the 20th century, within which it is believed that the economy is a dependent component of the natural environment, within which it exists and is a part of it.

A green economy is dependent on a healthy environment and strives to create well-being for all. Such an economy encompasses all sustainable development goals (environmental, social and economic) and develops blended strategies that achieve the best results in all three areas.

The United Nations Environment Program assumes the green economy as a tool that leads to increasing human well-being and social equity, and greatly reduces adverse environmental impacts and risks of environmental degradation.

The concept of a green economy can be defined as following: low-carbon, socially inclusive and with high resource efficiency. In this economy, things like employment and income growth are a consequence of public and private investments in economic activities, assets and infrastructure, which, in turn, causes a reduction in carbon emissions and pollution, an increase in energy and resource efficiency, as well as the prevention of biodiversity reduction. Government spending, political, tax and regulatory reforms should launch and support so-called "green" investments. The United Nations Environment Organization is developing a direction that accepts natural capital as one of the most important economic assets, as well as a source of public goods, primarily for people whose livelihoods are directly based on natural resources. It is not necessary to consider a long-term green economy as a substitute for stable development. The green economy only allows us to place a new emphasis on investment, capital, infrastructure, employment, skills and, of course, positive social and environmental results in the Asia-Pacific region. It is necessary to consider the role of the green economy for stable development in the following points:

- sustainable use and production are aimed at improving production processes and consumption practices so that resource consumption is reduced, waste and emissions are generated during the entire life cycle of processes and products;
- the very efficiency of resource exploitation should extend to how resources are used to create value for society, and should be aimed at reducing the number of necessary resources, emissions and waste generated per unit of product or service;

- providing a macroeconomic approach to robust economic growth with a key focus on investment, employment and skills. The three key areas of current green economy work are:

- 1) Promotion of a macroeconomic access to steady economic growth in regional, subregional and national forums;
- 2) Display of methods in green economy with a central emphasis on approach to green finance, technology and investment;
- 3) Supporting countries in developing and updating macroeconomic policies to maintain the transition to a green economy.

To speed up and anchor sustainable modifications in both consumption patterns and production patterns, multi-stakeholder partnerships are maintained to foster a green economy. In addition to governments and non-profit organizations, the United Nations Environment has expanded its engagement with the private sector, which is a necessary player in advancement resource efficiency and green economy.

An idea of green economy enables all people to create and appreciate prosperity.

A green economy is human-centered. Its goal is to develop genuine, shared prosperity.

It points out that growing wealth will encourage prosperity. Therefore, wealth may not only include financial, but also all spectrum of human, social, physical and natural capital.

It prioritizes investment and access to sustainable natural systems, infrastructure, information and education required for all people to thrive.

It offers opportunities for green and dignified livelihoods, businesses and jobs.

It is based on collective action for public goods, as well as on individual choice.

A green economy supports equality within and between generations.

A green economy is comprehensive and non-discriminatory. It distributes making various decisions, benefits and costs fairly; keeps away from the capture of the elite; and particularly supports the empowerment of women.

This encourages prerogative distribution of possibilities and outcomes, cuts down on dissimilarities between people, and provides plentiful space for wildlife and wildlife.

This requires a long-term perspective for the economy, wealth foundation and springiness that serve the interests of forthcoming citizens, and urgent action to undertake today's multidimensional poverty and injustice.

It is founded on unification and social justice, building trustfulness and collective bonds, and supporting human rights, the rights of laborers, autochthonous peoples and minorities, and the right to sustainable development.

This contributes to the empowerment of MSMEs, social projects and sustainable livelihoods.

It strives for a quick and fair transition and covers its costs without leaving anyone behind, empowering vulnerable groups to be transition agents and innovating in social protection and retraining.

A green economy protects, makes restriction and invests in nature.

An all-encompassing green economy identifies and supports the diverse values of nature - the functional values of the preparation of goods and services that underpin economies, the cultural values of nature that underpin societies, and the environmental values of nature that underpin all life.

It recognizes the limited fungibility of natural capital with other capital, applying the precautionary principle to avoid losing critical natural capital and violating environmental restrictions.

It invests in the protection, cultivation and restoration of biodiversity, soil, water, atmosphere and natural systems.

It is innovative in managing natural systems based on their properties, such as cyclicity, and coordinating with the life of the local community based on biodiversity and natural systems.

A green economy aims to support sustainable consumption and production.

An inclusive green economy is low carbon, resource efficient, contrasting and circular. It is the latest representation of economic development that addresses the challenge of creating affluence within planetary boundaries.

It recognizes that a significant global shift must occur to limit the consumption of natural resources to physically sustainable levels if we are to stay within planetary boundaries.

It recognizes the “social minimum” in consumption of basic goods and services needed to ensure human well-being and dignity, as well as unacceptable “peaks” in consumption.

It aligns prices, subsidies and incentives with real costs to society through mechanisms in which the polluter pays and / or where those who provide inclusive environmental outcomes benefit.

A green economy is governed by integrated, accountable and sustainable institutions.

An inclusive green economy is evidence-based - its norms and institutions are interdisciplinary, using both sound scientific and economic knowledge and local knowledge for an adaptive strategy.

It is supported by institutions that are integrated, collaborative and coherent - horizontally across sectors and vertically across levels of government - and have sufficient capacity to carry out their respective functions effectively, efficiently and accountably.

This requires public participation, prior informed consent, transparency, social dialogue, democratic accountability and freedom from vested interests in all institutions - public, private and civil society - for enlightened leadership to be complemented by the demands of society.

This contributes to the decentralization of decision-making for the local economy and the management of natural systems while maintaining strict common centralized standards, procedures and compliance systems.

It builds a financial system with the goal of prosperity and sustainability, designed to safely serve the public interest.

In the Republic of Belarus, more and more attention is given to environmental issues. A new state program is being developed, the increase in legislation is being introduced, the principle of documents in the field of nature protection around and rational use of original sources are being awakened. It follows from this that the development of mutually beneficial cooperation with foreign countries and international organizations in the field of ecology is very important for the Republic of Belarus.

Among the projects that may be associated with the order function of the green economy:

"The development of the forest sector of the Republic of Belarus" was held the expense of the World Bank loan (40.7 million) and related to the provision of Global Services (2.7 million dollars).

"Help for the transition of the Republic of Belarus for the green economy" funded by the Unity of Europe and implemented by the United Nations Development Program. The total budget of this project is 5 million euros. This project started in the year 2015.

The republic of Belarus is a participant in the program (project) "Green economies in the Eastern Partnership countries of the European Union" (national synchronizers – the Ministry of Economy and the Ministry of the Original Source).

The issues discussed in the EaP GREEN are a very good place for dialogue between countries in the framework of the economic and nature protection due to the fact that there is no need to make political decisions, but there is a need for the international communication and development.

The green economy is a universal and transformative change in the global status quo. This will require a fundamental change in government priorities. This change is not easy to grasp, but it is necessary if we are to ever achieve the Sustainable Development Goals.

References

1. About supporting the economy [Electronic resource]. – Mode of access : http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485/. – Date of access : 27.09.2021.

2. What is green economy? [Electronic resource]. – Mode of access : <https://greeneconomy.minpriroda.gov.by/ru/zelenaya-economika/>. – Date of access : 17.10.2021.

3. The 5 principles of green economy [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.greeneconomycoalition.org/news-and-resources/the-5-principles-of-green-economy>. – Date of access : 17.10.2021.

4. Green economy [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy>. – Date of access : 17.10.2021.

5. Green economy [Electronic resource]. – Mode of access : <https://economy.gov.by/ru/test-18-ru/>. – Date of access : 21.10.2021.

УДК 372.881.1

ИНОЯЗЫЧНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

Татаревич Марина Вячеславовна, преподаватель

Полесский государственный университет

Tatarevich Marina, university teacher, Polesky State University,
tatarevich.marina@yandex.by

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы иноязычного обучения иностранному языку в неязыковом вузе, а также различные подходы к педагогическому сотрудничеству при обучении иностранному языку.

Ключевые слова: профессиональный иностранный язык, междисциплинарное обучение, неязыковой вуз.

В настоящее время развитие высшего образования более чем когда-либо ориентировано на языковое образование. Это связано с тем, что знание иностранных языков стало обязательным в современном мире, а также является предпосылкой

профессионального успеха и конкурентоспособности молодых специалистов. Специалист в любой профессиональной сфере должен быть готов к общению с зарубежными партнерами в условиях все более расширяющегося международного сотрудничества. Кроме того, в настоящее время обучение иностранному языку - это не только передача языковых знаний, но и средство социализации человека в мультикультурном и многонациональном мире. Иностранный язык можно рассматривать как один из лучших инструментов для интеграции лингвистических и основных предметов, обеспечивая целостность учебного процесса. Такой целостный подход кажется жизненно важным для высшего образования.

При реализации междисциплинарной интеграции на всех уровнях профессионального образования необходимо следовать целям как академических, так и индивидуальных курсов, чтобы превратить выпускника учебного заведения во всесторонне развитую и профессионально компетентную личность. Специалист должен владеть языком на том уровне, который позволит ему активно и свободно использовать его в сфере профессиональной деятельности. Для достижения положительного результата очень важно, чтобы изучение иностранного языка носило не просто углубленный характер, а приобрело профессиональный статус. В практике обучения иностранному языку в неязыковом вузе все более широкое применение находит понятие «профессиональный иностранный язык», разрабатываются новые подходы и технологии обучения. Однако эффективность обучения в значительной степени определяется научным обоснованием инноваций [1, с. 236].

Многофункциональные специалисты сейчас пользуются большим спросом, потому что технологии размывают границы различных наук, и современные специалисты должны быстро адаптироваться к любым изменениям. В этом отношении иностранный язык может быть не только изучаемой дисциплиной, но и средством получения дополнительных знаний по специальностям. Эта новая роль иностранных языков требует особого подхода к методологии на разных уровнях обучения в неязыковых школах и университетах.

Интегрированное обучение иностранным языкам направлено на формирование таких специалистов, которые могут успешно общаться со своими партнерами по всему миру и применять свои профессиональные знания и опыт на международном уровне. Такая интеграция требует синтеза целей вовлеченных дисциплин и определения общей интегрированной цели, реализация которой зависит от следующих компонентов: содержание, организация, методология и эффективная оценка. Что касается организационно-методической составляющей, то они содержат комплекс традиционных методик обучения иностранному языку, а также ряд специфических методик, основанных на интегративном подходе. Последний компонент междисциплинарной интеграции, то есть оценка, основан на интегративной методологии оценки результатов.

Наиболее впечатляющим результатом применения комплексного подхода к обучению иностранным языкам является способность обученного человека использовать хотя бы один иностранный язык для устного и письменного взаимодействия с коллегами за рубежом в профессиональных сферах, а также для межкультурного общения как формально, так и неформально. Более того, важно уметь оценивать коммуникативную ситуацию. Итак, за счет сочетания профессиональных знаний, языковой подготовки и культурной осведомленности коммуникативная компетентность специалистов может формироваться и оцениваться комплексно: в области родного языка, иностранного языка и языка специальности.

Следует отметить, что идея междисциплинарного образования не новая, она восходит к глубокой древности и упоминалась многими известными философами и педагогами. В 17 веке великий дидактик Ян Амос Коменский подчёркивал: “Всё, что находится во взаимной связи, должно преподаваться в такой же связи” [3]. Т.е. он утверждал, что целью обучения должно быть создание целостной картины мира. В настоящее время междисциплинарный подход в образовании очень популярен в высшем образовании многих стран. Например, в государственных школах Финляндии им пользуются по всей стране. В России идея междисциплинарного образования стала изучаться и применяться в конце XX - начале XXI веков. В настоящее время большое количество вузов внедряют в учебный процесс интегрированные программы обучения, особенно это касается интеграции профессиональных дисциплин и иностранного языка. В Европе междисциплинарный подход отождествляется методом CLIL (Content and Language Integrated Learning), что означает, что обучение иностранным языкам является профессионально-ориентированным и сочетается с преподаванием специальных дисциплин. Другими словами, CLIL можно рассматривать как дидактическую методику, направленную на формирование языковых и коммуникативных компетенций учащихся в едином образовательном контексте, которая используется для приобретения общих знаний и навыков на родном языке. Собственно, CLIL преследует двойную цель: с одной стороны - обучение определенной дисциплине, а с другой - обучение иностранному языку [2, с.487]. Как учебная дисциплина, иностранный язык сильно отличается от других дисциплин, поскольку он является основной целью обучения, тогда как при преподавании других курсов и специальностей иностранный язык является инструментом. Преподавание специальных дисциплин на иностранном языке по сравнению с обучением на родном языке имеет ряд особенностей, таких как:

- коммуникативный характер занятий за счет взаимодействия студентов в парах, группах, с преподавателем;
- языковые трудности перед обучением в начале занятий (лексика, грамматика);
- активное использование наглядных пособий, таких как диаграммы, графики, видео;
- постоянный контроль понимания и запоминания новой информации.

Иностранные языки на основе междисциплинарной интеграции могут реализовываться в различных формах. Это могут быть профессионально-ориентированные лекции и семинары с использованием учебников, составленных по специальностям. Дополнительные аутентичные тексты также могут использоваться как для аудиторной, так и для самостоятельной работы вне уроков. Обучение ориентировано на овладение знаниями по специальностям и иностранным языкам. Управляемая самостоятельная работа студентов - еще одна эффективная форма междисциплинарной интеграции, позволяющая получать дополнительную информацию о последних профессиональных достижениях за рубежом. Доклады и презентации, которые студенты могут самостоятельно подготовить на иностранном языке, могут быть представлены на тематических конференциях, студенческих форумах, конгрессах, научных фестивалях и других мероприятиях в рамках научной работы студентов на межвузовском и международном уровнях. Что касается большей части учебного времени, оно может быть посвящено изучению иностранного языка для создания базы качественных языковых навыков, способствующих профессио-

нальному самообразованию. Опыт преподавания иностранных языков студентам и аспирантам показывает, что междисциплинарная интеграция на основе иностранных языков способствует повышению интереса и мотивации студентов. Практические занятия и выполнение различных самостоятельных и творческих заданий на иностранном языке очень популярны среди студентов, и наиболее эффективными формами являются подготовка отчетов, коротких сообщений и презентации по проблемам современной науки, техники и технологий.

Студенты могут выполнять большой объем работы при подготовке к различным научно-практическим конференциям, причем эта работа связана с подбором необходимых интернет-ресурсов. Такая работа может включать не только подбор, но и анализ необходимого и достаточного материала по теме исследовательской работы.

Поскольку основной целью междисциплинарного подхода к обучению иностранному языку является формирование коммуникативных навыков, трудно переоценить такой вид учебной деятельности, как ролевые игры. Эта форма обучения готовит студентов к реальной профессиональной деятельности. Такие виды задач как обобщение и пересказ специализированных текстов, составление терминологических глоссариев, также полезны и продуктивны, поскольку хорошо подготавливают студентов к общению с зарубежными коллегами, к поиску зарубежных источников необходимой информации и их анализу.

Совершенно очевидно, что реализация междисциплинарной интеграции на основе иностранных языков требует совместных и согласованных действий преподавателей профильных кафедр и преподавателей иностранных языков в образовательных учреждениях любого профиля и уровня. Сплоченная работа нескольких кафедр предполагает обмен их предложениями, требованиями и соответствующей информацией из профессиональных областей, которые необходимы выпускникам. Именно такая совместная работа в формах дискуссий, встреч, семинаров, круглых столов может способствовать разработке практико-ориентированных программ обучения иностранным языкам на основе междисциплинарного подхода.

Список использованных источников

1. Малетина Л.В. Иноязычное образование в неязыковом вузе – развитие, проблемы, перспективы / Л.В. Малетина, И.А. Матвеев, Н.Ю. Сипайлова // Технологии инженерного образования. – 2006. – С. 236-237.
2. Omelyanenko T. Professionally Oriented Foreign Language: Interdisciplinary Teaching / T. Omelyanenko // EpSBS. – 2020. – P. 485-491.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mel.fm/blog/kira-akh/37412-yan-amos-komensky-velikaya-didaktika>. – Дата доступа: 22.10.2021.

УДК 174.4

POWERPOINT PRESENTATION AS THE MOST CHALLENGING AND ENGAGING METHOD OF TEACHING

Храмцова Марина Васильевна, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Khramtsova Marina, senior teacher, Belarusian National Technical University,

mary4220761@mail.ru

Abstract. PowerPoint presentation enhances instruction and engages students into the issues under discussion. Nevertheless, as with any technology its success depends on the creativity, time and thought investment of the teacher.

Keywords: PowerPoint presentation, content, slide design, clip art and graphics, emphasizing, student engagement,

David Birne once said: “PowerPoint may not be of any use for you in a presentation, but it may liberate you in another way, an artistic way. Who knows.” This program, which originated in the world of business, has become a commonplace instrument for educational purposes and the opinions about it have been highly supportive.

It is a great alternative to “chalk and talk” lecture routine of the past. This new delivery of material is relatively fresh and flexible for instructors. They should learn to use PowerPoint efficiently as it is the most challenging and engaging method of teaching any subject available nowadays.

Still there are some objections to its use, especially among the older and the less technology-oriented. They point to a few risk factors which make them resist its application. These risks include equipment failure, file corruption caused by magnetic or physical damage or even incompatible media. Nevertheless, good reasons to use PowerPoint outweigh these concerns

These reasons to incorporate PowerPoint presentation into lecture classes are numerous, but the major ones include:

- PowerPoint is an application program found in Microsoft Office. That is why there is no need to buy new software, as it has been included in Microsoft Office program.
- PowerPoint presentation can enhance and improve comprehension and recall for all students.
- PowerPoint helps to enhance the clarity and avoid the common use of excessive text.
- PowerPoint supports multimedia, such as video, audio, images, and animation (keeping in mind that our students are visuals).
- The electronic file format allows modification for/by students. A new slide can be added promptly if specifying is required or it is necessary to include some contribution from a student.
- PowerPoint file allows immediate editing in practically no time.
- PowerPoint is especially useful when providing course material online.
- It interacts with web sites and online information
- Finally, PowerPoint saves time and energy, once the presentation has been created, it is easy to update or modify it for other courses. Consequently, when used and designed appropriately PowerPoint provides effective ways to perfect instruction endlessly.

Preparation is a key to successful PowerPoint presentation. Most commonly, after the lecture is ready it is high time to prepare slides. Plan your presentation structure carefully. Generally, it should cover no more than five key topic areas. It is a rather time consuming stage that is why give yourself plenty of time for design and information arrangement. There are some recommendations to follow regarding the slide content, emphasizing content, typeface selection, point size, clip art and graphics, animation and sound, final check.

Slide content should be succinct but clear. Avoid text-dense slides, just use more slides instead. Replace long and dull sentences by brief points. Avoid placing more than six or seven lines of text on one slide. Use eye-catching and meaningful slide titles to grab students' attention. The headlines should be intriguing like in newspapers and journals with implications.

Don't forget to simplify the tables or graphs to be used on your slides. As human wisdom goes, one picture can be worth a thousand words. Enhance your presentation with graphics or clip art but use them purposefully, so that they support the content. Irrelevant graphics and images are obstacles to student comprehension. Besides, avoid too much animation and transitions. Excessive movement can interfere with the key message. One had better use only simple screen transitions as a more preferable alternative.

In order to add real life spice one can use photographs providing these photographs are relevant to the content and illustrative. Pictures used for decorative purposes dilute attention. As for incorporation of any sound or music, you should practice caution and when in doubt, do without.

As for slide text design, it is more appropriate to select a light background with dark typeface or a dark background with a light typeface, which are easy to read in a spacious classroom. Do not forget that dark classroom may interfere with note taking, and sometimes provokes taking a nap, that is why leave classroom lights on. Avoid using too many colors or shifting colors. It is a distraction for students. Psychologists also recommend keeping from red and green combinations for emphasis. Introduce notes (lines of the text) one at a time, as this facilitates focus on the current item.

Give some thought to the choice of fonts. In order to make text or headline easy to read you should refrain from ornamental or specialty fonts such as Algerian or MS Gothic and sacrifice them to Arial or a Serif font such as Times New Roman, for instance, which are more favorable on presentation slide. Do not use more than two text colors in a presentation unless you have a reason for it. Besides, try to stick to maximum 2 typeface styles per a slide. Consistency and avoidance of everything that is "too much" should become a leitmotiv for your choice. Make the comfort for students your priority.

Size of typeface is of some significance as well. Make sure that it large enough to read from any point in the room. In particular, headings should be no less than 32-36 point fonts. The underlying text should be no less than 28- 32- point font.

Errors are more obvious when they are projected. Final check includes editing all the slides, spelling checks, grammar checks and checks for excessive wording that blurs the messages, logical order of material, and total impression of the presentation. PowerPoint Slide Sorter View is especially helpful to final checks. The preview pane on the left of the screen when editing the PowerPoint in "Normal" view comes handy.

Eventually, never forget a contingency plan, namely, in case of technical failure or any problem with classroom technology, print out Power Point presentation slides,

saved in PDF and use them as handouts. Check student technology compatibility with PowerPoint material put on the web (especially, when you deliver a lecture online).

PowerPoint should provide basic notions, major concepts and impressive images but it can never ever replace you as the lecturer or presenter. That is why the main challenge is still engaging students into material understudy with PowerPoint presentation.

Prepare some questions (especially an opening question) to stir the audience and involve them into active search for answers, into reflecting on the issue into its depth. It can be like group opinion poll. Encourage them to stand on their ground and dispute and strive to be argumentative. Then, “Bang!” take out the slide with expert opinion.

Brainstorming based on questionable ideas can encourage recalling of previous material. Then move on to their personal conclusions, add them on the Live Slide, if they are worth it. PowerPoint provides another form of interaction. The instructor can project students’ comments on write-on slides for the whole student group to see. When the presentation is over, the new material can be saved to the original file. It can raise contributors’ self-esteem and provoke analytical thinking. In the end of your PowerPoint presentation sum up all information in the form of abstracts, or invite students to do this job, which is much better.

In addition, here are some practical tips for teachers:

- One should not read from the slide, as it looks like incompetence, as if you don’t know the material. Use your homemade notes.
- Use a blank screen during discussion sessions, brainstorming or opinion polls and later on, press the key again to return to the Live Slide.
- For emphasizing the information, one should use either a pen icon as one of the tools or a laser pointer, or highlighter.

In conclusion, it should be mentioned, that as soon as teachers make a relatively short-term investment of time and effort into Power Point presentation at the beginning, they are sure to gain plenty of long-term benefits such as new quality of their instruction and opportunity to maintain and update them for their further use.

References

1. Alley, M., Schreiber, M., Ramsdell, K. and Muffo J. How the design of headlines in presentation slides affects audience retention. / M. Alley, M. Schreiber, K. Ramsdell and Muffo, J. // Applied research [Electronic resource]. – 2006. – Mode of access : <https://www.jstor.org/stable/43090718>. – Date of access 15.10.2021
2. Brill, F. PowerPoint for teachers: Creating interactive lessons. / F. Brill // LinkedIn Learning research [Electronic resource]. – 2016. – Mode of access : <https://www.lynda.com/powerpoint-tutorials/powerpoint-teachers-create-interactive-lessons/472427-2.html>. – Date of access 19.10.2021
3. Huston, S. Active learning with PowerPoint [PDF file] / S. Huston // DE Oracle @ UMUC. [Electronic resource]. – 2011. – Mode of access : <http://contentdm.umuc.edu/digital/api/collection/p16240coll5/id/78/download>. – Date of access 19. 10.2021
4. Marc Schenker. 50 PowerPoint Ideas to Inspire your Next Presentation. / Schenker Marc // Creative Market [Electronic resource]. – 2021. – Mode of access : <https://creativemarket.com/blog/powerpoint-ideas>. – Date of access 16.10.2021
5. John. A. Dutton. Oral Presentation and PowerPoint. / Dutton John. A. // e-Education Institute [Electronic resource]. – 2006. – Mode of access : https://www.e-education.psu.edu/styleforstudents/c7_p4.html. – Date of access 16.10.2021

**ПЕРФЕКЦИОНИЗМ И МОТИВАЦИЯ ДОСТИЖЕНИЯ У СТУДЕНТОВ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

Шульга Марина Леонидовна, старший преподаватель

Полесский государственный университет»

Shulga Marina Leonidovna, Senior Lecturer, Polessky State University,

MarinaLSh@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена изучению взаимосвязи между перфекционизмом и мотивацией достижения у студентов экономических специальностей. На примере студенческой выборки показано, что отдельные составляющие перфекционизма, могут быть взаимосвязаны и влиять на мотивацию достижения.

Ключевые слова: мотивация достижения; мотивация избегания неудач; перфекционизм, ориентированный на себя; перфекционизм, ориентированный на других; социально предписанный перфекционизм; учебная деятельность.

Многие авторы связывают успешность учебной деятельности с мотивацией достижения (Д. Макклелланд, Х. Хекхаузен, Т.О. Гордеева и др.)[2,3].

Мотивация достижения связана со стремлением добиться успеха в какой-либо деятельности, достичь определенного уровня мастерства. Человек, руководствующийся данным мотивом, выбирает сложные задачи и старается их решить как можно эффективнее, стремится получить высокие результаты в значимой для себя деятельности и упорно работает, достигая поставленных целей [1].

С целью изучения мотивации достижения у студентов вузов использовалась методика «Мотивация к успеху» Т. Элерса.

При диагностике личности на выявление мотивации к успеху Т. Элерс опирался на следующее положение: личность, у которой преобладает мотивация к успеху, предпочитает средний или низкий уровень риска. Ей свойственно избегать высокого риска. При сильной мотивации к успеху, надежды на успех обычно скромнее, чем при слабой мотивации к успеху, однако такие люди много работают для достижения успеха, стремятся к успеху.

Средний уровень мотивации свидетельствует об необходимо несколько активизировать себя. Если человек хочет преуспевать, стать высококвалифицированным специалистом, ему необходимо вырабатывать в себе уверенность и целеустремленность.

Умеренно высокий уровень мотивации говорит о сильном стремлении к успеху и при достаточно большой активности, упорстве и настойчивости человек сможет стать хорошим специалистом своего дела. Как правило, по мере достижения профессиональных успехов, самооценка человека повышается, он становится более уверенным в своем стремлении к жизненному успеху.

При такой мотивации человек стремится к достижению чего-то конструктивного, положительного. В основе активности его личности лежит надежда на успех и потребность в достижении успеха. Мотивированный на успех, человек стремится к нему и, как правило, много работает для достижения успеха.

Люди с сильно выраженным стремлением к достижению успеха добиваются в жизни гораздо большего, чем те, у кого такая мотивация слаба или отсутствует. Тем не менее, ситуации даже незначительного неуспеха переносятся болезненно и могут существенно осложнить жизнь респондента.

В деятельности люди, относящиеся к группе с доминированием мотива достижения, активны, инициативны. Для них характерна полная мобилизация и сосредоточенность на реализации поставленной цели. Они склонны планировать свое будущее на далекую перспективу, проявляя тенденцию к адекватному уровню притязаний и адекватной самооценке. Предпочитают выбирать средние по трудности или слегка завышенные, но достижимые цели.

В случае чередования успехов и неудач склонны к утрированию своих неудач. При выполнении заданий проблемного характера, в условиях дефицита времени результативность деятельности, как правило, улучшается.

Они склонны к восприятию и переживанию времени как целенаправленного и быстрого, а не бесцельно текущего. В силу общего оптимизма, ориентированные на успех люди, будь то взрослые, дети, школьники, полнее реализуют свои способности и чаще достигают поставленных целей, так как более активно учатся на своих ошибках, отказываются от гипотез, как только убедятся в их несостоятельности, и быстрее находят оптимальные решения.

В исследовании приняли участие студенты 1 и 4 курса факультета экономики и финансов Полесского государственного университета. Выборка испытуемых – 100 человек: 16 юношей и 34 девушки в возрасте 17-18 лет и 41 девушка и 9 юношей в возрасте 21-22 года, обучающиеся по специальности 1-25 01 04 «Финансы и кредит» и 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии».

У студентов 1 курса низкая мотивация к успеху диагностируется у 2 студентов (4% выборки), средний уровень мотивации – у 24 студентов (48% выборки). Умеренно высокий и высокий уровень мотивации к успеху характерен для 15 (30%) и 9 (18%) студентов соответственно.

У студентов 4 курса средний уровень мотивации к успеху выявляется у 26 студентов (52% испытуемых), умеренно высокий уровень мотивации – у 22 студентов (44% выборки) и высокий уровень мотивации к успеху продемонстрировали 2 студента (4% испытуемых). Низкий уровень мотивации к успеху у студентов 4 курса не диагностирован.

Как мотивация достижения взаимосвязана со структурными характеристиками перфекционизма?

С целью изучения особенностей проявления перфекционизма у студентов 1 и 4 курсов, использовался «Дифференциальный тест перфекционизма А.А. Золотаревой» и «Многомерная шкала перфекционизма П.Л. Хьюитта и Г.Л. Флетта».

Средние показатели по шкале «Нормальный перфекционизм» у 32 студентов 1 курса (64% выборки), высокие показатели у 18 студентов (36% испытуемых). У 28 студентов (56% выборки) – высокие показатели по шкале «Патологический перфекционизм», 22 студента (44% испытуемых) продемонстрировали средние показатели по данной шкале.

У студентов 4 курса 25 студентов (50% выборки) показали средние значения по шкале «Нормальный перфекционизм» и 32 испытуемых (64%) характеризуются высокими показателями.

«Многомерная шкала перфекционизма П.Л. Хьюитта и Г.Л. Флетта» (Multidimensional perfectionism scale, MPS) – личностная диагностическая шкала, разработана канадскими учеными П.Л. Хьюиттом и Г.Л. Флеттом для измерения уровня перфекционизма и определения характера соотношения его составляющих у испытуемого[4, с.74].

Авторы определяют перфекционизм как стремление быть совершенным, безупречным во всем. Основываясь на результатах как собственных исследований, так и исследований, проведенных другими учеными, они описывают три составляющих перфекционизма:

- перфекционизм, ориентированный на себя (self oriented perfectionism; ПОС),
- перфекционизм, ориентированный на других (socially oriented perfectionism; ПОД),
- социально предписанный перфекционизм (socially pre-scripted perfectionism; СПП).

При высоком уровне перфекционизма, ориентированного на себя, человеку свойственно предъявлять чрезвычайно высокие требования к себе; при высоком уровне перфекционизма, ориентированного на других – чрезвычайно высокие требования к окружающим. При высоком уровне социально предписанного перфекционизма человек расценивает требования, предъявляемые к нему окружающими как завышенные и нереалистичные. С помощью данной методики можно определить интегральный показатель перфекционизма.

У студентов 1 курса высокие показатели перфекционизма, ориентированного на себя диагностированы у 49 студентов (98% выборки), 8 студентов (16 % испытуемых) характеризуются высокими показателями перфекционизма, ориентированного на других, 6 испытуемых (12%) продемонстрировали высокие показатели социально предписанного перфекционизма.

48 студентов (96%) 4 курса отличают высокие показатели перфекционизма, ориентированного на себя, у 18 студентов (36% испытуемых) диагностированы высокие показатели перфекционизма, ориентированного на других, 11 испытуемых (22%) демонстрируют высокие показатели социально предписанного перфекционизма.

Высокий интегральный показатель перфекционизма у 22 студентов 1 курса (44% выборки) и у 30 студентов 4 курса (60% выборки).

Таким образом, можно отметить следующее:

– студентов 1 курса, обучающихся по экономическим специальностям, отличает средний уровень мотивации достижения (48% выборки) и высокие показатели патологического перфекционизма, что может формировать у молодых людей такие личностные качества, как: «тревога», «прокрастинация – склонность откладывать начало деятельности» и вызывать «проблемы в интерперсональных отношениях».

– у студентов 4 курса диагностируется средний уровень мотивации достижения (52% испытуемых) и умеренно высокий уровень мотивации (44% выборки), а так же высокие значения интегрального показателя перфекционизма (60% выборки), что так же может вызывать проблемы, связанные с принятием неудач, тем самым создается тревожный фон. У таких людей возникает несоответствие между своими возможностями и высокими стандартами к которым они стремятся и не достигают, это может привести к разочарованию и депрессиям.

Список использованных источников

1. Гордеева, Т.О. Психология мотивации достижения / Т.О. Гордеева. - М.: Смысл, 2006. - 336 с.

2. Гаранян, Н.Г. Психологические модели перфекционизма // Вопросы психологии. 2009. № 5. С. 74–83.
3. Гаранян, Н.Г. Структура мотива достижения у студентов с разным уровнем перфекционизма [Электронный ресурс] / Н.Г. Гаранян, А.А. Низовцева // Психологическая наука и образование: электрон. журн. 2012. № 1. URL: <http://psyedu.ru> (дата обращения: 22.04.2012).
4. Грачева, И.И. Адаптация методики «Многомерная шкала перфекционизма» П. Хьюит-та и Г. Флетта // Психологический журнал. 2006. № 6, т. 27. С. 73–80.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 911.3:338.483.11:502/504(476.7)

ПРОГНОСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В ПРИПЯТСКОМ ПОЛЕСЬЕ

**Виноградова Анастасия Александровна, преподаватель-стажер
Полесский государственный университет**

Vinahradava Anastasiya, Trainee Teacher, Polesky State University, marizza_94@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы экологического туризма в Припятском Полесье, его основных направлений и социально-экономических факторов, которые послужили основой для прогноза развития экотуризма в изучаемом регионе. Дается прогностическое аналитическое выравнивание по двум социально-экономическим показателям для развития экотуризма Припятского Полесья с приложением графиков по одному из них.

Ключевые слова: экотуризм, Припятское Полесье, прогноз.

Данные литературы свидетельствуют о том, что до 90% иностранных туристов Республики Беларусь составляют граждане России и других стран СНГ, что может оказывать негативные последствия, требующие смены приоритетов от выездного к въездному и внутреннему туризму и привлечения в страну туристов из-за пределов СНГ. Среди потенциальных туристов наиболее перспективными являются представители Польши, Германии, Литвы, Латвии, Эстонии, Чехии, Словакии, Венгрии, Швеции, Дании и Финляндии, для которых наиболее значимыми целями путешествия являются «Природа», «Посещение городов» и «Культура» [1].

Лидеры «пляжной» и «познавательной» туриндустрии стали распределять потоки туристов, частично переключив их интересы в другие регионы [2], что также способствует развитию других направлений туризма. Современное общество начинает постепенно осознавать ценность природы и экологию здоровья.

В нашей стране следует констатировать чрезвычайно медленный переход на международные стандарты качества туристских услуг и обслуживания туристов. Социально-экономические особенности различных областей Беларуси на современном этапе не полностью задействованы для развития экотуризма. В связи с этим ряд уникальных территорий по разным причинам остаются малоизвестными для туристов, например, Припятское Полесье, своеобразие которого обусловлено рядом факторов, таких как:

- сохранение на огромных площадях малоизмененных природных систем, которые представлены обширными болотами, широкими поймами, дубравами, широколиственными лесами;
- многообразие растительного и животного мира;
- мягкий умеренный климат;
- этнокультурная самобытность местных жителей региона.

Вышеуказанное определяет актуальность данного исследования, целью которого явилось прогнозирование развития экотуризма в Припятском Полесье.

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь «О государственной программе социально-экономического развития и комплексного использования природных ресурсов Припятского Полесья на 2010 – 2015 годы» к Припятскому Полесью относят три района Брестской области (Лунинецкий, Пинский и Столинский) и четыре района Гомельской области (Житковичский, Мозырский, Наровлянский и Петриковский) [3].

Согласно данным литературы [4,5], популярными направлениями экологического туризма в настоящее время являются: познавательный, реабилитационный, агроэкотуризм и эколого-этнографический туризм. Также стоит отметить, что на современном этапе развития туризма начинает набирать популярность такое направление как туризм «на болотах». И поэтому его также следует включать в классификацию направлений экологического туризма.

Социально-экономические факторы являются важными составляющими эколого-туристского потенциала Припятского Полесья. В регионе насчитывается 240 культурно-исторических памятников, среди которых 49 памятников истории, 76 архитектуры, 115 археологии. В регионе присутствует более 10 транспортных магистралей и автомобильных дорог, обеспечивающих возможность доступа к экскурсионным объектам. Размещение туристов возможно в 27 функционирующих на территории региона гостиницах, 80 агроусадеб и 9 санаторно-курортных учреждениях.

Было проведено прогностическое аналитическое выравнивание по таким социально-экономическим показателям, как:

- Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения по районам (всего, человек);
- Коэффициент загрузки в гостиницах и аналогичных средствах размещения (%).

По результатам проведенного прогноза были составлены графики по районам изучаемого региона, согласно которым можно сделать следующие выводы:

1. Спад спроса на коллективные средства размещения, такие как гостиницы и санаторно-курортные учреждения к 2026 году в Пинском районе может быть обусловлен популяризацией агроусадеб, домов отдыха и иных индивидуальных средств размещения, что связано с их большой востребованностью в районе и изменении предпочтений в экотуристическом отдыхе (рисунок 1). Однако стоит отметить, что коэффициент загрузки в коллективных средствах размещения в районе может увеличиться к 2026 году в связи с сокращением их числа.



Рисунок 1. – Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения ВСЕГО в Пинском районе, человек

2. Увеличение же спроса на коллективные средства размещения к 2026 году в Столинском, Житковичском, Петриковском, Наровлянском и Мозырском районах обусловлен недостаточно развитой сетью индивидуальных средств размещения и их рекламы, однако коллективные средства размещения также используются при организации экотуристических маршрутов (рисунки 2 – 6).



Рисунок 2. – Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения ВСЕГО в Столинском районе, человек

В связи с чем увеличение численности размещенных лиц в них свидетельствует о развитии экотуризма, однако не в стандартном его понимании, а больше в развитии таких его направлений, как познавательный, реабилитационный или эколого-этнографический туризм.



Рисунок 3. – Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения ВСЕГО в Житковичском районе, человек

Коэффициент же загрузки будет неодинаков в исследуемых регионах.

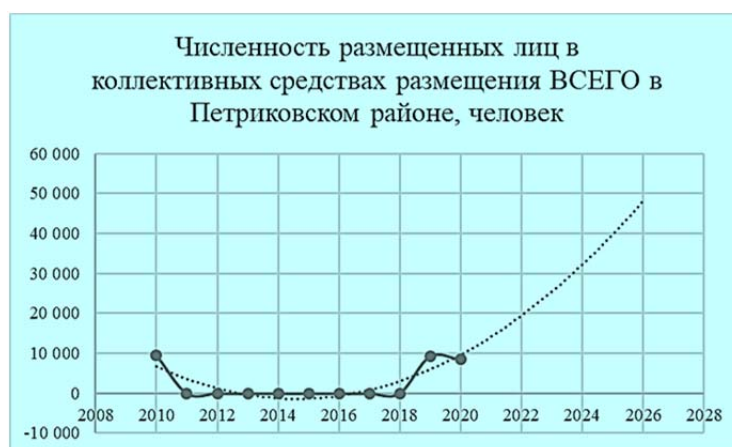


Рисунок 4. – Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения ВСЕГО в Петриковском районе, человек

В Столинском, Житковичском, Петриковском, Мозырском районах данный коэффициент также увеличиться, как и показатель численности.



Рисунок 5. – Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения ВСЕГО в Мозырском районе, человек

В Наровлянском же районе ожидается достаточно значительный спад по загрузке в связи с перераспределением турпотока на индивидуальные средства размещения, что также будет способствовать развитию экотуризма в регионе.



Рисунок 6. – Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения ВСЕГО в Наровлянском районе, человек

3. Скачки спроса, а также возможное его увеличение на коллективные средства размещения к 2026 году в Лунинецком районе может быть связано с недостаточно развитой инфраструктурой и рекламой данного региона, что подтверждается значительным снижением коэффициента загрузки в коллективных средствах размещения к 2026 году (рисунок 7).



Рисунок 7. – Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения ВСЕГО в Лунинецком районе, человек

Проведенное исследование показало, что Припятское Полесье является достаточно перспективным для развития экотуризма, а прогнозные показатели свидетельствуют о том, что для региона целесообразно проведение рекламных кампаний с целью популяризации региона у жителей Республики Беларусь. Необходимо размещение интернет-рекламы на иностранных сайтах либо на сайтах компа-

ний в сети Интернет на иностранных языках для привлечения зарубежных туристов с целью продажи экотуристических маршрутов в изучаемом регионе, в том числе целесообразным является создание туристских путеводителей на иностранных языках.

Также для развития региона необходимо провести улучшение качества дорог, частичного сокращения числа коллективных средств размещения за счет увеличения числа индивидуальных средств размещения и объектов придорожного сервиса. Стоит отметить, что региону необходимо вести своевременное ежегодное обновление туристской информации в районных исполнительных комитетах, а также стоит создать статистический сборники турресурсов по районам различных областей.

Список использованных источников

1. Донских, С. В. Возможности диверсификации экспорта белорусских туристических услуг в контексте целей путешествия европейских туристов / С. В. Донских // Туризм и гостеприимство: научно-практический журнал. – 2016. – № 1. – С. 3-10
2. Здоров, А.Б. Организационно-экономические основы развития аграрного туризма : автореферат дис. ... д-р экон. наук : 08.00.05 / А.Б. Здоров. – Москва, 2011. – 42 с.
3. О государственной программе социально-экономического развития и комплексного использования природных ресурсов Припятского Полесья на 2010 – 2015 годы: Указ Президента Респ. Беларусь от 29 марта 2010 г. № 161: текст по состоянию на 30 марта 2010 г. – Минск: Консультант Плюс, 2010.
4. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года / ГНУ НИЭИ, Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2015.
5. Развитие экологического туризма в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/bajkanova2.htm. – Дата доступа: 27.10.2021.

УДК 339.138:615.2

РОЗВИТОК СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ СПОЖИВАЧІВ В СИСТЕМІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Войтович Сергій Ярославович

Луцький національний технічний університет, gnidawa@ukr.net

Анотація. Пріоритетами сталого розвитку в розрізі окремих держав та територій виступають не тільки збереження надр і довкілля, природних ресурсів, ощадний розвиток галузей та сфер економіки, але й ефективне відновлення і відтворення трудових ресурсів, в основі яких виступає людина.

Ключові слова: сфера послуг, види санаторно-курортних закладів, операційне обслуговування.

Сьогодні, зважаючи на прискорений темп росту економіки, швидкий темп розвитку суспільства, діджиталізації суспільних процесів і функціонування

особистості, питання фізіологічного та морального відновлення людини постає на найвищому рівні.

Особливого загострення процеси відновлення набули під час пандемії COVID-19, яка здійснила переоцінку цінностей щодо виживання людини, підтримання її у функціональному стані і відтворення для залучення до виконання завдань в галузях і сферах економіки.

Фактично, сфера послуг постає рушієм такого фізіологічного та морального відновлення людини. Це стосується медичних, реабілітаційних, санаторних, курортних, оздоровчих, SPA, фізкультурних, туристичних та інших видів послуг, що направлені на окрему людину та носять індивідуальний характер.

Становлення ринкових відносин в Україні спричинило кількісні та якісні зміни в системі санаторно-курортного обслуговування населення. Так, кількість оздоровчих закладів в Україні зменшилась із 3,5 тис. одиниць у 2005 році до 1,7 тис. одиниць у 2019 році, кількість ліжко-місць протягом цього часу у цих закладах зменшилась із 562 тис. ліжок до 201 тис. ліжок, кількість санаторіїв зменшилась протягом досліджуваного періоду із 489 одиниць до 172 одиниць, відповідно зменшилась кількість санаторіїв-профілакторіїв, пансіонатів з лікуванням, здравниць, дитячих реабілітаційних закладів та санаторіїв, зменшилась чисельність оздоровлених осіб із 3,5 тис. осіб до 1,5 тис. осіб [1, с. 81].

Дана статистика дозволяє нам стверджувати, що зменшення чисельності різноманітних видів санаторно-курортних закладів, що призвело до зменшення чисельності оздоровлених споживачів таких послуг, спричинене не лише загальною економічною ситуацією в державі, процесами інституційного характеру, але й пояснює сучасні тренди щодо відновлення населення, трансформацію його потреб і відношення до реабілітаційних послуг.

Зокрема, зменшення чисельності санаторно-курортних закладів спричинене відмиранням окремих таких закладів через фінансову складову [2]:

- втрату споживача за «державними» і «профспілковими» путівками, тобто державним і профспілковим фінансуванням;

- суттєве зменшення чисельності іноземних споживачів, що мають потребу на оздоровлення і реабілітацію в Україні: такі заклади проектувались і створювались за часів СРСР з врахуванням потреб населення всього радянського простору, а тому, таке фінансування, як оплата послуг іноземними споживачами, стало суттєво меншим;

- суттєве зменшення фінансування розвитку санаторно-курортних закладів із 1990-х до сьогоднішнього дня, що включає матеріальне, медико-технологічне та інформаційне забезпечення з боку держави. Таке забезпечення стало цілями самофінансування самих закладів.

Іншою вагомою причиною відмови індивідуального споживача від одержання послуг у таких закладах є низька привабливість низки санаторно-курортних закладів, що пояснюється:

- недостатнім інформуванням споживачів про перелік основних (оздоровчих і реабілітаційних), допоміжних (інформаційних, фізкультурних, розміщення і харчування, тощо) та супутніх (транспортно-логістичних, туристичних, тощо) послуг, які надаються і умови надання таких послуг [3];

- недостатнім розвитком інфраструктури санаторно-курортного закладу, що включає відсутність необхідних лікувальних і оздоровчих кабінетів, відсутність

налагодженої системи операційного обслуговування і адміністрування споживачів таких закладів; неналежний рівень побутових умов розміщення та харчування споживачів; відсутність пропозиції одержання споживачами закладу сервісних і супутніх послуг (фізкультурних, туристичних, івент-послуг, тощо);

- невідповідністю методик санаторно-курортного обслуговування, оздоровлення, лікування, реабілітації сучасним вимогам медицини і потребам індивідуального споживача таких послуг;

- застарілим медико-технологічним обладнанням та технологіями оздоровлення і реабілітації, що протирічить вимогам і потребам споживача таких послуг.

Водночас, необхідно також ствердити, що дістали розвитку нові сучасні приватні санаторно-курортні заклади та їх різновиди, що частково виконують функції оздоровлення і реабілітації індивідуальних споживачів послуг:

- на базі старих «відмираючих» закладів санаторно-курортного обслуговування шляхом «вливання» державних фінансових інвестицій для рекреації та фізіолого-психологічного відновлення окремих категорій громадян, що захищені державою, відновлено повний спектр надання основних оздоровчих, медичних і реабілітаційних послуг. Надання відповідних послуг відповідає прийнятним у державі медичним і реабілітаційним нормативам, однак інші допоміжні і супутні послуги розвинуто не в повному обсязі;

- на рекреаційних територіях за приватної власності сформувалися нові санаторії, профілакторії, курортні заклади, здравниці та туристичні бази, які відповідають вимогам споживачів і медичним нормам, нормам готельного обслуговування і харчування та використовують наявні на території унікальні природні ресурси: мінеральні води, грязі, кліматологічні умови і повітря;

- на території окремих поселень та міських утворень (на поза-рекреаційних територіях) сформувалися медичні, поліклінічні стаціонарні, психолого-рекреаційні та інші (SPA) заклади, що надають спеціалізовані послуги медичного, оздоровчого, реабілітаційного та відновлювального характеру. Такі заклади не вимагають від споживача послуг «відлучення» з місця проживання чи перерв і відпусток з праці.

Зважаючи на зазначені тенденції розвитку сфери санаторно-курортного медичного, оздоровчого та рекреаційного обслуговування, необхідно зазначити, що розвиток таких закладів повинен відбуватися на наступних засадах:

- соціальна політика держави повинна бути спрямована на розвиток і фінансову підтримку таких закладів послуг;

- розвиток самих закладів повинен здійснюватись на інноваційних засадах щодо: організації залучення споживачів послуг та їх обслуговування; організації і впровадження новітніх прогресивних методик оздоровлення і реабілітації у поєднанні із традиційними методиками і процедурами; оновлення медико-технологічного та реабілітаційно-оздоровчого устаткування і обладнання до сучасного рівня; удосконалення організації впуску-випуску та організації операційної системи обслуговування (із використанням системи зворотньо-логістичного управління); удосконалення умов і процесів розміщення, харчування і супутнього обслуговування;

- перегляд діючих у державі норм, нормативів, методик, процедур медичного, оздоровчого, реабілітаційного і відновлювального обслуговування індивідуальних споживачів послуг є на часі і актуальним;

– розвиток міжнародного співробітництва, узгодження та імплементація міжнародних стандартів обслуговування та залучення у сферу санаторно-курортного обслуговування іноземних споживачів таких послуг дозволить покращити фінансову складову імідж самих закладів послуг;

– розвиток інституційного середовища функціонування санаторно-курортних закладів повинен бути системним, а саме середовище повинне включаючи: банківські та фінансові установи, туристичні фірми, страхові компанії, торгівельні і посередницькі організації, заклади охорони здоров'я та інші;

– функціонування органів місцевого самоврядування повинне визначатись дієвими механізмами та результатами, адже до компетенції таких органів входить використання особливих кліматичних умов та унікальних природних ресурсів на окремих територіях, відновлення та відтворення населення, фінансові питання, пов'язані із функціонуванням таких закладів, тощо.

Перелік використаних джерел

1. Галаченко О.О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг. Регіональний аспект : монографія. ДУ «Інститут регіональних досліджень НАН України». Львів, 2017. 360 с.

2. Статистика послуг та соціальних програм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.org/uk/druk/katalog/kat_u/publposl_u.htm

3. Ведмідь Н.І. Санаторно-курортна послуга та її місце у класифікаційній структурі послуг. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 07/2012. N 727 : Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку. С. 195-204.

УДК 331.105.6

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЧАСТНОГО И ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Грабар Роза Николаевна, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Hrabar Roza, senior lecturer, Polesie State University, grabar.r@mail.ru

Аннотация. Тенденции развития общества требуют пересмотра представлений о месте государства в экономике. В статье сформулированы проблемы взаимодействия частного и государственного секторов в Республике Беларусь и пути их решения.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, концессия, бизнес, государство, сотрудничество, инфраструктурная стратегия.

Республика Беларусь находится в начале пути формирования эффективной системы государственно-частного партнерства. Первым шагом на этом пути стали разработанные сотрудниками НИЭИ Министерства экономики Концепция и проект закона «О государственно-частном партнерстве». В работах Е.П. Борушко изложены теоретические, практические и правовые вопросы развития ГЧП в Рес-

публике Беларусь. Е.П. Борушко сформулировал признаки, которые характеризуют партнерство как особую форму взаимодействия государства и бизнеса:

- предметом ГЧП является государственная и частная собственность, а также услуги, оказываемые государством, местными органами власти и организациями;
- государственно-частное партнерство оформляется специальным договором (соглашением) между государством и участниками со стороны частного сектора;
- обязательным условием ГЧП является софинансирование государством и частными компаниями и разделение рисков между всеми участниками проекта;
- проект ГЧП осуществляется в течение определенного, закрепленного в соглашении срока [1, с. 50].

Сложности в создании проектов ГЧП обуславливают необходимость развития институтов взаимодействия государства, науки, бизнеса и общества, успех которых зависит от экономической обоснованности проектов, от их верного структурирования и четкой координации работы всех сторон. Исполнитель, создавший технологию, проводит исследования и разработки, направленные на полную готовность; инвестор обязуется осуществлять финансирование исследований и разработок в объеме и на условиях, предусмотренных соглашением, а лицо, уполномоченное распоряжаться правом на технологию, обязуется передать права на данную технологию инвестору.

Из опыта зарубежных стран известны механизмы государственно-частного партнерства, апробированные в различных сферах совместной хозяйственной деятельности власти и бизнеса. Прежде всего, имеются в виду механизмы и инструменты инвестиционного фонда, особых экономических зон, венчурных компаний, технопарков. Отечественный частный бизнес, состоящий в основном из малых и средних предприятий, не располагает достаточными объемами инвестиций. В этих условиях есть смысл начинать реализацию проектов посредством заключения договоров о совместной деятельности. При реализации крупных проектов должен выработываться комплексный подход, включающий реализацию проектов на основе заключения многостороннего соглашения о ГЧП на инфраструктурные объекты.

Серьезным толчком развития ГЧП в Республике Беларусь было принятие Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2011-2015 годы, определившей формирование ГЧП в качестве одного из ключевых направлений деятельности Правительства Республики Беларусь на 5 лет. В рамках выполнения указанной Программы взамен Инвестиционного кодекса разработаны и приняты Закон Республики Беларусь «Об инвестициях», которым установлены общие условия осуществления инвестиций в Республике Беларусь и Закон Республики Беларусь «О концессиях», которым установлены условия осуществления концессий в Республике Беларусь. Разработан и принят Закон Республики Беларусь «О государственно-частном партнерстве» (вступил в силу 2 июля 2016 г.), установивший условия реализации проектов в соответствии с соглашением о ГЧП.

В 2014 г. создан Межведомственный инфраструктурный координационный совет (МИКС). В 2015 г. разработан и утвержден решением МИКС Национальный инфраструктурный план на 2016-2030 г., отражающий инфраструктурную потребность страны и разрыв бюджетного финансирования на долгосрочную перспективу.

Пилотными проектами ГЧП стали:

- реконструкция автомобильной дороги М-10 граница Российской Федерации (Селище) – Гомель – Кобрин с 109,9 по 195,15 км;
- строительство детских дошкольных учреждений в Минской области;
- реконструкция комплекса зданий УЗ «Городская клиническая больница № 3» в г. Гродно под Гродненский областной клинический онкологический диспансер;
- проектирование и строительство Станции скорой неотложной медицинской помощи по ул. Куйбышева, 96 г. Барановичи.

В 2017-2018 гг. Национальное агентство инвестиций и приватизации организовало и провело ряд образовательных семинаров, основная цель которых: освещение актуальных вопросов ГЧП и освещение передовой международной практики по развитию ГЧП в регионах. Особый упор в семинарах был сделан на нормативно-правовую базу подготовки проектов ГЧП в Республике Беларусь и существующие процедуры по инициированию проектов. С учетом национальных особенностей ГЧП международные эксперты представили примеры проектов, реализованных на региональном уровне в других странах. Центром ГЧП Национального агентства инвестиций и приватизации проводится работа по отбору новых проектных предложений для проработки возможности их реализации на принципах ГЧП. Наибольший интерес к реализации проектов областные органы власти проявили к сферам образования, здравоохранения и ЖКХ.

Результаты взаимодействия частного и государственного секторов в Республике Беларусь выглядят очень скромно и их можно сформулировать следующим образом:

- создана Национальная инфраструктурная стратегия на 2017-2030 гг.;
- по определенным в Национальной инфраструктурной стратегии пилотным проектам ГЧП ведется работа по структурированию и подготовке соответствующих документов, в том числе ввиду отсутствия практического опыта в реализации проектов в форме соглашения о ГЧП с привлечением международных консультантов;
- заключены один концессионный договор и 1080 инвестиционных договоров (некоторые из них предусматривают развитие общественной инфраструктуры – строительство паркингов, оздоровительных центров).

Результаты взаимодействия частного и государственного секторов в России следующие [2]:

- объем принятых инвестиционных обязательств по заключенным концессионным соглашениям составляет порядка 1,6% от объема ВВП за 2019 год. Для сравнения: в Великобритании этот уровень составляет 6,6% от ВВП, в Австралии и Новой Зеландии – 6,9% от ВВП, а в Канаде – 8,1% от ВВП. Это свидетельствует о недостаточном уровне инвестиций в инфраструктуру посредством концессий.
- практически все субъекты Российской Федерации (за исключением четырех) используют механизм концессионных соглашений для создания или реконструкции инфраструктурных объектов.
- наибольший объем инвестиций (42%) предусмотрен в рамках концессионных соглашений, заключенных на федеральном уровне, из которых на транспортную инфраструктуру приходится 96%. При этом наибольшее количество концессионных соглашений заключено на муниципальном уровне (94%), из которых на коммунальную сферу приходится 93%.
- в общей сложности почти 1000 концессионных соглашений (33%), формирующих 61% объема инвестиций по всем концессионным соглашениям, в настоящее

время находятся на начальной стадии реализации – проектировании или строительстве объекта.

– из общего количества заключенных соглашений – 10 заключены на срок более 50 лет (0,3%). При этом средний срок составляет 12 лет, а средний срок соглашений в транспорте – 21 год, в социальной сфере – 22 года. Заключено 144 соглашения сроком менее 3 лет (5%).

– соглашения о ГЧП в российской практике являются немногочисленными. На всех административных уровнях заключено всего 25 таких соглашений, на которые приходится порядка 60 млрд. рублей инвестиционных обязательств.

В Украине для развития научно-методологического, правового и организационного обеспечения создания условий для реализации проектов ГЧП учреждена непредпринимательская организация – Украинский центр содействия развитию публично-частного партнерства.

Действует Программа развития государственно-частного партнерства, финансируемая Агентством США по международному развитию (USAID). В состав проектов ГЧП, в соответствии с методологией Всемирного банка, включены концессии (Concession), частичная приватизация активов (Divestiture), проекты, предполагающие новое строительство «под ключ» (Greenfield project), контракты на управление и арендные договоры (Management and lease contract) [3].

Наиболее инвестиционно привлекательными сферами реализации проектов государственно-частного партнерства являются телекоммуникации (10,878 млн. дол.) и энергетика (920 млн. дол.). Большинство инвестиций, по количеству проектов, были вложены в проекты частичной приватизации активов и проекты, предполагающие новое строительство «под ключ» для сфер телекоммуникаций, энергетики и транспорта; для сферы водоснабжения и канализации – концессии и контракты на управление.

Таким образом, сравнение взаимодействия частного и государственного секторов Республики Беларусь, Российской Федерации и Украины показало:

– в республике Беларусь ГЧП находится на стадии принятия проектов и формирования стратегий сотрудничества государства и бизнеса;

– в Российской Федерации более быстрыми темпами воплощаются в жизнь конкретные проекты. При этом преобладают договора концессии, в которых право собственности на объекты находится у государства в отличие от договора ГЧП, где право собственности находится у частного партнера.

– в Украине действует Программа развития государственно-частного партнерства, финансируемая Агентством США по международному развитию (USAID). Большинство инвестиций по количеству проектов были вложены в проекты частичной приватизации активов и проекты для сфер телекоммуникаций, энергетики и транспорта.

ГЧП в Республике Беларусь пока не получило должного распространения. Государство является доминирующим партнером, а для эффективного развития ГЧП необходимы отношения, приближенные к равноправным. Повысить степень развития государственно-частного партнерства в Республике Беларусь помогут следующие мероприятия:

- реформирование законодательной базы, что позволит на законодательном уровне обозначить условия ГЧП в Республике Беларусь;

- подготовка высококвалифицированных кадров, способных профессионально заключать долгосрочные концессионные договоры;

- повышение инвестиционной активности в стране;
- изучение возможных и разработка перспективных инновационных проектов, которые можно реализовать, используя механизм ГЧП;
- учет интересов обеих сторон при реализации проектов ГЧП;
- проведение конференций и семинаров с участием представителей государственного и частного сектора, ученых и исследователей по вопросам повышения эффективности развития ГЧП в Республике Беларусь;
- повышение осведомленности частного сектора РБ о возможностях партнерства с государственными органами.

На последнем пункте предложений хотелось бы остановиться подробнее.

При сопоставлении вкладок «Государственно-частное партнерство» на сайтах Министерства экономики Республики Беларусь и Министерства экономического развития Российской Федерации можно увидеть, что вкладка на сайте Министерства экономики Республики Беларусь значительно уступает по информативности вкладке на сайте Министерства экономического развития Российской Федерации, которая содержит следующие разделы:

- федеральное законодательство в сфере государственно-частного партнерства;
- методическое и информационное сопровождение сферы государственно-частного партнерства;
- мониторинг проектов в сфере государственно-частного партнерства;
- примерные концессионные соглашения;
- рейтинг регионов по уровню развития ГЧП.

Причем эти разделы наполнены актуальной информацией. Любой предприниматель, желающий ознакомиться с перспективами и возможностями сотрудничества в части ГЧП. Такой возможности лишены посетители сайта в Республике Беларусь. Можно предложить Министерству экономики Республики Беларусь повысить информативность сайта по вопросам ГЧП.

В Беларуси ГЧП еще изучается и является инновационным инструментом, поэтому только при правильном применении данный механизм позволит государству и частному сектору выйти на совершенно другой уровень взаимодействия. Данный вид сотрудничества позволит привлечь инвестиции в важные объекты инфраструктуры, что улучшит качество жизни населения и состояние экономики страны в целом.

Список использованных источников

1. Борушко, Е.П. Методологические и правовые основы государственно-частного партнерства в сфере научно-инновационной деятельности // Экономический бюллетень научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь, 2017, № 6, С. 45–53.
2. Государственно-частное партнерство [Электронный ресурс]. Режим доступа https://www.economy.gov.ru/material/departments/d18/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo/ Дата доступа: 26.12.2020.
3. Тараш Л. И., Петрова И. П. Государственно-частное партнерство: состояние и перспективы развития в Украине // Вестник экономической науки Украины. 2013. №1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-v-ukraine> Дата доступа 16.10.2021.

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Гречишкина Е.А., Зубко А.И.

Полесский государственный университет

Развитие сферы туризма и гостеприимства во многих странах мира во временной прогрессии соответственно росту форм, масштабов и качества общественных потребностей, оказывает влияние на рынок труда, расширение предпринимательской активности, а также перераспределение общественных благ, изменение направленности инвестиционных поступлений, стимулирование и появление новых нестандартных технологий, управленческих решений и формирование новых потребностей человека [1, с. 29].

Еще в начале 2020 года казалось бы ничто не предвещало проблем в развитии туризма. Туризм развивался быстрыми темпами: осуществлялось активное бронирование авиа- и автобусных туров, авиа-, железнодорожных и автобусных билетов, турагентства оказывали услуги визовой поддержки. Но уже через два месяца туристические агентства и туроператоры столкнулись с кризисом и колоссальными потерями, вызванными пандемией Covid-19.

Данное исследование призвано показать, как туристические агентства и туроператоры разрешают проблемы и работают с потребителями в этих условиях, а также какие страховые программы и программы лояльности разрабатываются туроператорами, чтобы обеспечить максимальную безопасность туристам во время путешествий в период пандемии.

Туристическая индустрия оказалась в числе главных пострадавших от пандемии коронавируса, а также борьбы с ней. Наиболее уязвимыми во всех странах оказались турагенты – небольшие частные предприятия с минимальным штатом, у которых нет таких серьёзных резервов, как у крупных авиакомпаний и туроператоров [2]. Туристические агентства совместно с туроператорами были вынуждены аннулировать все забронированные заявки, т.к. из-за закрытия границ были приостановлены рейсы в страны отдыха; также приостановили свою деятельность визовые центры.

Исходя из практики работы в туристическом агентстве в период пандемии, некоторые туристы решили вернуть свои деньги за туры, многие решили оставить свою оплату тура на депозите туроператора без потери курса, по которому они изначально оплачивали тур, но это было при условии, что состав туристов не меняется. В связи с этим, между туроператорами, туристическими агентствами, туристами заключалось трёхстороннее дополнительное соглашение, где прописывалось, что денежные средства могут быть использованы в период: с момента нормализации обстановки (на основании соответствующих публикаций государственных органов) до 31 декабря 2021 года. Данное трёхстороннее соглашение подразумевает, что сумма аванса может быть использована субкомиссионером (туристическим агентством) и по просьбе клиента, на оплату вновь выбранного туристического продукта комиссионера (туроператора):

- по любому направлению при условии отмены рейса (полётной программы);
- по тому же направлению при условии, что рейс (полётная программа) не отменен.

Из-за пандемии Covid-19 большинство туристических направлений оставались недоступными несколько месяцев, на сегодняшний день выбор стран для путешествий остается очень ограниченным. Работая удаленно, туристические агентства развивались и готовились к следующему сезону. Многие молодые компании выросли за этот период, усовершенствовав свои знания по странам. Следует отметить, что из-за невозможности пересечения границ во время пандемии, основателем туристической компании «Tour Kitchen» были организованы рекламные туры онлайн по следующим странам: Турция, Египет, Тунис, ОАЭ. Во время рекламного тура участникам предоставлялись видеоматериалы территории отелей, давалась общая характеристика отеля, оговаривались основные достоинства и недостатки, которые можно было отметить для себя и для будущей работы.

Когда выездной туризм остановился, стало ясно, что туристическим агентствам и туроператорам нужно срочно искать новые ниши. Часть фирм вслед за туроператорами переориентировалась на внутренний сегмент рынка (начали организовываться экскурсионные туры по Республике Беларусь, оздоровительные туры в санатории), но многие решили, что их потраченное время на изучение туристического продукта время не стоит полученной выгоды. С открытием границ летом 2020 г. конкуренция в сегменте выезда оказалась настолько высока, что агентам пришлось искать выход на новую аудиторию. Например, переключаться на тех, кому нужно, во что бы то ни стало попасть за рубеж – и необязательно с туристическими целями.

В связи с глобальным падением туристического потока и невозможностью решить вопросы со многими забронированными заявками многие туристические компании обанкротились (один из офисов слетать.ру закрылся, ЧТУП «Вилеонс Тур» в городе Пинске прекратила свою деятельность, ООО «Центр туризма «Южный край», туристическое агентство «Нейтири Тревел» и др.).

Перед летним сезоном 2020 г. туризм несколько оживился. Так, было объявлено, что белорусов готовы принимать следующие страны: Турция с 15 июня, ОАЭ с 7 июля, Албания с 1 июля, Хорватия с 1 июня, Черногория с начала июня.

Для обеспечения безопасного отдыха большинство туроператоров совместно со страховыми компаниями начали разрабатывать для туристов страховые программы.

Туроператором ООО «Джойн Ап» совместно с украинской страховой компанией USI были разработаны следующие виды страховок:

- медицинская страховка от Covid-19. Для вылета на отдых в 2021 году принимающие стороны требуют у туристов за 48 часов до вылета сдавать ПЦР-тест. В случае положительного теста, данная страховка покрывает расходы по туру, от стоимости тура возвращается 90% туристам, а 10% по франшизе получает страховая компания USI.

- дополнительные финансовые риски Covid-19. Данная страховка покрывает обсервацию во время отдыха. В случае контакта первого уровня, данная страховка покрывает расходы по самоизоляции (проживание, питание, в случае опоздания на свой рейс покрывает расходы на обратный рейс и трансфер до аэропорта).

Благодаря услуге страхования, туристы получают возможность безо всяких опасений приобретать любой туристический продукт туроператора. Страховая компания USI защищает туристов от всех возможных страховых случаев – отмена рейса, отказ в визе, несчастный случай или другие непредвиденные обстоятельства.

Туроператор ОДО «Интер Сити» разработал программу лояльности Covid Stopover. Данная программа подразумевает возможность для туристов перебронировать запланированный отдых или отменить его без потерь в случае заболевания Covid-19.

Также, туроператорами предоставляются рассрочки для туристов. Например, при бронировании тура от туроператора ООО «Компания Тез тур» вносится предоплата в размере 10%, оставшаяся сумма 90% оплачивается в срок не позднее 14 календарных дней до начала тура. Также туроператором ООО «Компания Тез тур» и другими туроператорами предоставляется бесплатная сдача ПЦР-теста за 48 часов до вылета по предварительной записи.

Таким образом, безопасности оказываемых туристу туристических услуг уделяется особое внимание, т.к. здоровье, гигиена и безопасность стали «новой валютой» для завоевания доверия клиентов в 2021 году. Большинство туристов уже говорят о том, что предпочитают авиалинии, аэропорты и отели с более высокими стандартами безопасности и именно это является основной точкой экономического роста для всех поставщиков услуг, туроператоров и турагенств.

Список использованных источников

1. Гречишкина, Е.А. Управление устойчивым развитием туризма в регионе / Е.А. Гречишкина // Корпоративное управление и инновационное развитие: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета : электронный научный журнал. – 2017. – № 4. – С. 29-39.

2. Статья «Как спасают турагентский бизнес в Европе и США» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profi.travel/articles/45929/details>. Дата доступа: 04.04.2021.

УДК 004.738.5:339.138

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Гречишкина Елена Александровна, к.э.н, доцент,
заведующий кафедрой маркетинга и международного менеджмента**

**Громадский Александр Иванович, магистрант
Полесский государственный университет**

**Hrechyshkina Olena, PhD in Economics, Associate Professor,
Head of the Department of Marketing and International Management,**

l_grechishkina@mail.ru

**Gromadsky Alexander, Master's Degree Student, gramadskisanka@mail.ru
Polessky State University**

Аннотация. Статья содержит характеристику и классификацию составляющих элементов интернет-маркетинга и их возможности для развития маркетинговой деятельности предприятий в сети Интернет.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, интернет-технологии, корпоративный сайт, социальные сети.

В современном мире успех деятельности предприятия зависит не только от его возможностей в сфере производства и сбыта, но также от внедряемых инноваций, владения информационными ресурсами и способности правильно ими распоряжаться для укрепления своих позиций на рынке и повышения уровня конкурентоспособности предприятия.

В экономической сфере Интернет обусловил создание новых отраслей и миллионов рабочих мест, ускорил распространение знаний и инноваций. Благодаря ему предприятия традиционного сектора экономики получили массу новых возможностей: поиск поставщиков по всей стране и за ее пределами, выход на новые рынки, дешевая коммуникация со всеми потребителями, более объемная и качественная база для проведения бенчмаркинга [1, с 6].

В наше время интернет-маркетинг является наиболее перспективным и привлекательным направлением развития маркетинговой деятельности предприятия. Сегодня с использованием интернет-ресурсов реализуется огромное количество разных товаров. Любое предприятие может улучшить свои продажи благодаря использованию инструментов интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг выполняет несколько функций: способствует эффективному изучению конкурентов, анализу потребителей, а также улучшению сбытовой политики предприятия и продвижению товара. Большинство предприятий сомневаются в эффективности данного направления, но уже сейчас можно увидеть большой оборот капитала в данной области.

Актуальность данного исследования связана с тем, что предприятия все шире используют современные технологии в своей управленческой деятельности. К таким технологиям в том числе относится Интернет, который постоянно развивается, и с каждым годом появляется все больше пользователей, их активность увеличивается. Интернет стал частью жизни общества в целом, а потому в умелых руках превращается в эффективный инструмент маркетинговой деятельности. Этим инструментом необходимо управлять, и при помощи него расширять границы деятельности предприятия. Кроме того, учитывая факт глобального использования сети Интернет в современном мире и бизнесе, вопрос использования интернет-маркетинга является уже не просто фактором конкурентного преимущества, но и фактором выживаемости предприятия в целом.

Интернет-маркетинг представляет собой практическое использование всех аспектов традиционного маркетинга в сети Интернет, которые затрагивают основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Целью использования инструментов интернет-маркетинга является удовлетворение потребностей потребителей с помощью ресурсов сети Интернет, а также получение максимальной выгоды от потенциальной интернет-аудитории. Анализ практических результатов маркетинговой деятельности предприятий и организаций позволяет рассматривать интернет-технологии предприятия в маркетинге как совокупность новых инструментов, использование которых помогает увеличению возможностей и качества маркетинговой деятельности, с помощью которых достигаются высокие результаты с минимальными затратами, значительно улучшается сбытовая сеть и качество маркетинговой деятельности [2, с 16].

Тенденции развития интернет-технологий заставляют предприятия частично или полностью менять свой вектор деятельности в интернет пространстве.

Рассмотрим основные направления интернет-маркетинга и его инструменты, которые можно разделить на 3 вида [3, с 35]:

- исследование рынка;
- использование корпоративного сайта предприятия;
- социальные сети.

Исследование рынка в сети Интернет состоит из следующих этапов: исследование потребителей, исследование конкурентов, исследование товаров.

Исследование потребителей. Главной задачей данного направления является определение перспективной целевой аудитории, чтобы в дальнейшем сконцентрировать исследование, а затем и продажи. Можно выделить 2 больших класса исследования: полевые и кабинетные. Полевые исследования связаны с общением респондентов. Это опросы, интервью, фокус-группы и др. Кабинетные исследования проводятся на основании изученных документов, справочников. Исследователь объединяет всю доступную ему информацию и получает сводный результат.

Что касается кабинетных исследований, то тут стоит отметить, что Интернет является одной из лучших площадок для их проведения. Огромная часть данных и информации может существовать и выкладываться только в сети Интернет, и найти схожую информацию где-либо ещё не предоставляется возможным.

Проведение количественных полевых исследований сложная задача, так как аудитория может отвечать нечестно, и информация будет недостоверна. Провести такое исследование, конечно, можно, но достоверность этих результатов будет на низком уровне.

Если к количественным исследованиям в сети Интернет стоит относиться с осторожностью, то качественные исследования проводить вполне можно. Главной целью исследования обычно можно назвать поиск различных мнений по какому-либо вопросу, возможные реакции потребителей на новый продукт, генерирование новых идей и т.д. Проведение опросов и обсуждений с целью получения качественной информации через Интернет – удобно, быстро и экономично.

Исследование конкурентов. Любому предприятию нужно не просто знать, кто является конкурентом, но иметь о них исчерпывающие сведения: их планы, технологии продаж и продвижения товаров, методы ценообразования и многое другое. Достоверные данные о деятельности конкурентов позволяют разработать оптимальный план конкурентной борьбы и реализовать его с минимальными затратами. Открытыми источниками информации в данном случае является специализированные СМИ, справочники, каталоги, базы данных по юридическим лицам, отраслевые порталы, форумы.

Чтобы всегда быть в курсе последних изменений на рынке, большинство предприятий используют в своих интернет-исследованиях мониторинг цен конкурентов. В список стандартных сведений ценового мониторинга входит следующая информация: варианты цен в зависимости от объема заказа, размера складских запасов, сроков поставок, условий получения дополнительных скидок.

Помимо этого важной информацией являются условия сотрудничества конкурентов с поставщиками. Найти данную информацию можно с помощью открытых источников информации о клиентах и каналах дистрибуции, таких как корпоративные сайты, буклеты и другие рекламные материалы, в которых можно обнаружить списки дилеров.

Исследование товаров. Исследовать товары в сети Интернет можно только в той мере, в какой позволяет это сделать описание товаров на официальных сайтах, отзывы от потребителей, и собственные опросы потребителей о качестве исследуемых товаров. В целях исследования товаров на рынке необходимо перио-

дически изучать специализированные форумы и мониторить сайт конкурентов на наличие новинок.

Вторая часть исследования – использование корпоративного сайта. Цель сайта компании – это разработка и налаживание маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Благодаря тому, что коммуникации можно перенести в Интернет, они становятся автоматизированными, т.е. могут работать без участия человека.

Создав сайт нужно понять свою целевую аудиторию, а затем направить весь трафик на привлечение её на сайт с помощью рекламы, так как недостаточно создать просто среду, для нее ещё нужно найти участников. Рекламная деятельность в сети Интернет – процесс длительный, и наиболее затратный. Продвижением сайта в поисковых системах должен заниматься опытный маркетолог, иначе рекламный бюджет и время могут быть потрачены безрезультатно.

Третье направление – наличие социальных сетей, их использование и вирусный маркетинг в деятельности предприятия. На сегодняшний день это наиболее перспективное и привлекательное направление в интернет-маркетинге. По статистике [4] на эту рекламу уходит меньше всего финансовых ресурсов, но при этом малый бюджет никак не отражается на эффективности этой рекламы, она также эффективна, как контекстная и медийная реклама.



Рисунок – Рекламный рынок Беларуси, руб. с НДС

Примечание – Источник: [5]

Ассоциация рекламных организаций провела экспертную оценку объема рекламного рынка Беларуси за 2019 год. За год он вырос на 12,3%. Впервые в истории затраты на рекламные услуги в Интернете опередили объем рекламы на телевидении, показав рост к предыдущему году на 31,5%. Объем телевизионной рекламы по отношению к 2018 году вырос на 1,8%, наружной – на 8,7%, показатели по радио и прессе сократились соответственно на 5,4% и 16%.

К основным формам рекламной деятельности в социальных сетях относят: PR в социальных сетях (работа с блоггерами, журналистами, блоги и т.д.), развитие медиа-контента в социальных сетях, вирусный маркетинг.

Вирусный маркетинг – это вид маркетинга, построенного на саморазвивающейся системе коммуникаций, когда пользователи Интернета самостоятельно и активно, распространяют рекламные сообщения друг другу. Обычно такая реклама представляет собой привлекающие внимание текста, картинки или ссылки, которые хочется переслать своим друзьям и знакомым. Это и есть главная составляющая вирусного маркетинга. Вирусный эффект слабо предсказуем. И существует общее правило, что лишь один из четырех хороших роликов сработает.

На сегодняшний день все чаще интернет-технологии используются отечественными предприятиями в их маркетинговой деятельности. Стоит отметить, что

используются преимущественно отдельные компоненты интернет-маркетинга, лишь немногие предприятия применяют весь комплекс интернет-технологий для эффективного взаимодействия с потребителями. Причиной этого является отсутствие должного внимания к использованию интернет-технологий со стороны руководства самого предприятия.

В целом проблемы, которые мешают развитию маркетинговой деятельности в Интернете, можно подразделить на несколько блоков: технологические проблемы, финансовые проблемы, ресурсные проблемы.

Таким образом, воздействие интернет-технологий на маркетинговую деятельность предприятия постоянно растет. В условиях современного мирового рынка новые информационные технологии и ресурсы сети Интернет позволяют значительно уменьшить затраты на выполнение маркетинговой деятельности предприятия.

Список использованных источников

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг и его разновидности / М.В. Акулич – М. : Дашков и К, 2019. – 130 с.
2. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций. Учебник и практикум / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М. : Юрайт, 2018. – 488 с.
3. Солодар, М. Воронка продаж в интернете. Инструменты автоматизации продаж и повышение среднего чека в бизнесе / М. Солодар. – М. : Эксмо, 2018. – 240 с.
4. Итоги белорусского рынка интернет-рекламы за 2020 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/itogi-belaruskogo-rynka-internet-reklamy-za-2020-kakie-kanaly-i-klienty-pokazali-rost-a-kakie-radeni/?mobile=N> – Дата доступа 18.10.2021.
5. Белорусский рынок интернет-рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belmarket.by/news/2020/04/03/news-42344.html>. – Дата доступа 18.10.2021.

УДК 005.21, 338.24

В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ РАЗНИЦА МЕЖДУ СТРАТЕГИЕЙ И БИЗНЕС-МОДЕЛЬЮ?

Громова Мария Алексеевна, исследователь в области эконом. наук

Hromava Maryia, marygromova@mail.ru

Аннотация. В статье представлены конкретизированные определения терминов стратегии и бизнес-модели, рассмотрены несколько стратегий, а также описано содержание самой употребляемой бизнес-модели в организациях. Было проведено различие между ними и сделаны определенные выводы.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, стратегия развития, концепция динамических способностей, бизнес-модель.

В современном мире трудно представить компанию, которая обходится без стратегии, бизнес-плана и бизнес-моделей. Зачастую между терминами «стратегия» и «бизнес-модель» возникает путаница, так как сложно дать оценку взаимо-

действия между ними. Для того, чтобы решить этот вопрос, для начала нужно обратиться к терминологии. Пионеры стратегического управления определяют стратегию как комплексный план управления, позволяющий укрепить положение на рынке [1] или набор правил для принятия решений, которыми будут руководствоваться фирмы [2]; а Р. Грант, напротив, отрицает, что стратегия является детальным планом или программой инструкций и определяет ее как объединяющую тему, которая обеспечивает согласованность и задает общее направление действиям и решениям человека или организации [3]. В стратегическом управлении не существует общепринятого определения данного термина или, например, также не существует нормативных документов, с помощью которых можно было бы получить точное представление о ее содержании.

Мы определяем стратегию как сформированную модель полученных знаний о компании, в ходе которого не только определяется, но также задается направление развития компании, при этом данная модель обладает свойством гибкости, с помощью которого может видоизмениться в любой момент, согласно динамике изменений в бизнес-среде. С практической точки зрения, стратегия может иметь вид самостоятельного документа внутреннего использования в фирме, в котором будут отражены следующие элементы: видение, миссия, цели и задачи, а также с помощью использования различных стратегических инструментов, которые помогут точно разобраться в том или ином аспекте, будет определен стратегический путь.

Например, М. Портер изобрел методику для анализа конкуренции в бизнесе, исходя из которой будет выбрана базовая конкурентная стратегия, а именно:

1. Лидерство в издержках;
2. Дифференциация;
3. Специализация.

Определяя, что такое бизнес-модель, авторы А. Остервальдер, И. Пинье отмечают следующее: описание любой бизнес-модели должно включать девять блоков, которые отражают логику действий компании, направленных на получение прибыли. Она также служит для описания основных принципов создания, развития и успешной работы организации. К девяти блокам относятся:

1. *Потребительские сегменты* (кого будет организация привлекать и обслуживать);
2. *Ценностные предложения* (описание товаров или услуг для определенных клиентов);
3. *Каналы сбыта* (взаимодействие компаний с потребителями и донесение до них потребительской ценности);
4. *Взаимоотношения с клиентами* (описание типов отношений с клиентами),
5. *Потоки поступления доходов* (получение доходов от каждого потребительского сегмента);
6. *Ключевые ресурсы* (описание самых важных активов организации);
7. *Ключевые виды деятельности* (описание деятельности компании, с помощью которых будет реализована ее бизнес-модель);
8. *Ключевые партнеры* (описание поставщиков и партнеров);
9. *Структура издержек* (расходы, которые связаны с функционированием бизнес-модели) [4].

Тем самым мы можем сделать вывод, что бизнес-модель – это совокупность взаимосвязанных элементов управления (процессов и направлений деятельности

фирмы), которые будучи сложены воедино обеспечивают реализацию стратегических целей.

Стратегия и бизнес-модель – это совершенно два разных подхода к формированию будущих действий компаний, однако они тесно взаимосвязаны между собой. Взаимосвязь проявляется в том, что стратегия задает направление развития бизнес-модели. Исходя из выбора стратегии компаниями, меняется и сама бизнес-модель, при этом если стратегия была выбрана ошибочна, то и сама бизнес-модель не сможет правильно функционировать и будет бесполезной. Также взаимосвязь может прослеживаться с экономической точки зрения, т.к. основная цель бизнес-модели – это поиск новых возможностей для получения прибыли организациями, поэтому здесь может быть выстроено логическое соотношение доходы-издержки-прибыль. Следовательно, понятие бизнес-модели намного уже, чем понятие стратегии. По мнению некоторых авторов [1], стратегия определяет методы конкуренции и ведения бизнеса компании, а бизнес-модель на основании показателей прибыли и издержек, получаемых в результате применения выбранной стратегии, обеспечивает жизнедеятельности компании.

Список использованных источников

1. Томпсон, А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 928 с.
2. Ансофф, И. Стратегический менеджмент / И. Ансофф. СПб.: Питер, 2009. 344 с.
3. Грант, Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант. СПб.: Питер, 2008. 560 с.
4. Остервальд А. Построение бизнес-моделей / А. Остервальд, И. Пинье. М.: Альпина Паблишер, 2016. 288 с.

УДК 338.465.4

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Дворядкина Елена Борисовна, д. экон. н., директор Института экономики и финансов, профессор кафедры РМЭиУ, Елисеева Александра Александровна, соискатель кафедры РМЭиУ, Уральский государственный экономический университет

Dvoryadkina Elena, Dr. Sc. (Econ.),
Director of the Institute of Economics and Finance,
Professor of Regional, Municipal Economics and Administration Dept.,
elena.dvoryadkina@yandex.ru
Eliseeva Aleksandra, applicant of Regional,
Municipal Economics and Administration Dept.,
Ural State University of Economics, eliseeva_aa@usue.ru

Аннотация. В статье представлена терминологическая характеристика постиндустриального общества во взаимосвязи с понятием персональных услуг. Обосновано взаимовлияние развития персональных услуг и постиндустриального общества.

Ключевые слова: сфера услуг, персональные услуги, постиндустриальное общество, потребительский рынок.

Характеристика особенностей развития сферы услуг, а конкретнее персональных услуг, может быть рассмотрена не только с точки зрения теории индивидуального обслуживания, но и в ракурсе современных теорий постиндустриального общества. Постиндустриальное общество неразрывно связано с третичным сектором экономики, когда рост производительности труда зависит от таких ресурсов, как знания и информация, а также когда внимание уделяется качеству жизни населения (качество жизни взаимосвязано с потреблением персональных услуг, т.к. мы считаем, что одна из особенностей персональных услуг – это их социально ориентированная значимость для каждого конкретного индивида).

Само понятие теорий постиндустриального общества возникло в 1965 г. Автором являлся Дж. Бэлл, но предпосылки рассмотрения теории обнаружены в исследованиях французской школы политической экономии, например, французского экономиста – J. Fourastié, 1949 г., соотносящего производство услуг с постиндустриальным обществом [4]. Выделим расшифровку определения – постиндустриального общества в научных исследованиях российских авторов. Данную расшифровку отобразим в таблице.

Итак, данная расшифровка помогает нам сделать вывод о том, что формирование регионального рынка персональных услуг зависит, прежде всего, от формирования человеческого капитала. Также отметим, что человеческий капитал необходим для развития сферы услуг, он находится в непосредственной взаимосвязи с компонентами регионального рынка персональных услуг, по авторскому мнению, выделим (рис. 1):

- уровень урбанизации;
- уровень развития региона;
- процесс взаимосвязей градообразующих и градообслуживающих отраслей;
- спрос и предложение на персональные услуги;
- ресурсный потенциал региона.

Население и человеческий капитал (как экономические категории труда) образуют сложный алгоритм взаимодействия, влияющий на процесс экономического развития региона и инновационного развития регионального потребительского рынка. Сфера услуг, как третичный сектор экономики, находится под влиянием постиндустриального общества.

Современные и ускоренные темпы развития постиндустриального общества приводят к развитию сферы услуг. Структура потребностей общества становится более насыщенной, иерархия внутри структуры более разветвленной, в связи с развитием социальной сферы. Формирование и развитие регионального рынка персональных услуг (РРПУ) становится возможным благодаря систематизированному процессу действий, направленных на удовлетворение массовых и индивидуализированных потребностей населения.

Таблица – Терминологическая расшифровка определения «постиндустриальное общество»

№ п/п	Автор	Характеристика	Применимость
1	М. А. Алленых, А. П. Буевич, О. В. Каримова и др.	– это новый принцип социально –технологической организации и новый образ жизни, вытесняющий индустриальную систему, общество, основанное на услугах, и прежде всего услугах образования, здравоохранения, анализа и планирования, программирования...начало вступления в информационную эру...» [1, с.55].	Персональные услуги можно подразделить на группы потребностей населения: 1) материально – бытовые, 2) банковские, 3) информационные, 4) развлекательные, 5) туристические, 6) оздоровительные. Значит, персональные услуги связаны с услугами в сфере питания, одежды, транспорта, связи, здравоохранения, образования, бытового и коммунального хозяйства, а также услугами – банковскими, инвестиционными, страховыми, лизинговыми, факторинговыми, с услугами на информационном рынке, с услугами в культурно – развлекательной сфере, в сфере туристического бизнеса и в сфере спортивной, санаторной, лечебной, оздоровительной индустрии.
2	С. Е. Гасумова	– это «понятие современной социологии и философии, определяющее нынешний этап развития цивилизации как период перехода от индустриального к постиндустриальному типу общества» [2, с.50].	Необходимость формирования человеческого капитала для развития сферы услуг связано с формированием и развитием регионального рынка, когда одним из компонентов регионального потребительского рынка является уровень урбанизации.
3	Н. В. Путило	– это ««сертифицированное общество», где засвидетельствование результатов (посредством ученой степени, квалификационного экзамена или лицензии) становится условием получения более престижной работы» [3].	Для персональных услуг важен компонент специализации (уровень профессиональных навыков производителей – знания экономики 4.0 по средствам цифровизации).

Данный процесс демонстрирует взаимосвязь между производителем и потребителем персональных услуг, совмещающая интересы обеих сторон, на платформе в виде регионального рынка.

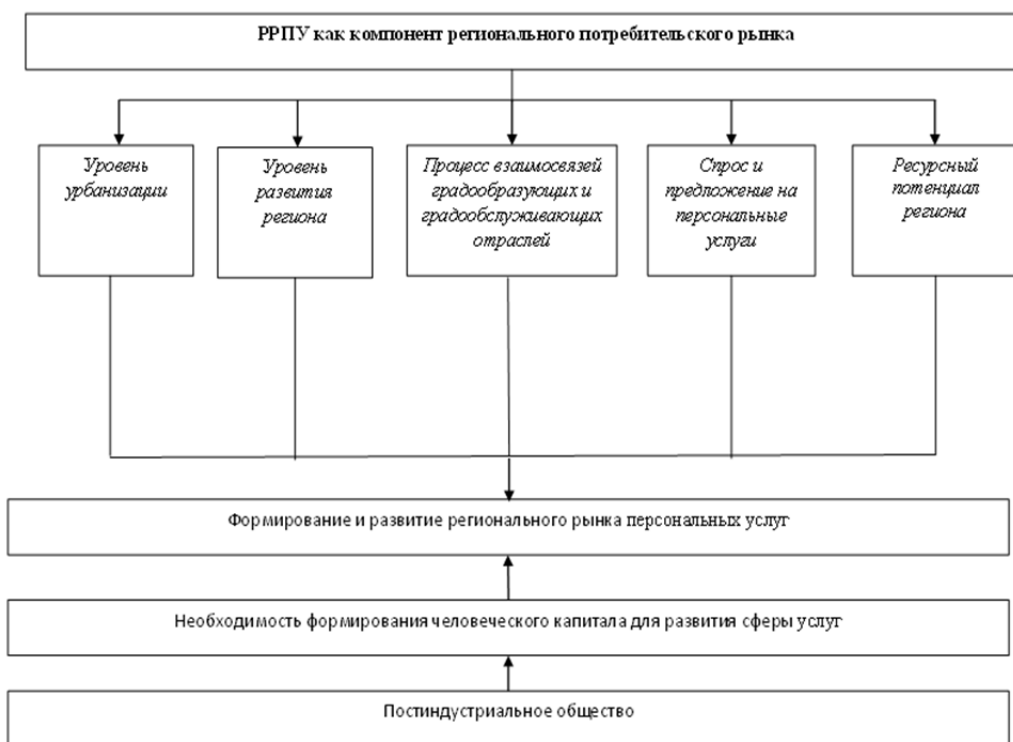


Рисунок – Влияние постиндустриального общества на региональный рынок персональных услуг

Подводя итоги вышесказанному, отметим, что среди особенностей постиндустриального общества, оказывающих влияние на развитие персональных услуг, выделяются следующие:

- возрастающая роль малых и средних форм предпринимательской деятельности, оказывающих персональные услуги – увеличение форм, приводит к расширению ассортимента услуг и повышению их качества, ввиду конкурентоспособности на региональном рынке;
- расширенные возможности для занятости квалификационных кадров – благодаря появлению новых бизнес – ниш, возникают особенные возможности трудоустройства;
- условия цифровизации для производства и потребления персональных услуг регионального рынка – появляется цифровая платформа, с помощью которой, процесс производства и потребления упрощается и индивидуальное обслуживание может оказываться дистанционно (контактная зона процесса индивидуального обслуживания не связана с определенной территорией);
- инновационное развитие в персональных услугах – рассчитанное на личное потребление в виду индивидуализированного запроса, связанное с индивидуальными предпочтениями потребителей услуг, становится многоаспектным и нацеленным на долгосрочную перспективу развития.

Список использованных источников

1. Алленых М. А., Буевич А. П., Карамова О. В. [и др.]. Инновационная политика: учебное пособие / 1-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 232 с. – ISBN 9785534104455.
2. Гасумова С. Е. Информационные технологии в социальной сфере: учебник и практикум для среднего профессионального образования / 6 – е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 284 с. – ISBN 978-5-534-13236-6.
3. Путило Н. В. Социальные права в постиндустриальном обществе: монография. – Москва: ООО «Проспект», 2021. – 120 с. – ISBN 9785392345625.
4. Fourastié J. Le grand espoir du XXe siècle. Progrès technique, progrès économique, progrès social. – Paris: Presses Universitaires de France, 1949. – Pp. xxiii, 223.

УДК 332.12

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ТИПА

Джалилов Эльвин Вахидович, ассистент

Уральский государственный экономический университет

Dzhalilov Elvin, assistant, Ural State University of Economics,

elvin.dzhalilov.94@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается анализ устойчивого развития муниципальных образований Свердловской области. Автором предлагаются показатели, которые могут быть взяты за основу при анализе устойчивого развития муниципальных образований индустриального типа.

Ключевые слова: муниципальные образования, моногорода, устойчивое развитие, традиционно-промышленный регион, устойчивость, муниципальные образования индустриального типа.

25 сентября 2015 года Генассамблеей ООН была принята резолюция «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года», в который прописаны 17 целей в области устойчивого развития и 15 летний план по их достижению [1].

Определен список целей, в число которых входят: достойная работа и экономический рост; индустриализация, инновации и инфраструктура; устойчивые города и населенные пункты ответственное потребление и производство и т.д.

Данные проблемы испытывают большинство государств в той или иной степени. Было принято решение разделить существующие проблемы на 3 уровня: деятельность на глобальном уровне; деятельность на местном уровне и деятельность людей, куда входит деятельность молодежи, СМИ и т.д.

В рамках данного исследования анализ будет проводиться на местном уровне. Наибольший интерес вызывает развитие муниципальных образований индустриального типа Свердловской области, такой выбор не случаен, связано это прежде всего с тем, что данные муниципальные образования играют ключевую роль в развитии региона так как локализируют в своих границах крупнейшие промышленные предприятия, а также определяют функциональную специализацию региона.

Свердловская область считается традиционно-промышленным регионом, такие территории играют важную роль в развитии страны.

Для достижения устойчивого развития Свердловской области необходимо устойчивое развитие его муниципальных образований. Муниципальные образования индустриального типа сформированы на основе горнозаводских городов, в их число входят: город Алапаевск; Верхнесалдинский городской округ; городской округ Верхняя Пышма; Каменск-Уральский городской округ; Кировградский городской округ; городской округ Красноуральск; городской округ Краснотурьинск; Кушвинский городской округ; Невьянский городской округ; городской округ Нижняя Салда; Нижнетуринский городской округ; город Нижний Тагил; городской округ Первоуральск; Полевской городской округ; городской округ Ревда; Режевской городской округ; Североуральский городской округ; Серовский городской округ. Не смотря на активное развитие цифровых технологий, в структуре экономики у них по-прежнему преобладает промышленное производство. Дворядкина Е.Б. утверждает, что данная тенденция характерна таким территориям в силу их инерционности [2].

Устойчивое развитие таких территорий важно и потому, что классическое противотечение социально-экономического развития и экологического благополучия в таких муниципальных образованиях вступает в особое противоречие. Также интерес усиливается большим количеством монопрофильных муниципальных образований, которые сталкиваются с большим количеством проблем, среди которых можно особенно выделить: слабую диверсификацию экономики, низкий уровень экологии, обезлюдивание, в числе рассматриваемых доля таких муниципальных образований составляет 61%.

Устойчивое развитие муниципальных образований индустриального типа необходимо осуществлять по определенным направлениям, которые должны определяться с учетом специфики территории. На муниципальном уровне проблемы вырисовываются четче и определить пути устойчивого развития на муниципальном уровне легче по причине меньших размеров территории относительно региона или страны. Понятие «устойчивое развитие» исследователи трактуют практически единообразно, основу данного понятия составляет возврат состояния объекта в исходное положение [3], однако дискуссионным остается вопрос о том, какие критерии должны учитываться при анализе устойчивого развития того или иного объекта.

В работе Цапиевой О.К. собраны основные трактовки понятия устойчивого развития и устойчивости, где автор выделяет основные элементы данного понятия [4]. Данные элементы в той или иной степени отражают определенные направления развития, которые можно обобщить на следующие сферы: социальную, экономическую и экологическую.

Гизатуллин Х.Н. и Троицкий В.А. утверждают, что в результате объединения экономической, социальной и экологической точек зрения появилась концепция устойчивого развития [5].

Для анализа устойчивого развития муниципальных образований индустриального типа нами взяты следующие показатели:

- численность населения, человек;
- отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами (без субъектов малого предпринимательства), тысяча рублей;

- оборот розничной торговли (без субъектов малого предпринимательства), тысяча рублей;
- текущие (эксплуатационные) затраты на охрану окружающей среды, включая оплату услуг природоохранного назначения, тысяча рублей.

Таблица – Консолидированные показатели муниципальных образований индустриального типа Свердловской области

Показатель \ Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Численность населения, чел.	1424793	1420512 □	1416235 □	1408412 □	1396723 □	1387188 □
Отгрузка товаров, тыс. руб.	996511	994578 □	1063954 ↑	1267942 ↑	1294210 ↑	1257532 □
Оборот розничной торговли, тыс. руб.	70376	77872 ↑	85424 ↑	100153 ↑	117029 ↑	133795 ↑
Текущие затраты на охрану окружающей среды, тыс. руб.	8805	8911 ↑	17437 ↑	12535 □	13472 ↑	13812 ↑

Примечание – Составлено по: База данных муниципальных образований / Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <https://gks.ru/dbscripts/munst/munst65/DbInet.cgi>

В таблице представлены значения консолидированных показателей муниципальных образований индустриального типа Свердловской области по 4 показателям.

Численность населения за рассмотренный период характеризуется ежегодным сокращением. Данный показатель считается базовым и отражает социальную сферу муниципального образования. Такая тенденция, на наш взгляд, связана с внутренней миграцией населения в более развитые территории. За рассматриваемые 6 лет снижение составило 2,6%.

Показатели отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами и оборот розничной торговли характеризуют экономическую сферу развития муниципальных образований индустриального типа. Данные показатели демонстрируют тенденцию увеличения за рассмотренный период на 26,2% и 90,1% соответственно. Обусловлено это прежде всего большим количеством промышленных предприятий, расположенных в границах данных муниципальных образований и развитой сетью социально-экономических связей хозяйствующих субъектов.

Показатель текущих (эксплуатационных) затрат на охрану окружающей среды, включая оплату услуг природоохранного назначения характеризуется увеличением на 56,9%. Данный показатель включает в себя прием, транспортировку и очистку сточных вод, а также все стадии от сбора до полной утилизации отходов и другие услуги по охране окружающей среды. Такая тенденция является негативной, поскольку помимо увеличения количества отходов, требует дополнительного финансирования с целью уменьшения нагрузки на окружающую среду.

Таким образом, рассмотренные показатели демонстрируют слабые стороны социальной сферы и заметное увеличение нагрузки на экологическую сферу развития муниципальных образований индустриального типа, которые требуют от органов государственной власти и местного самоуправления дополнительных мер воздействия.

Список использованных источников

1. Декларация. Генеральная ассамблея ООН. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. 2015. 44 с.
2. Дворядкина Е.Б. Инерционность экономического развития городов традиционно-промышленного региона. Екатеринбург, 2005. 201 с.
3. Шалмуев А.А. Теоретико-методологические основы устойчивого развития региона // Инновации №3(90), 2006. С. 28-32.
4. Цапиева О.К. Устойчивое развитие региона: теоретические основы и модель // Экономические проблемы регионов и отраслевых и комплексов, 2010. С. 307-311.
5. Гизатуллин Х.Н., Троицкий В.А. Концепция устойчивого развития: новая социально-экономическая парадигма // Общественные науки и современность, №5, 1998. С. 124-130.

УДК 334.021

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Добринец Яна Ивановна, аспирант

Полесский государственный университет, yana_dobrinets@mail.ru

Yana Dobrinets, postgraduate, Polessky State University, yana_dobrinets@mail.ru

Аннотация. Под бюджетной организацией понимают организацию, созданную для осуществления управленческих, социально-культурных, научно-технических или иных функций некоммерческого характера. Их функционирование финансируется за счет средств соответствующего бюджета.

Ключевые слова: бюджетная организация, бюджетные средства, государственные закупки, план закупок.

С целью совершенствования правового регулирования финансово-хозяйственной деятельности бюджетных организаций, а также повышения эффективности использования бюджетных средств в Республике Беларусь в 2020 году согласно Указу № 475 «Об обеспечении деятельности бюджетных организаций» были созданы центры по обеспечению деятельности бюджетных организаций (далее – Центры) [1].

Данные Центры заняты обслуживанием (обеспечением деятельности) на безвозмездной основе учреждений здравоохранения, образования, физической культуры и спорта, культуры и иных организаций, финансируемых из соответствующего местного бюджета, а также структурных подразделений исполкомов (местных администраций районов в городах), исполкомов первичного территориального уровня (сельсоветов, поселков).

Центры могут осуществлять следующие виды деятельности.

Ведение бухгалтерского учета, составление бухгалтерской или финансовой отчетности, а также осуществление иного обеспечения их деятельности, направленного на поддержку основного вида деятельности, в том числе: ремонт и техническое обслуживание государственного имущества; эксплуатация автоматизированных информационных систем; автомобильные перевозки; реализация мероприятий по охране труда и пожарной безопасности; хранение архивных документов, инвентаря, оборудования и иного государственного имущества.

Формирование, утверждение и ведение годового плана государственных закупок, включающего сводный перечень отдельных товаров (работ, услуг), приобретение которых запланировано в соответствующем финансовом.

Проведение процедур государственных закупок товаров (работ, услуг) для нужд одной или нескольких бюджетных организаций, заключение договоров государственных закупок таких товаров (работ, услуг) и обеспечение их исполнения, в том числе приемка поставленных товаров (выполненных работ, оказанных услуг) и их оплата.

Использование бюджетных средств и средств от приносящей доходы деятельности бюджетных организаций, выполнение их обязанности получателей бюджетных средств.

Осуществление отдельных функций распорядителей бюджетных средств, возложенных на организации, во взаимодействии с этими организациями в части подготовки предложений о разработке планов деятельности распорядителей бюджетных средств; подготовки расчетов необходимых ассигнований к проекту соответствующего местного бюджета на очередной финансовый год, проектов сводных бюджетных смет, смет доходов и расходов внебюджетных средств организаций; подготовки на основании анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций, предложений для принятия распорядителями бюджетных средств решений по управлению бюджетными назначениями и определения порядка их использования; ведения реестров расходных обязательств распорядителей бюджетных средств; обеспечения своевременного и полного поступления доходов в бюджеты в соответствии с компетенцией распорядителей бюджетных средств; составления сводной бухгалтерской и (или) финансовой отчетности, подготовки иных сведений об использовании бюджетных средств.

Выполнение отдельных функций подведомственных администраторов доходов бюджета в пределах полномочий, установленных решениями исполкомов.

Перечисление обязательных страховых взносов, взносов на профессиональное пенсионное страхование и иных платежей в бюджет государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения Республики Беларусь за организации, выполнение иных обязанностей этих организаций в отношениях, регулируемых законодательством о государственном социальном страховании.

Перечисление страховых взносов организаций, по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, выполнение иных обязанностей этих организаций, установленных законодательством, регулирующим порядок и условия осуществления обязательного страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

Производство удержаний из заработной платы работников организаций, в соответствии с законодательством.

В практике работы Центров можно выявить значительное количество проблемных вопросов.

Дополнительно увеличился объем работы специалистов в связи с обслуживанием большого количества бюджетных организаций, что отражается на качестве и своевременности выполнения задач. В связи с этим существенно увеличился и объем документооборота.

Разноплановая специфика деятельности обслуживаемых работниками Центров организаций вызывает недочеты и проблемы в работе из-за наличия множества отраслевых и иных правовых актов, проблематичности их правильного применения работниками Центров.

Центры являются специализированными организациями, которые должны обслуживать разнопрофильные учреждения. Если до образования Центров специалисты имели более узкий профиль, связанный с работой только в одной отрасли, то сегодня им необходимо владеть спецификой работы учреждений, знанием нормативных правовых актов, либо их некорректная трактовка создает большое количество проблем в обслуживаемых организациях.

На Центры не возложена функция ответственности за финансово-хозяйственную деятельность, при этом начальники отделов и руководители несут ответственность по всем направлениям деятельности, в том числе и финансовую.

Имеющиеся в штате Центров юрисконсульты не наделены правом предоставления интересов обслуживаемых организаций в судах и иных государственных органах, что является существенным недостатком.

Для обеспечения нормального функционирования обслуживаемых организаций введено недостаточное количество штатных единиц рабочей специальности и инженерной службы. Недостаточное количество рабочего персонала для выполнения хозяйственных работ сказывается на увеличении сроков их выполнения.

Возникновение необходимости множественного согласования с распорядителями средств в части финансирования, например, ремонтных работ, запланированных мероприятий требуют затрат времени и увеличения сроков на их выполнение.

Большая нагрузка на работников в связи с проведением процедур государственных закупок и соблюдением необходимых сроков на их проведении как правило приводит к затратам большого количества времени. Основанием для проведения процедур государственных закупок является годовой план, который формируется ежегодно и после утверждения подлежит размещению на ЭТП. Годовой план формируется на основании сводных перечней товаров, работ, услуг, планируемых к приобретению в текущем финансовом году бюджетными организациями [2]. Многие бюджетные организации не считают нужным предоставлять Центру такие сводные перечни. Поэтому годовой план формируется на основании заявок, которые подают бюджетные организации, для проведения государственных закупок. Что приводит к постоянному корректированию плана, неправильному выбору процедуры государственной закупки и нарушению законодательства.

Мнения обслуживаемых организаций и Центров расходятся в вопросе: распоряжается ли Центр собственными средствами обслуживаемых организаций. Согласно Закону государственная закупка – приобретение товаров (работ, услуг) полностью или частично за счет бюджетных средств и (или) средств государственных внебюджетных фондов получателями таких средств, а также отношения, связанные с исполнением договора государственной закупки [3]. Закупка за счет собственных средств не является госзакупкой. Руководители бюджетных организаций утверждают, что Центры должны выполнять и другие, не противоре-

чащие законодательству обязанности, необходимые для обеспечения деятельности бюджетных организаций [4].

Между Центрами и обслуживаемыми организациями заключены договоры, в которых прописана деятельность Центров, но не указаны действия обслуживаемых организаций, необходимые для эффективного обеспечения их деятельности. На сегодняшний день четко не урегулированы механизмы исполнения обязательств в соответствии с заключенными договорами по распределению ответственности между Центрами и обслуживаемыми организациями, что приводит к отсутствию мотивации специалистов Центров в оперативном выполнении работ и оказании услуг в интересах обслуживаемых организаций.

Как отмечено выше, на сегодняшний день существенными проблемными вопросами в сфере обеспечения деятельности бюджетных организаций являются организационно-методическое обеспечение государственных закупок, обслуживания оборудования, зданий и сооружений, разноплановая специфика деятельности обслуживаемых организаций, недостаточное количество рабочего персонала. В связи с многопрофильностью работы, как в обслуживаемых организациях, так и в Центрах отсутствуют специалисты, профессионально владеющие знаниями по техническим параметрам и требованиям к эксплуатируемым знаниям, оборудованию, технике.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что цель создания Центров для совершенствования правового регулирования финансово-хозяйственной деятельности бюджетных организаций, а также повышения эффективности использования бюджетных средств не была достигнута.

В целях повешения результативности деятельности Центров предлагается внести изменения в условия договоров, заключенных с обслуживаемыми организациями. А также внести изменения в Указ Президента Республики Беларусь от 23.12.2019 № 475, постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31.12.2019 № 948, связанные с возможностью создания Центров отраслевой принадлежности и направленности.

Список использованных источников

1. Об обеспечении деятельности бюджетных организаций: Указ Президента Респ. Беларусь от 23.12.2019 № 475 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021 г.

2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2021. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 15.09.2021.

3. О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Респ. Беларусь от 13.07.2012 № 419-З: с изм. и доп. от 17 июля 2018 г. № 136-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021 г.

4. О реализации Указа Президента Республики Беларусь: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31.12.2019 № 948 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021 г.

УДК 331.5

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ПОКАЗНИКИ РОБОЧОГО ЧАСУ ТА ДОХОДІВ ПРАЦІВНИКІВ

Завидівська Ольга Ігорівна, д.пед.н., к.е.н., доцент,

Гуль Іван Григорович, к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського (Україна)

Zavydivska Olga, Sc.D. in Pedagogy, Ph.D. in Economics, Associate Professor,
zoiggg@gmail.com

Hul Ivan, Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Boberskyi (Ukraine),
gul_ivan@ukr.net

Анотація. Розглянуто вплив пандемії COVID-19 на міжнародний ринок праці в аспекті аналізу показників робочого часу та доходів працівників.

Ключові слова. Міжнародний ринок праці, робочий час, доходи, працівники, коронавірус, МОП.

Пандемія COVID-19, яка за два з половиною місяці практично поширилася на усі континенти і зачепила 80% країн світу – це перевірка людства на здатність протидіяти загальноцивілізаційним загрозам, організовуватися для вирішення нагальних проблем і робити правильні висновки.

Спад світового економічного розвитку під впливом пандемії коронавірусу особливо негативно відобразився на розвитку міжнародного ринку праці. І це не дивно, адже пандемія COVID-19 у першу чергу впливає на здоров'я, а значить і життя людей: його якість, уклад, тривалість тощо. Для забезпечення належної якості власного життя людина повинна працювати. Виходячи з цього, окремої актуальності набуває аналіз впливу пандемії COVID-19 на показники робочого часу та доходів працівників.

Впровадження заходів щодо стримування поширення коронавірусу, поєднаних з швидким погіршенням економічних умов, призвели до негайних і масових втрат у робочому часі працівників (табл. 1).

Статистичні дані МОП свідчать про те, що працівники у країнах, що розвиваються, особливо з неформальною зайнятістю, постраждали від скорочення робочих годин в більшій мірі, ніж у минулі кризи. У цих країнах ще до введення карантинних заходів були більш обмежені можливості для дистанційної роботи та спостерігалась більша вразливість працівників, зайнятих в неформальному секторі економіки.

За оцінками МОП, протягом I кварталу 2020 року, робочий час працівників скоротився на 5,4% в порівнянні з IV кварталом 2019 року, а це приблизно 155 млн. штатних робочих місць. Враховуючи попереднє поширення вірусу в Китаї та інших країнах Азії та Тихого океану, які найпершими впровадили суворі карантинні заходи ще на початку січня 2020 року, не дивно, що на цей регіон припало приблизно 80% глобального скорочення робочого часу впродовж I кварталу 2020 року.

У II кварталі 2020 року спостерігалось скорочення світового робочого часу на 14% що еквівалентно 400 млн. штатних робочих місць. Країни з рівнем доходу нижче середнього постраждали найбільше, переживаючи спад у скороченні робо-

чого часу працівників у 16,1%. Більш конкретно, скорочення робочого часу працівників у світі та за регіонами і субрегіонами у I та II кварталах 2020 року подано у табл. 2.

Таблиця 1. – Скорочення робочого часу працівників на міжнародному ринку праці з розподілом за групами країн та регіонами впродовж першої половини 2020 року*

	I квартал 2020 року, %	II квартал 2020 року, %
Міжнародний ринок праці	5,4%	14,0%
Країни з низьким рівнем доходу	2,4%	11,1%
Країни з рівнем доходу нижче середнього	3,0%	16,1%
Країни з рівнем доходу вище середнього	9,3%	12,6%
Країни з високим рівнем доходів	2,5%	13,9%
<i>Країни Африканського континенту</i>	<i>2,4%</i>	<i>12,1%</i>
<i>Країни Американського континенту</i>	<i>3,0%</i>	<i>18,3%</i>
<i>Арабські країни</i>	<i>3,1%</i>	<i>13,2%</i>
<i>Країни Азії та Тихого Океану</i>	<i>7,1%</i>	<i>13,5%</i>
<i>Країни Європи та Центральної Азії</i>	<i>3,4%</i>	<i>13,9%</i>

*Складено на основі даних джерела [1].

Так, субрегіон Східної Азії зазнав скорочення робочого часу на 11,6%, або 95 млн. робочих місць, еквівалентні повним робочим дням, у I кварталі 2020 року.

В Європі та Середній Азії скорочення робочого часу у I кварталі 2020 року склали 3,4% (зокрема, у Південній Європі – 5,3% та Західній Європі – 4%) або 11 млн. робочих місць на повний робочий день.

Близько 11 млн. робочих місць на повний робочий день були втрачені на Американському континенті протягом I кварталу 2020 року. Найбільший вплив відчували в Південній Америці, де робочий час скоротився на 4,8% в порівнянні з IV кварталом 2019 року. В Африканських країнах збитки від втрати робочого часу оцінюються у 2,4%, або 9 млн. робочих місць на повний робочий день.

Країни Американського континенту скоротили робочий час працівників на 18,3% або 70 млн. робочих місць на повний робочий день у II кварталі 2020 року. У межах цього регіону, як і серед усіх регіонів і субрегіонів світу, Південна Америка має найбільшу втрату робочого часу працівників години у II кварталі 2020 року – 20,6%. Втрати робочого часу працівників для Центральної Америки та Північної Америки оцінюються в 19,2% і 15,3% відповідно.

Години роботи в Європі та Центральній Азії у II кварталі 2020 року зменшились на 13,9%, або 45 млн. робочих місць на повний робочий день. Найбільше скорочення робочого часу у цьому регіоні спостерігалось у Південній Європі (18,0%), далі йдуть: Північна Європа (15,3%), Західна Європа (14,3%), Центральна та Західна Азія (13,6%) та Східна Європа (11,6%).

В Азії та Тихоокеанському регіоні загальна втрата робочих годин у II кварталі 2020 року оцінюється у 13,5%, або 235 млн. робочих місць на повний робочий день.

Серед субрегіонів найбільше скорочення в робочому часі відбулося в Південній Азії (17,9%), за якою йдуть Південно-Східна Азія та Тихий океан (12,6%) та Східна Азія (10,4%).

Таблиця 2. – Скорочення робочого часу працівників на міжнародному ринку праці з розподілом за регіонами і субрегіонами в першій половині 2020 року*

Регіон	I квартал 2020 року			II квартал 2020 року		
	Еквівалентне число лоштанної роботи (повна зайнятість) (40 год./тижд.)	Еквівалентне число штанної роботи (повна зайнятість) (48 год./тижд.)	% втраченого робочого часу	Еквівалентне число штанної роботи (повна зайнятість) (40 год./тижд.)	Еквівалентне число штанної роботи (повна зайнятість) (48 год./тижд.)	% втраченого робочого часу
Міжнародний ринок праці	185	155	5.4	480	400	14.0
Африканський континент	11	9	2.4	55	45	12.1
<i>Північна Африка</i>	2	2	2.5	11	9	15.5
<i>Суб-Сахарська Африка</i>	9	7	2.4	43	35	11.4
Центральна Африка	1	1	2.3	7	6	11.9
Східна Африка	4	3	2.4	18	15	10.9
Південна Африка	0	0	1.6	3	2	12.2
Західна Африка	3	3	2.5	15	13	11.6
Американський континент	13	11	3.0	80	70	18.3
<i>Латинська Америка та Кариби</i>	10	9	3.6	55	47	20.0
Центральна Америка	1	1	1.1	16	13	19.2
Південна Америка	9	7	4.8	38	32	20.6
<i>Північна Америка</i>	3	2	1.8	25	21	15.3
Арабські країни	2	2	3.1	10	8	13.2
Країни Азії та Тихоокеанського регіону	150	125	7.1	280	235	13.5
<i>Східна Азія</i>	115	95	11.6	100	85	10.4
<i>Південно-Східна Азія та Тихий океан</i>	7	6	2.1	44	37	12.6
Південно-Східна Азія	7	6	2.1	42	35	12.7
Південна Азія	26	21	3.4	135	110	17.9
Країни Європи та Центральної Азії	13	11	3.4	55	45	13.9
<i>Північна, Південна та Західна Європа</i>	8	6	4.2	29	24	15.7
Північна Європа	1	1	3.1	7	6	15.3
Південна Європа	3	3	5.3	10	9	18.0
Західна Європа	3	3	4.0	12	10	14.3
<i>Східна Європа</i>	3	3	2.6	15	12	11.6
<i>Центральна та Західна Азія</i>	2	2	2.7	10	8	13.6

*Складено на основі даних джерела [1].

Час роботи у II кварталі 2020 року в арабських державах зменшився на 13,2%, або 8 млн. робочих місць на повний робочий день. В Африці загальна втрата робочих годин в II кварталі 2020 року оцінюється в 12,1%, або 45 млн. робочих місць на повний робочий день. Що стосується субрегіонів, то найгостріше скорочення робочого часу спостерігалось у Північній Африці (15,5%), за якою слідує Південна Африка (12,2%), Центральна Африка (11,9%), Західна Африка (11,6%) та Східна Африка (10,9%).

Втрати та скорочення робочого часу призводять до значних втрат доходів працівників у всьому світі. За оцінками МОП, світовий дохід працівників (який включає заробітну плату для найманих працівників та частину доходу для самозайнятих) зменшився на 10,7% протягом перших трьох кварталів 2020 року порівняно з відповідним періодом 2019 року (рис. 1).



Рисунок 2. – Частка втраченого трудового доходу на міжнародному ринку праці з розподілом за групами країн та регіонами впродовж I – III кварталів 2020 року, %*

*Складено на основі даних джерела [2].

Так, в країнах з низьким рівнем доходу, втрата трудових доходів досягає 10,1%; в країнах з рівнем доходу вище середнього – 11,4%; у країнах з рівнем доходу нижче середнього – 15,1%. Натомість дохід працівників в країнах з високим рівнем доходу скоротився на 9%.

По географічних регіонах, скорочення трудових доходів найбільше відчували працівники на Американському (12,1%) та Африканському континентах (10,7%). Загалом, глобальні втрати трудових доходів протягом I – III кварталів 2020 року становлять 3,5 трлн. дол. США (за ринковими курсами 2019 року), що еквівалентно 5,5% світового ВВП у порівнянні з I – III кварталом 2019 р. [2].

Враховуючи усе вище викладене, приходимо до висновку, що тенденції скорочення робочого часу та доходів працівників матимуть місце на міжнародному ринку праці й далі, у найближчі роки. А тому перспективним напрямом врегулювання означених негативних тенденцій вважаємо повноцінне узаконення усіх аспектів дистанційної зайнятості, яка на сьогодні широко поширена у світі, однак не у всіх країнах законодавчо закріплена.

Список використаних джерел

1. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Fourth edition. Updated estimates and analysis. 2020. 24 p. URL : <https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm> (дата звернення: 15.08.2021).

2. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Sixth edition. Updated estimates and analysis. 2020. 25 p. URL : <https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm> (дата звернення: 15.08.2021).

УДК 336.741

**КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ «ЗЕЛЕНОГО»
ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА**

**Зборина Ирина Михайловна, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет**

Zborina Irina Mihajlovna, PhD, Polesky State University, zborina75@mail.ru

В современном мире одной из актуальных тем является тема внедрения зеленой политики, экономики и технологий. Это в первую очередь подразумевает зеленый образ жизни - понятие, неразрывно связанное с выбором и осознанием как каждого отдельного человека, так и окружающего его общества в целом.

Если говорить о будущем потребителе зеленой экономики, то наиболее подходящим определением будет то, что это человек, который научился нести ответственность за свои действия и обладает пониманием происходящих вокруг него процессов в более долгосрочной перспективе, чем его жизнь. Другим возможным определением потребителя зеленой экономики является то, что это человек, имеющий минимальную (или вовсе не имеющий) дистанцию между ответами на вопрос «как нужно поступить в определенной ситуации» и «как я поступлю в данной ситуации».

Психологическому аспекту зеленой экономики в настоящее время уделяется все большее внимание. Именно психология, поведенческие и моральные принципы людей являются пробелом между зелеными инициативами и их органичным внедрением в повседневную жизнь. За последние 10 лет такое направление исследований, как климатическая психология получила в мире достаточно большое развитие. К примеру, в магистратуре Университета г. Бергена в Норвегии на факультете социальной психологии открылся курс лекций под названием «Психология изменения климата» [1].

Социолог из Уитман Колледжа (Вашингтон, США) К.М. Норгаард в своем исследовании говорит о том, что человек отрицает факт изменения климата потому, что это является некомфортной мыслью. В повседневной жизни люди стремятся ограничить себя позитивными мыслями, не вызывающими чувство вины, сохранить положительный образ себя самого. Следовательно, человек подсознательно предпочитает не задумываться о том, как была, к примеру, произведена его одежда и еда. Психолог из Стэнфордского Университета Д. Кросник также подтверждает это теорию. Согласно его исследованию люди перестают заботиться об изменении климата, когда понимают, что легкого решения данной проблемы не существует. Другим важным фактором отрицания экологических проблем психологи считают отсутствие чувства длительности жизни у современных людей (терро-

ризм, гонка вооружений, атомное оружие и т.д.), что в свою очередь не мотивирует человека заботиться о проблемах будущего.

Исследования выделяют пять характеристик человеческой психологии, которые затрудняют процесс принятия экологических мер, а также даются рекомендации о том, как их преодолеть. 1). Экологические проблемы и зеленая экономика чаще всего представляется нам в абстрактном виде и статистических данных, что не производит должного эффекта на людей. Чтобы вызвать желание действовать, необходимо использовать более конкретную информацию с акцентом на возможных изменениях повседневного быта отдельного человека. 2). Проблема изменения климата настолько глобальна, что любые индивидуальные изменения в образе жизни, кажутся человеку незначительными. В этом случае мотивировать людей можно за счет создания общественных норм, поощряющих зеленые инициативы каждого человека. 3). Экологические проблемы кажутся человеку отдаленными и неопределенными, что заставляет его концентрировать внимание на краткосрочных экономических эффектах (сокращение своего углеродного следа невыгодно и т.д.). Таким образом, при распространении информации об изменении климата необходимо подчеркивать последствия для отдельных регионов и рассчитывать данные более локально. 4). Исследование показывает, что люди наиболее склонны к риску, если речь идет о потенциальных потерях (понижение уровня жизни, качества окружающей среды). Это говорит о том, что для мотивации к действию люди должны получать информацию не о негативных последствиях бездействия, а о положительных изменениях и выгодах от немедленного действия в пользу экологии. 5). Внешняя мотивация (денежные поощрения энергосберегающих инициатив и т.д.) дает гораздо больший эффект в комплексе с мотивацией внутренней (улучшение благосостояния других людей, забота об окружающей среде), так как именно внутренняя мотивация является долгосрочной и заставляет человека вести устойчивый образ жизни после того, как внешняя мотивация исчезает [1].

Необходимо отметить, что в проведенных исследованиях основной акцент в развитии зеленой экономики делается на обществе и поведении каждого отдельного человека, а не на правительстве и общественных организациях. Это говорит о соответствующей тенденции не только в психологии, но и в других отраслях человеческой деятельности. В настоящее время сформировался определенный пробел между технологическими и политическими разработками в зеленой экономике и их массовым принятием людьми в повседневной жизни и быту. Следовательно, надо говорить о важности осознания менеджментом организаций критически важной роли человеческих ресурсов в обеспечении экологической результативности и успешной реализации эколого-ориентированных стратегий бизнеса наряду с другими аспектами экологически безопасного производства.

В данном контексте можно отметить появление нового направления практической деятельности и научных исследований, получившее название «Green Human Resource Management» (GHRM), объединяющее сферы управления человеческими ресурсами (УЧР) и экологического менеджмента.

Понятие «Green Human Resource Management» (GHRM), обозначающее управление человеческими ресурсами (УЧР) в экологически ответственных организациях, впервые было предложено W. Wehrmeyer в книге «Greening People: Human Resources and Environmental Management», опубликованной еще в 1996 г. Автор утверждал, что именно сотрудники являются ключом к успеху, если компания

осуществляет свою деятельность, основываясь на принципах устойчивого развития, потому что эти принципы могут быть реализованы только благодаря энергии, производительности и личной приверженности каждого работника экологическим целям организации [2]. Хотя экологический менеджмент предполагает использование соответствующих методов управления персоналом, GHRM рассматривает гораздо более широкий спектр практик УЧР, включающих, в частности, вопросы формирования «зеленой» организационной культуры и системы отношений между руководством и персоналом, влияющих на мотивацию и экологическое поведение людей, которые в совокупности создают мощные предпосылки для продвижения «зеленых» инноваций и улучшения экологических показателей организации.

Таким образом, вопросы формирования и эффективного управления человеческим капиталом, находятся в центре внимания большого числа исследований, но по-прежнему остается много вопросов для дальнейших исследований:

- формирование эффективной модели управления человеческим капиталом, ориентированной не только на экологические, но и психологические, социальные результаты корпоративной экологической ответственности;
- выявление механизмов трансформации существующих систем управления персоналом;
- разработка инструментов интеграции существующих моделей управления в систему экологического менеджмента в условиях меняющейся внешней среды;
- создание эмпирической основы для оценки возможных социальных, психологических, экономических и экологических результатов экологизации человеческих ресурсов с учетом специфики существующих практик управления, требований законодательства и заинтересованных сторон.

Список использованных источников

1. Человеческий капитал как основной элемент перехода к зеленой экономике [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/65000> – Дата доступа: 21.10.2021
2. Арзамасова, Г.С. Green Human ReSource Management – концепция управления человеческими ресурсами / Г.С. Арзамасова, И.А. Эсаулова // Вестник НГУ-ЭУ. 2020 – №2. С.42-53.

УДК 336.10

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РЫНКА СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Карпенко Марина Сергеевна, аспирант

Белорусский государственный университет

Карпенко М.С., Belarusian State University, karpenko.m.s@yandex.ru

Аннотация. В статье проведён анализ современного состояния рынка страховых услуг в РБ; утверждается, что он ещё не обрёл надлежащего положения в экономике страны; предложены меры по совершенствованию и развитию страхового рынка в РБ.

Ключевые слова: рынок страховых услуг, страховые взносы, страховой случай, страховая премия, экономика Республики Беларусь.

В условиях перехода Республики Беларусь (РБ) к рыночному типу экономики важное место занимает страхование [1]. Страхование представляет собой отношения, связанные с защитой имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении так называемых страховых случаев за счёт страховых резервов, которые формируются при поступлении страховых премий.

Современное состояние рынка страховых услуг в РБ свидетельствует о том, что он ещё не обрёл надлежащего положения в экономике страны [2]. И на сегодня можно выделить ряд проблем в этой сфере, как:

1. низкая финансовая грамотность населения;
2. дисбаланс государственной политики в отношении участников разных форм собственности, недостаточное использование рыночных принципов и подходов;
3. приоритетное развитие обязательного страхования;
4. низкая доля страховых услуг в ВВП страны.

Поэтому совершенствование и развитие страхового рынка РБ должно осуществляться с учётом приоритетов развития национальной экономики и предусматривать стимулирование внедрения новых видов страхования, страховых технологий, повышение качества и расширение спектра страховых услуг, совершенствование форм и методов страхового надзора [3].

При этом особое внимание должно уделяться финансовой устойчивости и платёжеспособности страховых организаций, совершенствованию форм и методов контроля, созданию системы мониторинга за финансовым состоянием страховщиков.

По состоянию на 1 января 2021 г. на страховом рынке РБ страховую деятельность осуществляли 16 страховых организаций (из них две страховые организации осуществляют добровольное страхование жизни и дополнительной пенсии, одна осуществляет деятельность исключительно по перестрахованию) и 26 страховых брокеров [4].

Численность работников страховых организаций (в том числе работников списочного состава, граждан, выполняющих работы по гражданско-правовым договорам и внешним совместителям) по состоянию на 01.01.2020 насчитывала 17 612 человек, в том числе работников списочного состава - 8 905 человек. По состоянию на 01.01.2018 – 17 940 и 8998 человек соответственно (Рис. 1).

ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ РАБОТНИКОВ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ 2018-2020 ГГ.

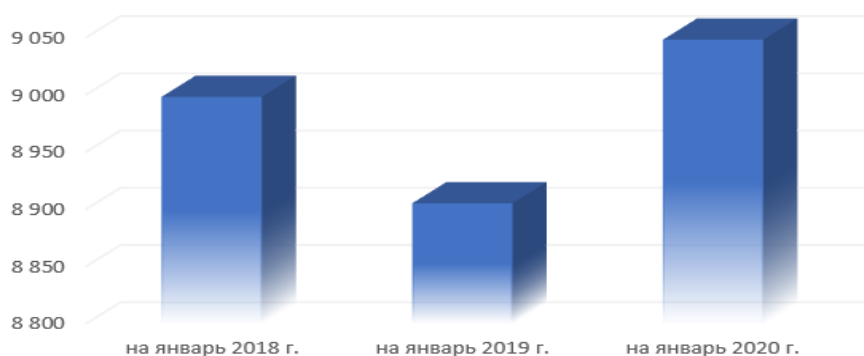


Рисунок 1. – Динамика численности работников страховых организаций 2018-2020 гг.

Примечание – Источник [4]

В РБ наблюдается рост количества заключённых договоров и поступлений по прямому страхованию и сострахованию. За 2018 год было заключено 11 854,3 тыс. договоров страхования (рисунок 2.4). За 2020 год было заключено 9 356,2 тыс. договоров страхования, что на 1 846,7 тыс. договоров или на 16,5 % меньше, чем за 2019 год.



Рисунок 2. – Динамика изменений количества заключенных контрактов 2018-2020 гг, тыс. ед.

Примечание – Источник [4]

Таким образом, на страховом рынке РБ наблюдается общее замедление. Очень высок уровень выплат в целом по рынку. Основными тормозящими развитие факторами является его низкая интегрированность в мировой экономическое пространство, отсутствие должного уровня конкуренции и излишнее государственное регулирование.

В тоже время, основными драйверами роста стали такие виды добровольного страхования, как страхование жизни, медицинских расходов, дополнительной пенсии. Темпы роста страховых взносов по указанным видам добровольного страхования за 2019 год по отношению к 2018 году составили 143,9%, 133,8%, 130,2% соответственно.

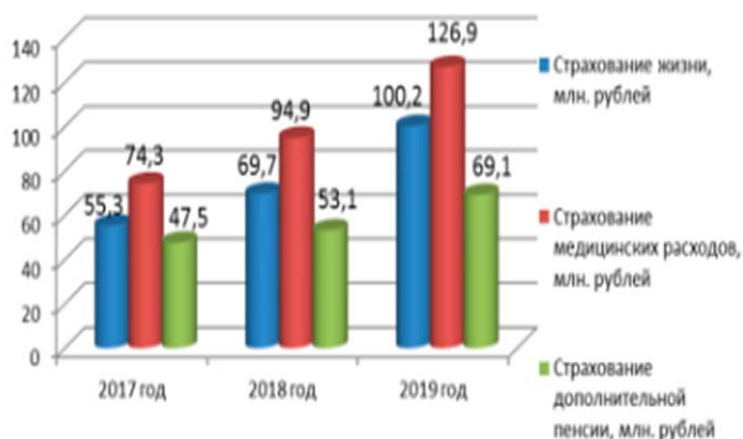


Рисунок 3. – Динамика страховых взносов по отдельным видам добровольного страхования 2018-2019 гг, млн рублей

Примечание – Источник [5]

Если рассматривать в динамике, то по видам добровольного страхования за 2019 год страховые взносы составили 860,2 млн. рублей. В последнее время сохраняется тенденция опережающего роста страховых взносов по добровольному страхованию, в результате чего их доля в общем портфеле страховщиков составила 61,3%, увеличившись по сравнению с 2018 годом на 2,9 % пункта.

По видам добровольного страхования за 2020 год страховые взносы составили 940,3 млн. рублей. В последнее время так же сохраняется тенденция опережающего роста страховых взносов по добровольному страхованию, в результате чего их доля в общем портфеле страховщиков составила 62,3%, увеличившись по сравнению с 2019 годом на 1,0 процентного пункта (Рис. 4).

За 2019 год страховые премии по рискам, переданным в перестрахование, составили 119,3 млн. рублей. Темп роста перестраховочной премии за 2019 год по сравнению с 2018 годом составил 100,8%.



Рисунок 4. – Структура страховых взносов в Республике Беларусь 2018-2020 гг.
Примечание – Источник [6]

За 2020 год страховые премии по рискам, принятым в перестрахование, составили 139,6 млн. рублей. Темп роста перестраховочной премии за 2020 год по сравнению с 2019 годом составил 133,7% (Рис. 5).



Рисунок 5. – Динамика перестраховочной премии 2018-2020 гг.
Примечание – Источник: [6]

За 1-е полугодие 2019 года взносы страховых организаций РБ по прямому страхованию и сострахованию составили 689,9 млн. рублей. Темп роста страховых взносов за 1-е полугодие 2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года составил 113,6%.

За 1-е полугодие 2018 года взносы страховых организаций республики по прямому страхованию и сострахованию составили 607,2 млн. рублей. Темп роста страховых взносов за 1-е полугодие 2018 составил 115,7%. Данные приведены в таблице.

Таблица – Взносы страховых организаций республики по прямому страхованию и сострахованию 2018-2019 гг.

Год	Взносы страховых организаций республики, млн. руб.	Темп роста %
1-е полугодие 2019	689,9	113,6
1-е полугодие 2018	607,2	115,7

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании [7]

Таким образом, за последние три года темп роста взносов страховых организаций в РБ по прямому страхованию и сострахованию составил 40,8%, темп роста по выплатам страхового возмещения и страхового обеспечения составил 32,4%. И в последнее время сохраняется тенденция опережающего роста страховых взносов по добровольному страхованию [8].

В структуре страховых взносов по видам добровольного страхования на долю личного страхования приходится 39,6%. Удельный вес обязательного страхования в общей сумме взносов составляет 40,5%, из них личное страхование – 37,4% от суммы страховых взносов по видам обязательного страхования, имущественное – 6,5%, страхование ответственности – 56,1%.

Всё же, на сегодня основными проблемами белорусского страхового рынка, которые тормозят его развитие, являются:

1) отсутствие свободной конкуренции между государственными и частными страховыми компаниями. Государственные страховые компании чувствуют себя комфортнее на страховом рынке, чем частные компании;

2) недостаточное использование рыночных принципов и подходов, что приводит к завышению страховых тарифов, отсутствию стимулов к развитию прогрессивных страховых продуктов, недостаточно высокому качеству предоставления услуг и оперативности обслуживания;

3) страхование на белорусском рынке занимает лишь малую его часть [9];

4) ограничение возможности государственных организаций выбирать страховщиков, т.к. они обязаны страховать свои риски в государственных страховых компаниях;

5) недостаточная капитализация страхового рынка, из-за чего страховые компании ограничены в возможности принятия рисков на себя [10];

6) сегмент страхования жизни не развит на достаточном уровне, а это может являться важным источником внутренних инвестиций для экономики страны.

Таким образом, рынок страхования в Республике Беларусь развивается медленно, но динамично. Сейчас можно выделить две основные причины, пре-

пятствующим его быстрому развитию, решение которых положительно отразится на работе белорусских страховщиков.

Во-первых, создание особых условий для работы государственных страховых организаций, что ведёт к исчезновению конкуренции между государственными и частными страховыми организациями.

Во-вторых, наличие ограничений на присутствие иностранного капитала, которое ведет к недостаточной конкуренции между отечественными и иностранными страховщиками.

Правительство РБ по-прежнему стремится к чрезмерному регулированию рынка страхования, установлению монополистической позиции государственных страховых организаций и дискриминации частных и иностранных компаний, что сдерживает конкуренцию и тормозит развитие рынка страхования в РБ.

Список использованных источников

1. Финансы. / М.И. Бухтик, А.В. Киевич, И.А. Конончук, М.П. Самоховец, С.В. Чернорук. // Полесский государственный университет. Пинск, 2017.
2. Киевич Д.А. Анализ страхового рынка в Республике Беларусь / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 6 (262). С. 66-73.
3. Самоховец М.П. Бюджетное финансирование социальной сферы Республики Беларусь / М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич // Экономические науки. 2020. № 184. С. 104-109.
4. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Основные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь за 2020 год. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/supervision/stat/2020/itogi/9dfb79d2ae0b4cd9.html>. - Дата доступа: 12.10.2021 г.
5. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Основные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь за 2019 год. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/supervision/stat/2019/itogi/73835df64d1d4a10.html>. – Дата доступа: 12.10.2021 г.
6. Белорусская ассоциация страховщиков [Электронный ресурс]: Страховой рынок Республики Беларусь 2019 год. – Режим доступа: <https://belasin.by/assets/files/analysis/analysis2019.pdf>. – Дата доступа: 10.10.2021 г.
7. Министерство финансов республики Беларусь [Электронный ресурс]: Статистические показатели за 2018-19 гг. Режим доступа: <http://minfin.gov.by/supervision/stat/2018/stat/22444ef24d5b418f.html> Дата доступа: 10.10.2021 г.
8. Киевич А.В. Роль государства в стимулировании инноваций в Республике Беларусь / А.В. Киевич, И.А. Конончук, И.А. Пригодич // Экономические науки. 2018. № 168. С. 52-58.
9. Галкина М.Н., Бухтик М.И., Киевич А.В. Страхование как вид инвестиционной деятельности на мировом финансовом рынке / М.Н. Галкина, М.И. Бухтик, А.В. Киевич // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. 2020. № 9 (39). С. 58-66.
10. Киевич А.В. Основные тенденции и перспективы развития страхового рынка Республики Беларусь / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 4 (236). С. 76-85.

**REAL ESTATE IN THE CZECH REPUBLIC:
NUMBER ONE INVESTMENT OR A PRICE SHOCK**
Kievich Diana A., graduate student
University of Economics, Prague, diana.kievich@yandex.ru

Abstract. Nowadays the impact of Covid could be seen not only in the Czech Republic, but all over the world; the value of money also constantly decreases due to inflation and negative trends in the economy. People usually try to save their money and they want to be sure, that their savings will not lose value. Citizens of the Czech Republic now perceive housing market as a safe haven and protect their savings by buying real estate. That is why, according to Czech economists, there is no reason for the withdrawal of the Czechs' huge interest in investing in real estate in the coming years. At the same time, it should be understood that overheated markets sometimes collapse with terrible consequences for the country's economy. And this is the responsibility of regulators, who must anticipate and prevent such trends in the markets.

Keywords: cost of money, inflation, real estate market, mortgage, discount rate, volume of loans.

One of the differences between Czechs and the rest of Western Europe is that in the Czech Republic it is customary to save money to secure one's children's future, whereas in Western Europe people save for retirement. Thus, the Czech tradition is to redistribute money from generation to generation. The question today is particularly acute: will this behavior change in view of the growing instability in the country and the world? However, on top of that, this situation has become a stimulus to support housing construction in the country.

At present, everyone in the Czech Republic is well aware that the supply of apartments for sale in the country is extremely low. At the end of the first half of 2021 in the price lists of developers was only 3,350 free apartments, compared with 5,800 a year earlier, i.e. during the past year, the number of free apartments have decreased by more than 40%. The reason is the paperwork at the stage of preparing the area for development, as well as the fact that some apartments do not enter the market at all, because they are purchased by institutional investors in order to rent them out. [1].

The growing interest in real estate is also evidenced by the attendance of the largest real estate advertising portal Sreality.cz. Thus, if in June 2019, according to the official traffic measurement by Netmonitor, 1.5 million real users (RU) were registered, in 2020 this number is 1.9 million RU, and in mid-2021 already 2.1 million RU. [2].

And as a result - a record rate of new apartment sales in the first few months of 2021. In the first half of 2021, twice as many units were sold in Prague as last year. But mostly smaller floor plans (1 + kk and 2 + kk), whose share in sales has been growing for a long time, are being sold.

Earlier, their share in sales of new apartments in Prague was less than 50-60%, but in recent years it is approaching 70%. In addition, the vast majority of apartments today are sold through a so-called paper transaction, i.e. before completion [3].

Moreover, wealthy people in the Czech Republic are now investing their money in apartments in order to protect their savings from inflation, which has been greatly contributed to by covidial restrictions. Rising inflation and the instability of world currencies is a serious blow to those who keep their savings in cash, so people want to own

any assets that have at least some hope of appreciation. In times when the value of money declines, people usually try to save their savings where there is certainty that they will not lose value [4]. And it's even better when it can all be evaluated.

And everyone is now well aware that unexpectedly rising inflation always favors the debtor, who can repay his debt with depreciated money. It also follows that if a person is in debtor's rights and is waiting for inflation rising, in some cases it may even be profitable for him to borrow even more [5]. Inflation could make credit cheaper. With today's mortgage index of 2.5% and year-end inflation of 7%, the real mortgage interest rate in the Czech Republic (for the fixing period) will average minus 5% [6].

Let's take a look at what is happening with inflation in the Czech Republic right now. Especially since, according to many economists, inflation in the Czech Republic will affect everyone.

For example, for the third year in a row, transport price increases have had the biggest impact on overall price growth in 2021 (year-on-year). Automobile prices rose 5.4 percent and fuel and oil prices rose 18.5 percent. For example, natural-95 gasoline sold at gas stations in July 2021 at an average price of 33.5 kroner per liter, which was the highest since December 2014.

Food and non-alcoholic beverage prices also rose. Vegetable prices rose in 2021 from 6.8% in June to 6.9% in July, of which potato prices rose 2.8%. At the same time, in July 2021, fruit prices were down 4.8% year-over-year and meat prices were down 1.4% [7].

In the food and accommodation section, prices in restaurants and cafes rose by 4.4% year on year.

In the housing section, apartment rental prices rose by 2.5%, and prices for goods and services for current maintenance and repair of apartments rose by 5.5%.

Still, it is better to focus on the figures by month. They clearly show that the difference between industries and services is not only in volume, but also in prices. While in July 2021 prices of goods were up 5% year-over-year, prices of services were up 25%. Since service prices are determined by seasonal and holiday prices, we can expect prices to rise again in the fall and winter. In addition, there was maximum bankruptcy in the service industry. And if there has been a bankruptcy, the service industry will increase prices, which also has to make up for lost income from the effects of the quarantine or pay off debts that have been financed in connection with it.

So when inflation is zero, it doesn't matter that the savings account won't charge interest. But as inflation rises, so does the "fee" for keeping money in the bank. And now Czechs have to prepare for inflation they haven't experienced in a long time: regular savings will be the fastest way to devalue money, inflation will quickly eat up those savings. And the most effective way of protection today is to buy inflation bonds, the face value or coupon of which is adjusted according to the development of the consumer price index. However, the availability of these instruments on the Czech financial market is still limited. The second major reason for the increase in demand for real estate in the Czech Republic is the reduction of the interest rate by the Czech National Bank (CNB) (Fig.1). This was also a forced measure due to the effects of the coronavirus and the decline in business activity in the country.



Figure 1. – Change of the CHNB interest rate [8].

For the most part, this is a direct reflection of the covid pandemic. The whole world is now trying to catch up with the past 2020. It is taking advantage of that situation, it wants to do everything faster, to build faster.

The third serious reason for the growth in demand for real estate in the Czech Republic - is the volume of issued mortgages. Interest in home ownership has not cooled down even during the Covid pandemic, so banks and savings banks in the Czech Republic are reporting record loans.

The ČSOB Group estimates that banks and building societies lent a lot of money for housing in 2020. The volume of mortgage loans granted last year reached 250 billion crowns, which was the highest figure in the history of the Czech Republic. The volume of these loans increased by 38 percent compared to the same period in 2019.

The record growth is mainly due to the continued interest of Czechs in solving their own housing problem and very low mortgage interest rates, which have been practically falling since April 2020 (Fig. 3).

It should be added here that today's record 2021 loan volume will involve not only brand new mortgages, but also the refinancing of existing loans.

Indeed, there was quite a lot of interest in refinancing in 2021, because interest rates bottomed out back in 2020, and mortgages could be made at a rate just above 1.5%.

There was also great interest in longer interest rate fixings for 7 to 10 years. For example, in Česká spořitelna there have been interest rate fixings for 8, 10 or more years.

[11].



Figure 2. – The volume of issued mortgage loans
(in the graph on the left the numbers should be multiplied by 10) [10]

The current popularity of long interest rate fixings is a customer reaction to the development of the mortgage market in recent years, especially the series of tightening measures by the national bank. However, Czech banks now have to somehow counteract the sharply increased interest rate risks and have already started to shorten the periods of interest rate fixing.



Figure 3. – Mortgage interest rate index [11]

For now it is important to understand that so far all types of real estate are becoming more expensive. In the Czech capital there are no areas that can be called depressed, with unclaimed housing. Even old panel houses - analogues of "Khrushchev" are growing in price after the new buildings. But it is the latter that set the price trends.

The cost of 1 sq.m. in Prague in mid-2021:

- Prague - 1 €7 400
- Prague - 2 €5 250
- Prague - 3 €3 900
- Prague - 4 €3 800
- Prague - 5 €4 250
- Prague - 6 €4 750
- Prague - 7 €4 000
- Prague - 8 €4 400
- Prague - 9 €3 550
- Prague - 10 €3 550

Source: Deloitte [12].

Here we should emphasize that the modern world of finance, and not only in the Czech Republic, is changing rapidly and brings with it a number of new problems. For example, we know of cases where central banks applied negative interest rates and were forced to conduct quantitative easing [13]. However, unlike many other central banks, the CHNB's hands are tied in this regard because of rising inflation.

Nevertheless, Czech banks are no longer making mortgages cheaper. The main reason is the price at which banks receive money for further lending in the interbank market. And it is the price of money in the interbank market that has begun to rise rapidly since September 2021. However, this does not necessarily mean that mortgages will immediately start to become more expensive. Competition in the mortgage market in the Czech Republic is very strong, and the uncertainty associated with the crisis due to the Corona virus is still present.

At the same time, the Czech National Bank's outlined increase in interest rates will not be able to cope with this particular type of inflation, caused by rising costs rather than rising demand. But according to experts the Czech National Bank's interest rates will have to reduce demand significantly in order to compensate for the rise in production costs in producer prices, which in turn could have serious consequences for the health of the economy in the long run. Now the Covid impact on inflation, not only in the Czech Republic but around the world, is more reminiscent of the oil shock of the 1970s. It was even more expensive to produce anything in a shattered economy.

The conclusions:

1. Now we are still seeing the impact of Covid, not only in the Czech Republic, but all over the world.

2. The Czech National Bank was held hostage to the situation:

a) On the one hand, it had to loosen the parameters of monetary regulation and help the domestic economy,

b) On the other hand, it is not yet able to curb the emerging growth of inflation in the country.

3. The current pandemic situation has not affected the real estate market, which is perhaps surprising. The Czech population now perceives housing as a safe haven and protects their savings by buying real estate.

4. According to local economists, the demand for home loans in the Czech Republic will continue in the near future. You can expect even a small correction of up to 10%, but interest in home loans in the Czech Republic will still be very high.

5. The main task of all financial market regulators, not only in the Czech Republic but worldwide, is and will be to prevent the sudden bursting of the bubbles that have formed, including the real estate market. In a shattered economy it is more expensive to produce anything.

References

1. ULR: https://www.seznamzpravy.cz/clanek/spirala-se-diky-inflaci-jeste-vic-roztaci-vlastni-bydleni-bude-jeste-drazsi-72424#dop_ab_variant=0&dop_source_zone_name=zpravy.sznhp.box&dop_req_id=hJZ5CHn3Pqm-202108220613&dop_id=172424&source=hp&seq_no=4&utm_campaign=&utm_medium=z-boxiku&utm_source=www.seznam.cz (дата обращения: 17.09.2021).

2. Там же

3. Там же

4. Киевич А.В. Социальная сфера как драйвер экономического роста / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 12 (244). С. 93-98.

5. Киевич А.В. Отрезвляющая реальность: глобальная экономика переживает худший кризис / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 5 (261). С. 189-194.

6. ULR: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/guverner-rusnok-vysvetluje-agresi-vni-tazeni-proti-inflaci-179578> (дата обращения: 17.10.2021).

7. ULR: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/inflace-je-nejvyssi-za-rok-171747> (дата обращения: 19.09.2021).

8. ULR: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/magicka-hranice-pokorena-hypoteky-se-dostaly-pod-dve-procenta-133848> (дата обращения: 21.09.2021).

9. Там же

10. URL: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/vyhodnejši-hypoteky-pro-mlade-atisk-penez-cnb-dostala-nove-pravomoci-146417> (дата обращения: 21.09.2021).

11. Там же

12. URL: <https://finance.rambler.ru/realty/42101666-gynok-nedvizhimosti-pragitrendy-2020-2021-opredelyayuschie-gynok/> (дата обращения: 23.09.2021).

13. Киевич А.В., Койпаш Д.А. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта. / А.В. Киевич, Д.А. Койпаш // Экономика и банки. 2016. № 1. С. 58–65.

УДК 332.146

АНАЛИЗ ДЕЙСТВУЮЩИХ ФИНАНСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Колосовская Екатерина Михайловна, аспирант,

Научный руководитель – **Друк Валентина Юрьевна, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Ekaterina Kolosovskaya, postgraduate, yushcko.katerina@yandex.ru

*Research adviser – Valentina Druk, PhD, Polessky State University,
poles-druk@rambler.ru*

Аннотация. В статье описаны наиболее распространенные финансовые механизмы стартапов для Республики Беларусь с учетом действующей нормативно-правовой базы страны и существующей мировой практики. Особое внимание уделено источникам финансирования стартапов. Анализ финансовых механизмов стартапов позволил выявить взаимосвязи между структурными элементами механизмов финансирования.

Ключевые слова: стартап, инновации, финансовые механизмы, нормативно-правовая база.

Наличие мощного научно-технического потенциала в стране не может гарантировать успешное развитие экономики в целом. Для этого нужно прикладывать усилия для модернизации экономики, а именно, обратить внимание на инновационное развитие страны. На сегодняшний день такое направление – одно из приоритетных в экономике стран-лидеров. Грамотное использование данного ресурса, богатый опыт мировой практики дадут необходимые знания для трансформации научных идей в коммерческую деятельность. Фундаментом для развития данного направления могут стать стартап-проекты.

Стартап – это компания, которая имеет очень высокие коммерческие риски, но в случае успеха, даёт высокую и быструю прибыль [1].

Главной отличительной особенностью стартапа является наличие потенциальных возможностей для стремительного роста, которого можно достичь за счет предложения абсолютно новой, инновационной продукции или создания новых сегментов рынка. К обязательным составляющим любого стартапа принято относить оригинальные бизнес-идеи, разработанные под них бизнес-планы и конкретные источники финансирования.

Важным аспектом развития стартапов является многогранный и сложный процесс определения финансовых механизмов стартапов, успешность которого зави-

сит от сбалансированности и оптимизации структуры источников финансовых ресурсов, особенно на ранней стадии становления.

Финансовый механизм развития стартапов, в свою очередь, представляет собой совокупность разрешенных законодательством государства финансовых инструментов, субъектов взаимодействия, форм и методов регулирования экономических отношений, возникающих в процессе функционирования стартапов, позволяющих обеспечить для национальной экономики более высокий уровень инновационного развития [2]. Представляя собой особую форму воздействия отдельных организаций, органов государственной власти на финансовую систему, а также в процессе достижения конкретной цели финансовый механизм способствует получению обратной связи между объектом и субъектом финансового управления. Структура финансового механизма развития стартапов, позволяющая достичь более высокого уровня инновационного развития, включает в себя:

- 1) нормативно-законодательную базу;
- 2) формы и методы регулирования;
- 3) субъекты взаимодействия
- 4) финансовые инструменты.

На данный момент для обеспечения инновационного развития Республики Беларусь разработано и утверждено более 50 нормативных правовых актов. Наиболее значимыми являются новая редакция Директивы Президента Республики Беларусь «О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства» (ред. от 26.01.2016) и Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. (в соответствии с Указом №348 от 15 сентября 2021 года) [3].

Стоит отметить, что государственная программа инновационного развития Республики Беларусь сформирована с учетом опыта реализации аналогичной госпрограммы в 2016 - 2020 годах. В результате ее выполнения введены в эксплуатацию 74 новых производства, объем выпуска инновационной продукции составил около Br6 млрд, удельный вес инновационно активных организаций промышленности - более 26%, объем экспорта наукоемкой и высокотехнологичной продукции - \$14,2 млрд [3].

Успешность стартап-проекта во многом зависит от наличия различных источников финансирования в стране. На сегодняшний день Беларусь занимает одно из последних мест по показателю доли государственных расходов на НИОКР в процентах к ВВП, на протяжении последнего десятилетия данный показатель в стране наихудший. Позитивным моментом можно назвать ежегодное увеличение доли в ВВП страны малого и среднего предпринимательства (МСП). Согласно данным, которые были опубликованы Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, средние, микро и малые ИП составляют 26,4% от ВВП страны в 2020 году (средние ИП – 7,3%, микро ИП – 16%, малые ИП – 3,1% соответственно). Это +0,8 п.п. к 2019 году [4]. Это говорит о том, что с каждым годом увеличивается вклад малого и среднего бизнеса в экономику страны, что делает вопрос о развитии инновационного бизнеса внутри страны все более актуальным.

Однако на сегодняшний день актуальной для нашей страны проблемой является недооценка фактора финансирования инноваций. Именно эта проблема признана основным тормозом инновационного развития государства, поэтому работу по активизации инновационной деятельности эксперты рекомендуют начинать с

увеличения объемов ее финансирования и, в частности, за счет развития деятельности стартапов.

Действующие финансовые инструменты развития стартапов, включают:

- личные инвестиции;
- инвестиции друзей или членов семьи;
- акционирование;
- кредиты;
- бизнес-ангелы;
- государство;
- венчурные фонды;
- краудфандинг.

В качестве наиболее распространенных в зарубежных странах источников финансирования выступают личные инвестиции, представляющие собой собственные сбережения владельцев стартапов, которые чаще всего используются на начальной стадии развития стартапов. В случае успешного завершения данной стадии привлекаются сторонние инвесторы в целях дальнейшего запуска стартапа.

Данный источник финансирования является наиболее выгодным вариантом, поскольку никак не ограничивается свобода деятельности владельцев стартапов. Если в результате развития стартапа будет получена прибыль, его владелец вправе самостоятельно ей распорядиться, если же стартап окажется неудачным, то его владелец никому ничего не будет должен.

В то же время ответственность и все риски перекладываются полностью на владельцев стартапов, также в определенный момент могут возникнуть потребности в «умных деньгах» (деньги, инвестированные опытными и удачливыми людьми, особенно те, которые вложены на основе знания закрытой для широкой публики информации о проекте или инвестиционных возможностях).

Следующим финансовым инструментом развития стартапов являются инвестиции друзей или членов семьи. Весьма распространена ситуация, когда стартапы раскручивают на деньги, взятые в долг. Помимо денежных средств, от друзей и родственников можно получить моральную поддержку, рекомендации, хорошие связи и советы, а также помощь в работе. Ограничений в свободе деятельности владельцев стартапов при использовании данного финансового инструмента также не существует, однако полученные деньги нужно будет возвращать в любом случае: успешно завершится проект или нет.

Весьма эффективным финансовым инструментом развития стартапов является краудфандинг, который часто становится неопределимым при продвижении небольших стартапов, не планирующих в ближайшие несколько лет выходить за пределы локального рынка. Краудфандинг нередко используют и на начальной стадии развития стартапа.

На интернет-сайтах владелец стартапа представляет свой проект, объясняя его значение, уникальность, востребованность и обещая при этом небольшие преимущества людям, которые внесут денежные средства на его развитие. Деньги может дать любой человек из любой точки мира в любом количестве. Срок сбора денег, как правило, ограничен, однако к концу срока можно получить сумму, которая в разы превышает первоначально запланированную, или же не получить ее.

Для таких стартапов существует две альтернативы:

- одни площадки разрешают снять уже собранную сумму;

– другие площадки не разрешают снять ничего.

В Беларуси данный финансовый инструмент только начинает развиваться. Однако уже существует три площадки для краудфандинга, такие как Talaka.org, Ulej.by и площадка Maesens.by, запущенная в октябре 2011 года, представляющая по сути благотворительный аукцион встреч. В Беларуси также существует и краудинвестинговая площадка Investo.by.

Но несмотря на это, очень часто владельцы стартапов используют для краудфандинга иностранные сайты, хотя данный метод имеет недостаток, связанный с возможностью вывода средств в результате необходимости наличия в иностранном банке расчетного счета.

Наиболее благоприятным источником финансирования многие считают банковский кредит, хотя немало и таких, для кого кредит – наихудший финансовый инструмент. Они объясняют это тем, что если выбрать данный вид инструмента, то нужно на 100% быть уверенным в успешности своих стартапов. В противном случае необходимо будет возвращать банковский кредит за счет собственных денежных средств.

Риском в этом случае может быть потеря залога (в его качестве зачастую выступают объекты недвижимости, автотранспортные средства, ценные бумаги, акции и другие активы). Однако можно отметить и неоспоримые достоинства данного финансового инструмента:

– процесс согласования банковских кредитов в обязательном порядке сопровождается полезным опытом ведения переговоров с партнерами;

– владельцу стартапа для получения заемных денежных средств следует подготовить грамотный бизнес-план, что позволит ему уже на этом этапе устранить какие-то риски развития стартапа и, в конечном итоге, свободно распоряжаться кредитными средствами.

В Беларуси целевые кредиты на развитие стартапов не выдаются. Как правило, для этих целей владельцы стартапов берут либо потребительские кредиты, либо кредиты для малого бизнеса, при этом сумма кредита ограничена, срок погашения не может превышать десяти лет. Следует отметить, что для субъектов малого бизнеса высокая процентная ставка по банковским кредитам способна стать серьезным барьером для развития стартапа, поскольку в случае неуспешного его завершения можно остаться не только без стартапа, но и с большими долгами.

Еще одним нетрадиционным финансовым инструментом развития стартапов можно назвать бизнес-ангелов – юридических и физических лиц, имеющих возможность вложения денежных средств в сторонние проекты. Именно они зачастую являются двигателем развития стартапов, но, чтобы привлечь их в проект, необходимо доказать, что он уникален, интересен и действительно будет работать. Вместе с деньгами бизнес-ангелов можно получить также их связи и контакты. При этом бизнес-ангелы, как правило, не могут требовать от владельцев стартапов долю, превышающую 40%.

В Республике Беларусь сегодня сообщество бизнес-ангелов растет недостаточно активно, оно состоит из предпринимателей или владельцев крупных холдингов и компаний. Получить их содействие или даже просто пообщаться с ними бывает нелегко, поскольку общение в интернет-сетях для такой категории инвесторов не является приоритетной формой. В развитых зарубежных государствах рынок бизнес-ангелов функционирует практически уже несколько десятилетий, причем его

главное предназначение – выбор наиболее перспективных стартапов, работа с ними до стадии расширения или выхода (до более крупных инвесторов, фондов).

Как правило, контакт между стартаперами и потенциальными инвесторами в Республике Беларусь осуществляется на различных стартап-мероприятиях (мастер-классы, семинары, хакатоны и т. д.). Практика по подготовке ежегодных планов проведения стартап-мероприятий осуществляется с 2012 г. и успешно зарекомендовала себя как инструмент взаимодействия Министерства экономики и облисполкомов с организациями, осуществляющими подготовку и проведение стартап-мероприятий.

Правительство республики провозгласило стартап-движение как одно из значимых инструментов развития инновационного предпринимательства в стране.

В ходе проделанного анализа, можно говорить о том, что в Беларуси наиболее востребованными являются традиционные финансовые инструменты: государственное финансирование, собственные инвестиции, коммерческие кредиты. В то же время практика показала эффективность применения нетрадиционных инструментов, прежде всего в форме краудфандинга – для развития стартапов небольшого масштаба и венчурного финансирования – для более крупных проектов.

Список использованных источников

1. Стартап — что это такое: определение и значение термина, этапы развития Startup- проекта. ТОП-10 лучших идей для стартапа с минимальными вложениями // Финансовый журнал [Электронный ресурс]. URL: <https://richpro.ru/biznes/> (дата обращения: 15.10.2021).

2. Анализ действующих финансовых механизмов развития стартапов // Банковский вестник. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10324/> (дата обращения: 13.10.2021).

3. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь // Информационный портал. [Электронный ресурс]. URL: <https://president.gov.by/> – Дата обращения: 19.10.2021.

4. BATD YEAR // Наука и жизнь. [Электронный ресурс]. URL: <https://bel.biz/> – Дата обращения: 16.10.2021.

УДК 378.1:005.94

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Криворучко Владислав Олександрович, аспірант

Університет державної фіскальної служби України

Vladyslav Kryvoruchko, PhD-student, University of State Fiscal Service

vladkryvoruchko1996@gmail.com

Руденко Микола Вікторович, д.е.н., доцент

Університет банківської справи

Mykola Rudenko, Doctor of Science, Banking University, mykola_rudenko@ukr.net

Анотація. У статті обґрунтовано важливість впровадження систем управління знаннями в закладах вищої освіти. Розкрито сутність організації, що здатна до самонавчання. Проведено структурний аналіз системи управління знаннями та її складових елементів. Визначено, на яких фундаментальних елементах повинна бути побудована система управління знаннями в закладі вищої освіти. Обґрунто-

вано основні проблеми, які здатні привести до невдачі в процесі впровадження системи управління знаннями в закладі вищої освіти.

Ключові слова: управління знаннями, заклад вищої освіти, економіка знань, освіта, менеджмент, управління бізнес-процесами.

Бізнес модель сучасної економіки базується на створенні та реалізації продукту інтелектуальної праці та зростанні вартості професій, пов'язаних із створенням нових знань. Господарство прагне максимально оптимізувати та автоматизувати усі виробничі процеси, частка сфери послуг у структурі ВВП країн зростає, а освіта поступово перетворюється на ключову галузь економіки. Зростання частки «знанневого» капіталу в забезпеченні конкурентоздатності організацій на ринку стимулює їх фундаментально перебудувати внутрішній менеджмент за допомогою систем управління знаннями.

Формування знань як окремого економічного ресурсу стимулювало розвиток парадигми «управління знаннями». Таку парадигму прийнято пов'язувати з концепцією організації, що самонавчається. В такій організації чітко формалізовані процеси генерування, накопичення та використання нових знань працівниками. Заклади вищої освіти набувають все більшої автономності, перетворюючись на самостійних гравців ринку, отримуючи дохід від надання освітніх та наукових послуг, тобто здатні капіталізувати власні знання. Відповідно, виникає потреба в управлінні такими знаннями в закладі вищої освіти з метою підвищення якості освіти та отримання нових конкурентних переваг на ринку.

На думку науковці [1-2] управління знаннями в широкому розумінні – це система взаємопов'язаних процесів та інструментів щодо створення, систематизації, аналізу, збереження, трансферу та актуалізації знань, а також забезпечення доступу до них всередині організації, спрямованих на створення додаткової цінності, відповідно до стратегії організації. Вважаємо, що впровадження систем управління знаннями в закладах вищої освіти повинно базуватись на синергії таких складових (об'єктів):

- люди (комунікація між власниками знань, а саме студентами, викладачами, керівництвом ЗВО, роботодавцями і т.д.; обмін знаннями, організація та проведення навчання студентів, реалізація програм підвищення кваліфікації для викладачів; залучення роботодавців до розробки навчальних програм);
- бізнес-процеси (дизайн процесів управління знаннями, управління мотивацією та залучення людей до управління знаннями, моніторинг якості освіти всередині ЗВО);
- інфраструктура (створення технологічної інфраструктури для збереження досвіду та забезпечення комунікації; бази даних, електронні каталоги, бібліотеки, наукометричні бази, репозиторії знань).

Система управління знаннями повинна реалізовуватись на основі певної стратегії, що базується на існуючих загально-організаційних цілях, організаційній структурі, ієрархії бізнес-процесів та внутрішній системі мотивації. На основі стратегії формуються цілі управління знаннями, формалізуються бізнес-процеси, визначаються власники таких процесів або «працівники знань», створюється система мотивації як для працівників знань, що керують даною системою, так і для осіб, на яких спрямована дана система управління – працівники організації [3].

Враховуючи вищенаведені етапи, система управління знаннями повинна включати в себе джерела отримання знань як із зовнішнього, так і внутрішнього сере-

довищ, а також формалізовані та неформалізовані джерела знань. Автори [4-5] до таких джерел відносять наступні:

- науково-дослідна та дослідницько-конструкторська робота (НДДКР);
- освітня діяльність (навчання, підвищення кваліфікації, стажування, практика, консультування, коучинг, самонавчання);
- маркетинг (розробка нових продуктів, формування маркетингових стратегій, бенчмаркетинг, маркетинг інновацій, маркетинг знань тощо);
- придбання знань (купівля патентів, ліцензій, ноу-хау, стартапів та права на їх використання).

Таблиця – Ризики та антиризикові інструменти в процесі впровадження управління знаннями в ЗВО

Ризики впровадження системи управління знаннями	Антиризикові заходи	Умови для реалізації заходів
Відсутність базового розуміння сутності управління знаннями, процесного підходу до управління організацією та нерозвиненої методологічної бази для впровадження такої системи.	Залучення зовнішніх експертів з управління знаннями / управління бізнес-процесами. Організація зовнішніх тренінгів, купівля онлайн-курсів з менеджменту.	Потреба в додаткових фінансових ресурсах для залучення експертів та купівлі освітніх продуктів;
Супротив з боку викладацького складу та персоналу ЗВО змінам в незацікавленість викладачів в роботі з основними процесами управління знаннями, безініціативність в прийнятті управлінських рішень.	Потреба в залученні керівництва ЗВО для проведення пояснювальних сесій та переконання в необхідності управління знаннями в ЗВО. Організація та проведення наукових конференцій на тему економіки знань та ролі освіти в економіці. Розробка системи мотивації для викладачів, націленої на управління знаннями.	Зацікавленість керівництва ЗВО в управлінні знаннями.
Відсутність комунікації між закладом вищої освіти, роботодавцями та публічними структурами.	Залучення ЗВО до зовнішніх проєктів, що передбачають співпрацю з роботодавцями. Організація заходів на тему співпраці освіти та бізнесу на базі ЗВО із залученням представників бізнес-структур.	Потреба в додаткових фінансових та людських ресурсах.

Джерело: побудовано автором

З використання літературних джерел [5-6] сформуємо основні групи бізнес-процесів управління знаннями, які включають:

- 1) процеси отримання знань (отримання та обробка знань; формування репозитарію знань);
- 2) процеси аналізу знань (оцінка знань за кількісними та якісними критеріями; оцінка знань за вартісними критеріями; оцінка знань за напрямками застосування);
- 3) процеси використання знань (організація та проведення навчання як внутрішнього так і зовнішнього; організація роботи з репозитарієм знань, тобто залучення працівників до роботи з репозитарієм; процеси трансферу (обміну) знаннями в організації);

4) процеси аудиту знань (оцінка якості організації навчання; оцінка якості знань працівників; сортування знань в репозиторії за визначеними критеріями; знищення невикористовуваних знань).

Водночас, впровадження системи управління знаннями може бути призупинене через ряд ризиків, викликаних як внутрішніми так і зовнішніми факторами. Основні ризики наведено в таблиці.

Отже, впровадження системи управління знаннями в ЗВО дозволить перетворити університет на організацію, що самонавчається. Такий тип організації здатний отримувати, створювати, аналізувати, зберігати, капіталізувати та застосовувати нові знання на практиці, змінюючи власну поведінку залежно від знань. В організації, що самонавчається діяльність спрямована на розвиток інтелектуального потенціалу працівників, імплементуються інструменти самонавчання, підвищення кваліфікації, обміну знаннями під впливом динамічного зовнішнього та внутрішнього середовища. В рамках закладу вищої освіти – це здатність створювати динамічні та адаптивні системи навчання залежно від потреб роботодавців, їх вимог до набору компетенцій майбутнього фахівця, а також загальнонаціональної та глобальної стратегії розвитку економіки, науки та освіти.

Список використаних джерел

1. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Букович, Р. Уилльямс. – М.: Изд-во ИНФРА-М, 2002. – 504 с.
2. Skyrme D. The State of Notion: Knowledge Management in Practice / D. Skyrme // California Management Review. – 2000. – Vol. 40, № 3. – PP. 375-389.
3. Криворучко В. О. Інфляція знань у концепції сучасного підприємства / М. В. Руденко, В. О. Криворучко // Інвестиції: практика та досвід. – №17. – 2017. – С. 40-43.
4. Grubler A. Sources and Consequences of Knowledge Depreciation. Historical Case Studies of Energy Technology Innovation / A. Grubler, G. Nemet // The Global Energy Assessment. Cambridge University Press. – 2012. – Cambridge, Chapter 24, UK.
5. Illiashenko S. M. Knowledge management as a basis for innovative development of the company / S.M. Illiashenko, Y.S. Shypulina, N.S. Illiashenko // Actual Problems of Economics. – 2015. – № 6 (168). – P. 173-181.
6. Руденко М. В. Управління знаннями як конкурентна перевага підприємства / М. В. Руденко, В. О. Криворучко // Економіка та держава. – 2016. – № 4. – С. 74-78.

УДК 338

DEVELOPMENT CHARACTERISTICS AND PROBLEMS OF CHINA'S DIGITAL ECONOMY INDUSTRY

Liu Peng, Master's student, lu.pen@365.polessu.by

Thesis advisor – Davydova Natalia, PhD, davydova_nl@mail.ru

Polessky State University

Abstract. Digital economy is a new economic form produced with the development of information technology revolution. Digital economy, as a new economic form, digital economy is increasingly becoming a new driving force of economic growth. The digital

economy industry focusing on digital industrialization and industrial digital content is one of the focus of a new round of international competition.

Keywords: Digital economy; digital economy industry; problems and countermeasures.

Digital economy with the Internet and digital technology as the carrier has become a new economic development model after agricultural economy, industrial economy and information economy. In the era of digital economy, the emergence of emerging digital industries, relying on the Internet, big data, cloud computing and artificial intelligence technologies is booming, bringing new challenges to national trade and rules-making [1].

1. Participates in the whole process of the new pattern of economic development.

Focusing on the internal circulation and the domestic and international economy is the main content of building a new pattern of economic development, and the core of the double cycle is to maintain the continuous circulation of production, circulation, exchange and consumption, so as to promote high-quality social and economic development [2].

2. Digital technology iteration update is faster.

The vitality of technology lies in the continuous innovation, and the innovation of the digital industry under the background of digital economy pursues the extreme. The interactive use and integration of a variety of digital technologies make the combination and fission of digital technology more rapid.

3. Technical guarantee and support for building a new pattern of economic development.

The new pattern of economic development is not only a simple ideal and goal, but a transformation and transformation of the industrial industry based on the goal. One of the keys to this process is that it depends on the level of technological innovation and the application degree of technology.

The risks existing in the digital economy industry

1. Insufficient supply of elements.

Industrial digital transformation cannot be separated from the support of data elements, capital elements and technical elements. In terms of data elements, weak data accumulation, low data quality, poor data flow and insufficient data integration are still urgent problems to be solved in the coming time. In terms of capital elements, digital transformation is a complex system project with long cycle and large investment.

2. Platform oligopolies. Along with the rapid development of digital economy, the rapid rise of platform enterprises, through the continuous accumulation of data assets, through data, labor, technology, capital, market and other whole factor flow channel, realize the supply chain, innovation chain, service chain, logistics chain, financial chain and the whole industrial chain upstream and downstream coordination, support industry digital transformation.

3. Forms a new safety hazard.

Cyberspace has become an important battlefield for confrontation between countries. Digital space has realized a high degree of integration of physical space and cyberspace, enabling the spread of security risks from cyberspace to physical space, and forming a new type of security risk with a high interaction and integration of cyberspace security and physical space security.

Countermeasures to prevent and defuse risks

1. Government and enterprise coordinated efforts to strengthen the supply of factors. First, we will accelerate the data of industrial supply chain elements and data elements of the supply chain. Second, focus on helping small and medium-sized enterprises to solve the digital transformation and financing problems. Third, we will build a number of digital technology innovation platforms and major application projects.

2. Innovates regulatory ideas and regulates monopoly behavior. First, we will strengthen legislation to address the typical problems of digitization. Second, innovate anti-monopoly law enforcement ideas. Encourage industry-university-research institutions and law enforcement agencies to discuss new problems in industrial digitalization, take precise measures according to the different industry fields of monopoly, enhance the deterrence of anti-monopoly law.

3. The supports innovation and entrepreneurship and improves employment security. First, we will support innovation and entrepreneurship, and change the concept of promoting employment, which focuses on standard employment. Second, establish an education and teaching system to adapt to the industrial digital transformation. We will make innovations in the mechanisms and models of worker insurance guarantee, improve the security system and measures for workers in new forms of employment [3].

4. Strengthens safety protection and improves the early warning ability. We will strengthen the strategic planning and comprehensive coordination of information security work. To coordinate the relationship between development and security, autonomy and openness, management and service. Second, we will focus on improving the industrial Internet security guarantee ability.

Reference

1. Dai Long. Digital Economy Industry and Digital Trade Barrier Regulation - Current Situation, Challenges and China Response [J]. Financial Issues Studies, 2020 (8): 40-47.

2. Xu Yangyang and others. Opportunities, challenges and growth focus of small and medium-sized enterprises under the background of economic double cycle [J]. Southwestern Finance, 2021, (1).

3. Mo Rong, Ma Jun. Coping with the transformation of the nature of work and employment structure in the digital era [J] Shandong Economic Strategy Research, 2019 (10): 49-51.

УДК 658.3

SIGNS OF ORGANIZATION AGING AS AN ACTUAL ISSUE OF MODERN MANAGEMENT

Лавринович Анна Владимировна,

Сорокина Алла Ивановна, к.п.н, доцент

Белорусский национальный технический университет

Lavrinovich Anna Vladimirovna, neon.9960@gmail.com

Sorokina Alla Ivanovna, PhD, Associate Professor, allasorokina@bntu.by

Belarusian National Technical University

Abstract. The article is devoted to the actual issue of modern management - the aging process of an organization. Managers are involved greatly in this process. Their re-

sponsibility is to determine the beginning of this process at an early stage and take measures to avoid company aging, that requires certain knowledge and skills.

Keywords: aging of, social system, financial environment, signs of aging, young organization, old organization.

The life cycle theory states that organizations are born, grow, become mature, and die. The period of successful existence of the organization depends on the management.

Effective management is characterized by considering the issues of organization aging, and the effective introduction of something new to reduce the risks of aging and collapse of the company.

According to I. Adizes, signs of aging in an organization appear at the stage of "aristocracy", but they may appear even earlier [1]. Sometimes this happens at the stage of youth. At both stages, the signs of aging will be similar.

How to understand that an organization is starting to age? The response is evident – study of the reports on financial indicators carefully and the analysis of the company activity will show deterioration only when the organization has already aged. Unfortunately, in this case it will be too late. The company will start to get lost in the market and become inefficient. Therefore, it is necessary to find earlier signals by which it will be possible to determine problems. This analysis is similar to the analysis of "weak signals", which allows you to identify signs until they become evident. Practice shows that first signs of the problem appear in the social system: in relations between employees, in working environment, in the organizational structure, in teamwork. However, these signs are very difficult to observe, unlike the financial mistakes. Negative signals in the organizational culture make it possible to identify and prevent serious crisis phenomena in the company in time. These signs were most fully revealed by I. Adizes, D. Welch, L. Kolind, L. Greiner.

Considering this problem in details we'll speak about two types of organization: "young" and "old" [3]. We'll speak about a form and a content, attitude to risk, authority and responsibilities, attitude to problems, clothing style and manner of communication, types of employees, powers within the structure, managers and employees, financial indicators.

Managers and employees working in young organizations pay more attention to a function than a form, they give preference to knowledge and professionalism. In old organizations importance is paid greatly to a form and the presence of connections. Employees in young organization are estimated by their results at work, employees in aging ones - by loyalty and the presence of promoters. That is why, the key positions in old organizations are occupied by not professionals, but employees devoted to the leadership.

Attitude to risk.

Employees in a young organization are used to take risk situations. They consider risk as an opportunity for the organization to be profitable and successful. In an aging organization, on the contrary, employees fear to take risks, that is why they do their best to avoid risk situations.

Authority and responsibilities.

In a young organization, authority and responsibility are balanced. In an aging organization a hierarchical management structure is being created, employees have more responsibilities than authority. The authority is concentrated mainly at the highest levels, and responsibility is distributed at the lower and middle levels. Therefore, employees

are involved in performance without lack of the authority and resources to complete it. This causes passive behavior and the impossibility of serious changes.

Attitude to problems.

Employees in a young organization consider problems as opportunities. In an aging organization, opportunities are perceived as problems. In an aging organization, managers and employees don't get used to talk about problems at all. They consider such behavior to be a bad form. Accordingly, systemic problems are not solved, but accumulated.

Clothing style and manner of communication.

In a young organization, employees are busy with their duties and performance, that is why don't pay much attention to clothing style. Manner of communication in a young organization is characterized as open. In an aging organization, clothing style and manners differs from the communication in a young organization: clothing style is more formally, communication between employees is veiled greatly, no one says directly what he thinks. All this causes misunderstanding and mistrust in the company.

Types of employees.

In a young organization, a significant part of employees is considered to be ambitious, entrepreneurial, risky and initiative people. They are open to new knowledge and ready to improve their skills for the benefit of the organization and for their well-being. They prefer to take responsibility for their actions. They are easy to be empowered for the responsible performance. They respect organizational structure and are proud of the corporate culture of their organization. In an aging organization, employees are cautious and formalistic. The culture is defined by administrators. Entrepreneurs in such a working environment do not stay long. The turnover of the personal is greatly.

Powers within the structure.

The situation in young and aging organization is different: the driving force in a young organization is marketing and sales, in an aging organization power is concentrated in hands of lawyers, financiers, and security service. A young organization deals greatly with customers, is interested in the promotion of products to the market, create customer's loyalty. Departments, who are responsible for these activities, have the most power. In an aging organization management provide control, power belongs to financiers, lawyers and the security service. The management are interested in political games of the sphere they are busy in. Customers are not important part of their plans.

Managers and employees.

There are no limits in the communication of managers and employees in young organizations: they work in the same office, eat in the same dining room, use the same services offered by the organization. In an aging organization, there is a great distance between managers and employees: the privileges of leaders are many times higher than the privileges of ordinary employees; the personality cult of the top leader outweighs the meaning of ordinary employees. All this complicates the communication process between management and performers.

Financial indicators.

Aging organizations are usually very rich in comparison with young organizations, which need time to earn money. Most of the products and services of rich organizations are at the stage of "cash cows" (BCG matrix). The reason for this profitability is not related to advances in marketing or new technologies. They invest very little in new developments and risky projects, so there is an accumulation of money. This money is beginning to be spent on mythologizing PR, luxury. This contributes to further lagging

behind the market. If an organization does not notice signs of aging in time, then inevitably it enters the stage of a systemic management crisis and usually ends its activities in the market.

After considering the signs of organization aging, it is necessary to decide on further management in the organization [2].

When the company starts to age, the manager should adhere to the anti-crisis management policy. Anti-crisis measures can be applied even if the company is declared bankrupt. At the initial stage of bankruptcy, a temporary manager is appointed, who takes all possible measures to preserve the company's property, analyzes the financial condition, and determines the signs of artificial bankruptcy. During this period, measures for the financial and economic recovery of the company may be carried out. If the bankruptcy process has already begun, it is necessary to attract assistance from creditors. The manager makes decisions only after agreeing them with creditors. In case of dissatisfaction of creditors, external management measures may be introduced.

Even before the bankruptcy stage, anti-crisis management measures can be carried out. They are aimed at monitoring the financial and economic situation of the company, developing norms and principles for the formation of complete and reliable information about the state of the company. Changes are also being made to the marketing and personnel policy, to the management of expenses and incomes of the enterprise. Special attention is paid to accounts receivable and management of relations with counterparties. This is necessary to extract their own income, to maintain the life of the enterprise.

In conclusion, it should be noted that the state of the company is needed to be monitored at various times, to adjust the work of all departments, to monitor the social environment, to identify communication problems of employees. If problems are identified, develop a policy to eliminate them. It is important to give freedom to ideas and thoughts of employees to improve management systems and organization of activities in the company. Comprehensive problem solving will help to avoid the aging of the organization.

References

1. Adizes, Ichak Corporate lifecycles: how and why corporations grow and die and what to do about it [Electronic resource]: study guide/ Adizes Ichak – Santa Barbara, CA: The Adizes Institute Publications, in conjunction with Embassy Book Distributors, 2012. – 351 p. – Mode of Access: <https://saneck.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0280/280401.pdf>. – Date of access : 06.10.2021.

2. Adizes, Ichak Management/Mismanagement Styles: How to Identify a Style and What To Do About It [Electronic resource]: study guide/ Adizes Ichak – Santa Barbara, CA: The Adizes Institute Publications, 2004. – 236 p. Mode of access: <https://store.adizes.com/products/management-mismanagement-styles-english>. – Date of access : 08.10.2021.

3. Perry, E.L. Age and ageism in organizations: A review and consideration of national culture [Electronic resource]: study guide/ Perry E.L.; Parlamis J.D. – Columbia : Columbia University, 2005. – 370 p. – Mode of access: <https://www.researchgate.net/publication/263845637>. – Date of access : 10.10.2021.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Лещух Ірина Володимирівна, к.е.н., старший науковий співробітник

ДУ «Інститут регіональних досліджень

ім. М.І. Долішнього НАН України»,

Iryna Leshchukh, Ph.D. (Econ.), senior researcher

State Institution «Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy of the NAS of Ukraine», Ukraine, ira_leschukh@ukr.net

Анотація. Розглянуто різні підходи до трактування дефініції «глобалізація» та оцінок її впливу на ендogenous розвиток держави та регіонів. На основі аналізу наукової літератури, аналітичних матеріалів названо основні сучасні глобалізаційні виклики і тренди, а також сфери їхнього впливу в контексті ендogenous розвитку держави та регіону.

Ключові слова: глобалізація, глобальні тренди, глобальні виклики, соціально-економічний розвиток, міжнародна торгівля, фінансова глобалізація

XXI століття – це час бурхливого розвитку науки та техніки, високих технологій, віртуалізації соціально-економічного життя суспільства, стрімкого розвитку метрополій та поширення міського способу життя. Разом з цим, останні 20 років ознаменувалися існуванням низки політико-ідеологічних криз (Білорусь, США, Ірак та ін.), дипломатичних протистоянь (Туреччина-Греція, Іран-США, КНДР та сусіди), зростанням військової напруги у світі (Сирія, Афганістан, Схід України та ін.), наявністю значної кількості природно-екологічних викликів (зникнення світового біорізноманіття, зміна клімату, зростання забруднення довкілля, природні катаклізми) та викликів, пов'язаних із життям та здоров'ям населення). В цих умовах загострюється необхідність переходу до політики розвитку держави та регіонів, орієнтованої на зниження ролі екзогенних чинників та забезпечення довгострокового економічного зростання на основах ендogenousізації. А дослідження сучасних глобальних викликів та трендів, розробка інструментарію ендogenousного розвитку регіонів України в умовах пост-глобалізації дозволить не лише виявити сучасні загрози і бар'єри для ділової активності, розробити механізми до їх адаптації, але і сформувати надійну базу для прориву і підвищення конкурентоспроможності в майбутньому.

У міжнародний політичний та науковий лексикон термін «глобалізація» увійшов приблизно у 1960-х рр., однак в академічних дослідженнях це поняття набуло значущості лише в середині 1980-х рр.

Вагомий внесок у розвиток теорії глобалізації зробив професор Гарвардської школи бізнесу Т. Левітт, який трактував глобалізацію як феномен злиття ринків окремих продуктів, які виробляються транснаціональними корпораціями [1].

Всесвітня організація охорони здоров'я глобалізацію трактує як посилення взаємозв'язку та взаємозалежності народів і країн світу, що включає два взаємопов'язані елементи: відкриття міжнародних кордонів задля пришвидшення потоків товарів, послуг, фінансів, людського капіталу та інновацій, а також трансформацію політичних інституцій, які сприяють зазначеним потокам, на національному та міжнародному рівнях [2].

Глобалізацію описують і як більш тісну економічну інтеграцію всіх країн світу в результаті лібералізації та подальшого збільшення обсягів і різноманітності міжнародної торгівлі товарами і послугами, падіння цін на транспорт, зростання інтенсивності міжнародного проникнення капіталу, прискореного поширення технологій [3].

Академік НАН України В. Геєць зазначає, що глобалізація в сучасному трактуванні часто подається як проникнення у світовому вимірі інформаційних, фінансових, культурних, ділових (виробничих, торговельних) процесів, що змінюють як соціальне, так і соціокультурне життя більшості країн світу на основі декларації політики визначення суверенітету народів та їх країн, невтручання у внутрішнє життя і визначення за кожним права на самовизначення і розвиток згідно з ідеологією про демократизацію суспільного життя на основі поваги прав і свобод кожного як на мікро-, так і макроекономічному рівнях [4]. Разом з тим, у наукових колах давно точаться дискусії з приводу вектора впливу глобалізації на національні та регіональні економіки. Так, прибічники глобалізації вбачають у ній можливість подальшого прогресу за умови розвитку інформаційного суспільства, опоненти ж попереджають про загрози для національних культурних традицій та поглиблення соціальної нерівності.

Сьогодні глобалізація впливає практично на всі основні сфери життєдіяльності і соціальної організації суспільства. Аналіз наведеної вище наукової літератури підтверджує – глобалізація є скрізь, а її наслідки для розвитку регіонів та держави можуть бути як негативні, так і позитивні.

Глобальні тренди в сьогоднішніх умовах змінюють вектор свого впливу і мають визначальний вплив на економіку та потенціал ендегенного розвитку регіонів України, з огляду на:

- посилення поліцентричності, яке, в свою чергу, призводить до загострення конкуренції між світовими центрами, перерозподілу ресурсів, ринків, сфер впливу і виникнення «ігор політичних союзів», основним мотивом яких є використання інструментів економічного тиску на країни і регіони в боротьбі за паливно-енергетичні ресурси і пошук нових джерел енергії;
- розширення протекціоністських тенденцій і глобальної асиметрії, спроби більш жорсткого захисту національних економічних систем, прагнення мінімізації залежності від імпортової продукції;
- зниження рівня функціональності міжнародних інститутів у зв'язку з появою нових проблем і завдань в умовах формування сучасних глобальних викликів;
- початок регіоналізації віртуальних мереж з метою захисту від кібератак, систем тотального стеження та «інформаційних воєн», і не тільки в частині безпосереднього проведення фінансово-економічних операцій, але й в інших видах та способах обміну інформацією.

Вважаємо, що вплив сучасних глобальних викликів та трендів на ендегенний розвиток держави є різнонаправленим. Так, окремі тренди можуть виступати ризиками та загрозами для ендегенного розвитку (тобто зумовлювати погіршення його соціально-економічного стану), а інші, попри створення загроз безпеці країни – все ж можуть мати й позитивні чи нейтральні результати.

Вважаємо, що для України правильне визначення домінант та детермінант ендегенного розвитку дасть змогу більш ефективно трансформувати регіональну економіку (зокрема в контексті активізації її інноваційно-технологічних та інсти-

туційних складових) в напрямку розвитку нових тенденцій світогосподарської системи з подальшою інтеграцією в її середовище на більш вигідних умовах та вищою результативністю для регіонів та держави в цілому.

Як справедливо зазначає Дж. Стігліц [5], глобалізація як концепція сама по собі не є проблемою, але спосіб її реалізації на практиці та управління нею – надзвичайно проблематичні. Відтак, проведене дослідження засвідчує актуальність пошуку нових підходів до формування виваженої економічної політики ендогенного розвитку, яка б базувалась на підтримці стратегічних напрямів економічного розвитку та стимулюванні національного виробництва в контексті забезпечення більш повних виробничих циклів, обґрунтованій політиці імпортозаміщення, розвитку споживчого ринку, нових стандартах захисту підприємницького сектору від глобальних коливань (викликів і загроз), формування стратегічної конкурентоспроможності економіки регіонів в довгостроковій перспективі та її адаптивності до циклічності глобалізаційних процесів.

Питання переорієнтації виробництва та сфери послуг на внутрішній ринок потребує оперативної розробки політики посилення інтегрованості внутрірегіонального та міжрегіонального економічного простору України для захисту та резилентності до зовнішніх викликів та загроз. Можливості для економіки різних регіонів також залежать від розробки обґрунтованих механізмів стимулювання зовнішніх та внутрішніх інвестицій в економіку в контексті потреби диверсифікації внутрішнього ринку товарів і послуг в нових умовах господарювання. А тому оцінка потенціалу стійкості економіки, яка перебуває в контексті концепції резилентності (гнучкості, життєздатності) регіонів потребує особливої уваги та визначає напрям подальших досліджень автора статті.

Список використаної літератури

1. Levitt T. The Globalization of Markets. URL: <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets>.
2. Globalization: Definition, Benefits, Effects, Examples – What is Globalization? URL: <https://youmatter.world/en/definition/definitions-globalization-definition-benefits-effects-examples/>
3. Globalisation. Compass: manual on Human Rights Education with Youth Participation. URL: <https://www.coe.int/uk/web/compass/globalisation>
4. Геєць В.М. Майбутнє України між ЄС та ЄП / В.М. Геєць. К.: ІЕП НАН України, 2005.
5. Stiglitz, J. (2017). Globalization and its discontents.

УДК 336.10

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ливенский Валентин Михайлович, к.г.н., доцент

Полесский государственный университет

Livensky V.M., Polesky State University, lively@tut.by

Аннотация. В статье проведён анализ состояния рынка личного страхования в РБ; утверждается, что он ещё не обрёл надлежащего положения в экономике страны; предложены меры по дальнейшему его совершенствованию.

Ключевые слова: рынок страховых услуг, личное страхование, страховые взносы, страховые выплаты, экономика Республики Беларусь.

В условиях перехода Республики Беларусь (РБ) к рыночному типу экономики важное место занимает страхование [1]. Во всех развитых странах страхование является важной отраслью экономики. Особая роль страхования проявляется и в решении социальных проблем общества. Социальные гарантии населению страховщиками способны предоставлять наряду с государством, а порой и опережая государство [2].

Основной ролью личного страхования является повышение социальной защищённости населения путём выплат денежных компенсаций в случае потери здоровья, жизни или трудоспособности, а также обеспечение населения качественным медицинским обслуживанием и многое другое. Это все приводит к повышению доверия населения к правительству, что не маловажно и для поддержания стабильности экономики.

В тоже время, в условиях нестабильной экономики, инфляции, высокого налогового бремени, недостаточности свободных средств у граждан и предприятий, потери доверия населения к финансовым институтам личное страхование в РБ потеряло свою популярность, а система долгосрочного страхования практически разрушена.

О динамике развития личного страхования в РБ можно судить по изменению основных показателей этой отрасли, таких как абсолютный и относительный размер страховых выплат, взносов и количество заключённых договоров [3].

В сегменте добровольного личного страхования в РБ сейчас преобладают четыре основных вида:

- страхование от несчастных случаев;
- страхование от несчастных случаев и болезней на время поездки за границу;
- страхование от несчастных случаев и болезней кредитополучателей;
- страхование медицинских расходов.

Вместе эти четыре вида аккумулируют около 92,5% страховых взносов по добровольному личному страхованию в РБ (без учёта страхования жизни и дополнительной пенсии) [4].

Как видно из таблицы 1, в структуре взносов по личному страхованию наблюдается положительная динамика. Прирост взносов в 2020 г. по сравнению с 2018 г. составил 82,8%.

Рост страховых взносов по добровольному личному страхованию способствовал и увеличению объёмов страхования. В 2020 году добровольное страхование медицинских расходов сохранило лидерство по объёму начисленных взносов среди видов личного страхования без учёта страхования жизни и дополнительной пенсии – удельный вес составил 65,33% (Рисунок 1.)

Таблица 1. – Структура взносов по добровольному личному страхованию за 2018-2020 гг.

Вид страхования	Начислено взносов в 2018 г., тыс. руб.	Начислено взносов в 2019 г., тыс. руб.	Начислено взносов в 2020 г., тыс. руб.	Темп прироста 2019/2018, %	Темп прироста 2020/2019, %
от несчастных случаев	19 718,7	22 446,9	24 116,2	13,8	7,4
от н/с и болезней на время поездки за границу	25 102,4	29 441,2	32 993,2	17,3	21,1
от н/с и болезней кредитополучателей	1 082,9	2 044,1	603,5	88,8	-70,5
медицинских расходов	74 318,1	94 856,5	126 870,0	27,6	33,7
водителей и пассажиров от н/с	399,3	699,5	2 653,7	75,2	279,4
прочие виды	14 733,1	11 320,6	6 947,4	-23,2	-38,6
ВСЕГО	135 354,5	160 808,8	194 184,0	18,8	20,8

Примечание – Источник: [4]

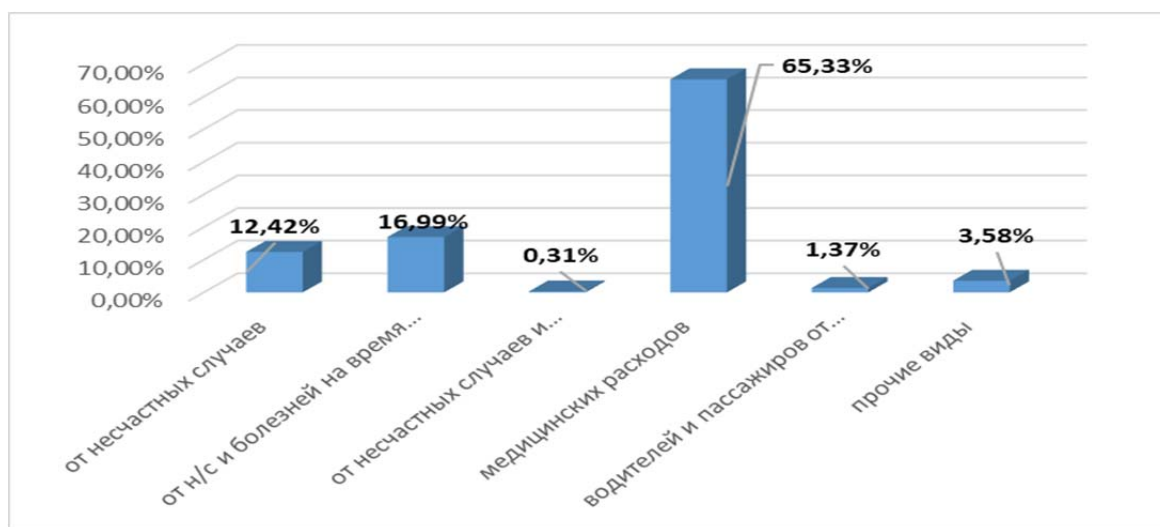


Рисунок 1. – Структура взносов по личному страхованию 2020 год

Примечание – Источник: [5]

Что касается заключенных договоров по личному страхованию в РБ, то их структуру можно проанализировать по данным таблицы 2.

Таблица 2. – Структура заключенных договоров по личному страхованию за 2018-2020гг

Вид страхования	Заключено договоров в 2018 г.	Заключено договоров в 2019 г.	Заключено договоров в 2020 г.	Темп прироста 2019/2018, %	Темп прироста 2020/2019, %	Удельный вес в 2020 г., %
От несчастных случаев	920 563	1 139 652	680 516	23,8	-40,3	26,6
От н/с и болезней на время поездки за границу	1 300 935	1 406 845	1 495 799	8,1	6,3	58,5
От н/с и болезней кредитополучателей	17 749	13 909	5 880	-21,6	-57,7	0,2
Медицинских расходов	98 858	82 602	86 610	-16,4	4,9	3,4
Водителей и пассажиров	19 600	33 812	71 567	72,5	111,7	2,8
Прочие виды	316 153	317 260	218 187	0,4	-31,2	8,5
Всего	2 673 858	2 994 080	2 558 559	12,0	-14,5	100,0

Примечание – Источник: [5]

Всего по добровольному личному страхованию за 2020 год было заключено 2 558 559 договоров. По сравнению с 2018 годом количество заключенных договоров снизилось на 115 299. Стоит отметить, что уменьшение количества договоров наблюдается практически по всем видам личного страхования, за исключением от н/с и болезней на время поездки за границу, медицинских расходов, водителей и пассажиров.

Что касается страховых выплат по личному страхованию в РБ, то они наглядно представлены в таблице 3.

В 2020 году по добровольному личному страхованию было произведено выплат на сумму 111 807,2 тыс. руб. Наблюдается положительная динамика страховых выплат по личному страхованию. Выплаты по страхованию от несчастных случаев в 2020 году увеличились на 2 147,1 по сравнению с 2018 г.

Что касается страхования жизни и дополнительной пенсии в РБ, то они наглядно представлены на рисунках 2 и 3. В 2018 году добровольное страхование жизни и дополнительной пенсии осуществляли 2 страховые организации, одна из них государственная – РДУСП «Стравита» и одна частная - СООО «Приорлайф». На долю «Стравиты» приходится около 75,0% от всех страховых взносов по видам страхования, относящимся к страхованию жизни [6].

Таблица 3. – Структура страховых выплат по личному страхованию за 2018-2020гг

Вид страхования	Выплачено в 2018 г., тыс. руб.	Выплачено в 2019 г., тыс. руб.	Выплачено в 2020 г., тыс. руб.	Темп прироста 2019/2018,%	Темп прироста 2020/2019 ,%	Удельный вес в 2020 г., %
от несчастных случаев	8 350,6	9 748,3	10 497,7	16,7	7,7	9,4
от н/с и болезней на время поездки за границу	8 197,0	9 898,2	12 187,0	20,8	23,1	10,9
от н/с и болезней кредитополучателей	237,7	489,0	352,8	105,7	-27,9	0,3
медицинских расходов	45 782,3	64 207,7	86 480,0	40,2	34,7	77,3
водителей и пассажиров от н/с	3,2	4,5	31,4	40,6	597,8	0,1
прочие виды	5 188,5	3 067,2	2 258,3	-40,9	-26,4	2,0
ВСЕГО	67 759,3	87 414,9	111 807,2	29,0	27,9	100

Примечание – Источник: [4]

Доля страховых взносов по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, к ВВП РБ в 2020 году составила 0,1% (0,1% - в 2018 г.), размер взноса на душу населения - 6,4 долл. США (5,6 долл. - в 2018 г.) [5].

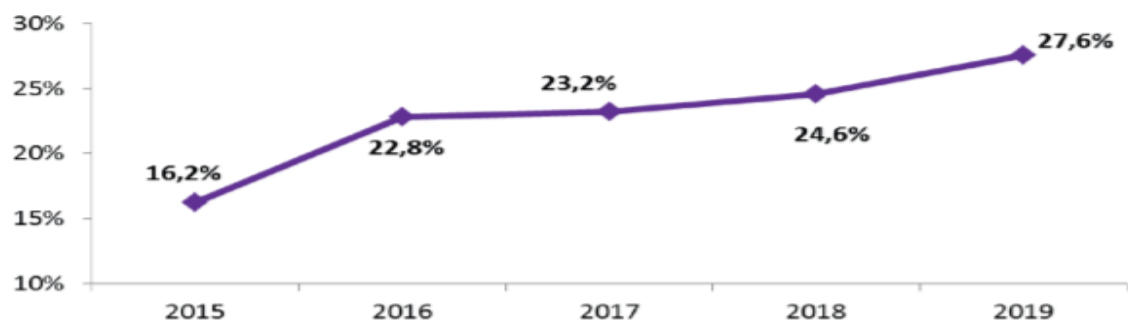


Рисунок 2. – Доля взносов по страхованию жизни в портфеле страхования

Примечание – Источник: [5]



Рисунок 3. – Доля взносов по страхованию добровольной пенсии в портфеле личного страхования

Примечание – Источник: [5]

Доля страхования жизни в портфеле добровольного личного страхования демонстрирует стабильно положительную динамику: в период с 2015 года по 2019 год она возросла с 16,2% до 27,2% соответственно.

Страхование дополнительной пенсии продемонстрировало уменьшение начисленных взносов: в период с 2015 по 2019 гг. она уменьшилась с 26,3% по 19,0%. 82,4% взносов по данному виду страхования приходится на договоры, заключенные с юридическими лицами. Однако доля взносов по договорам с физическими лицами увеличивается на протяжении последних нескольких лет.

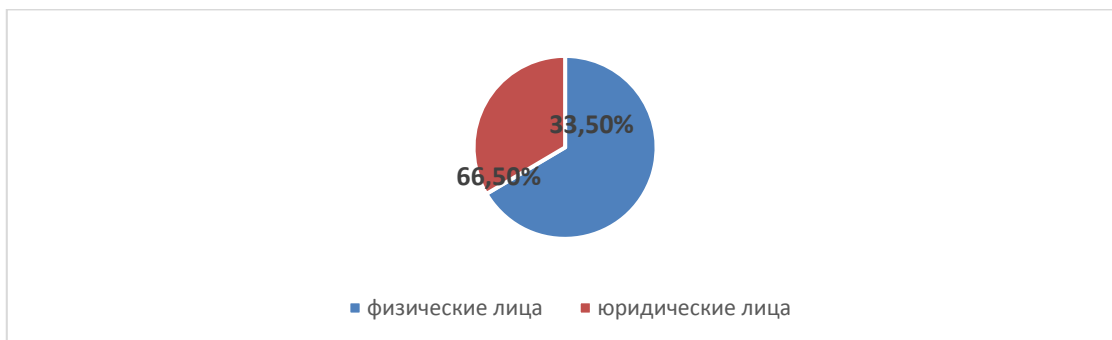


Рисунок 4. – Структура взносов по страхованию жизни

Примечание – Источник: [6]



Рисунок 5. – Структура взносов по страхованию дополнительной пенсии

Примечание – Источник: [6]

В структуре взносов по страхованию жизни преобладает заключение договоров с физическими лицами, которое больше заключения договоров с юридическими лицами в 1,5 раза (Рисунок 4).

Что касается структуры взносов по страхованию дополнительной пенсии, то в отличие от страхования жизни, заключение договоров с юридическими лицами в 4,5 раза больше, чем с физическими (Рисунок 5).

Всего в 2020 году по добровольному страхованию жизни и дополнительной пенсии было произведено 40 303 выплаты на сумму 68,4 млн руб. Уровень выплат составил 40,4% (в 2020 г. - 43,4%, в 2019 г. - 30,9%, в 2018 г. - 42,1%).

Таблица 4. – Структура выплат по страхованию жизни и дополнительной пенсии

Вид страхования	Выплачено в 2018 г., млн. руб.	Выплачено в 2019 г., млн. руб.	Выплачено в 2020 г., млн. руб.	Темп прироста 2019/2018, %	Темп прироста 2020/2019, %
страхование жизни	16,5	36,5	47,1	121,2	26,8
страхование дополнительной пенсии	15,3	16,8	21,2	9,8	29,0
ВСЕГО	31,8	53,3	68,4	67,6	28,3

Примечание – Источник: [6]

Что касается обязательного личного страхования в РБ, то обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний – одна из самых крупномасштабных страховых программ, реализованных в Республике Беларусь [7]. Данный вид обязательного страхования занимает практически весь рынок обязательного личного страхования.

Таблица 5. – Структура взносов по обязательному страхованию

Вид страхования	Выплачено в 2018 г., млн. руб.	Выплачено в 2019 г., млн. руб.	Выплачено в 2020 г., млн. руб.	Темп прироста 2019/2018, %	Темп прироста 2020/2019, %
Обязательное личное страхование:	464,5	510,2	543,3	17,1	14,2
медицинское страхование ин. граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих в РБ	167,1	195,6	223,4	6,0	11,4
страхование от несчастных случаев на производстве и проф. заболеваний	8,3	8,8	9,8	25,0	80,0
обязательное государственное страхование	0,4	0,5	0,9	9,8	6,5

Примечание – Источник: [5]

В структуре взносов по обязательному личному страхованию наблюдается только положительная динамика.

Таблица 6. – Структура выплат по обязательному страхованию

Вид страхования	Выплачено в 2018 г., млн. руб.	Выплачено в 2019 г., млн. руб.	Выплачено в 2020 г., млн. руб.	Темп прироста 2019/2018, %	Темп прироста 2020/2019, %
Обязательное личное страхование:	251,1	257,4	282,2	2,5	9,6
медицинское страхование ин. граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих в РБ	100,3	114,7	128,1	14,4	11,7
страхование от несчастных случаев на производстве и проф. заболеваний	1,5	1,4	1,5	-6,7	7,1
обязательное государственное страхование	0,3	0,4	0,8	33,3	100

Примечание – Источник: [5]

Из таблицы 6 можно сделать вывод, что выплаты по обязательному личному страхованию в 2020 г. по сравнению с 2018 г. увеличились на 31,1 млн. руб. Это произошло за счёт увеличения выплат по страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Однако, выплаты по медицинскому страхованию иностранных граждан и лиц без гражданства в 2019 году снизились по сравнению с 2018 г. на 1,1 млн. руб., но уже в 2020 г. выросли на 1,1 млн. руб.

Обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в РБ занимает практически весь рынок обязательного личного страхования. Таким образом, росту рынка личного страхования в РБ способствовало несколько факторов. И один из основных – действующие в РБ налоговые льготы для физических и юридических лиц при заключении договоров страхования жизни и дополнительной пенсии [8].

Таким образом, анализ динамики, состава и структуры личного страхования Республики Беларусь за 2018-2020 гг. показал, что рынок личного страхования в РБ имеют устойчивую динамику планомерного развития. Постоянно увеличивается финансовый потенциал страховых организаций в РБ, возрастает инвестиционный ресурс и усиливается защитная функция страхования в экономике РБ [9]. Количество заключаемых договоров страхования и объёмы страховой деятельности в РБ уверенно увеличиваются. Сохраняется и развитие видов добровольного страхования.

Список использованных источников

1. Бухтик М.И. Развитие страхового рынка Республики Беларусь / М.И. Бухтик, В.М. Ливенский // Современные аспекты экономики. 2018. № 2 (246). С. 49-54.
2. Самоховец М.П. Бюджетное финансирование социальной сферы Республики Беларусь / М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич // Экономические науки. 2020. № 184. С. 104-109.
3. Киевич Д.А. Анализ страхового рынка в Республике Беларусь / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 6 (262). С. 66-73.

4. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Основные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь за 2020 год. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/supervision/stat/2020/itogi/9dfb79d2ae0b4cd9.html>.- Дата доступа: 12.10.2021 г.
5. Белорусская ассоциация страховщиков [Электронный ресурс]: Страховой рынок Республики Беларусь 2020 год. – Режим доступа: <https://belasin.by/assets/files/analysis/analysis2020.pdf>.- Дата доступа: 10.10.2021 г.
6. Министерство финансов республики Беларусь [Электронный ресурс]: Статистические показатели за 2018-19 гг. Режим доступа: <http://minfin.gov.by/supervision/stat/2018/stat/22444ef24d5b418f.html> Дата доступа: 12.10.2021 г.
7. Киевич А.В. Основные тенденции и перспективы развития страхового рынка Республики Беларусь / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 4 (236). С. 76-85.
8. Галкина М.Н., Бухтик М.И., Киевич А.В. Страхование как вид инвестиционной деятельности на мировом финансовом рынке / М.Н. Галкина, М.И. Бухтик, А.В. Киевич // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. 2020. № 9 (39). С. 58-66.
9. Ливенский В.М. Анализ налоговой нагрузки на экономику республики Беларусь / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. 2019. – № 5 (261). – С. 176-180.

УДК 657.6:657471

**ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА
НА СЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Логвинова Вера Андреевна, студент

**Прокопец Татьяна Николаевна, к. э.н., доцент кафедры антикризисного
и корпоративного управления РГЭУ (РИНХ)**

**Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону**

Logvinova Vera, student, vlogvinova444@gmail.com
Prokopets Tatyana, PhD in Economics, hatani@mail.ru
Rostov State University of Economics

Аннотация. В статье обоснована необходимость организации внутреннего аудита на предприятиях, выделены особенности такого аудита, присущие, в частности, сервисным предприятиям. Представлена классификация и этапы внутреннего аудита на предприятиях сферы услуг.

Ключевые слова: внутренний аудит, операционный аудит, расходы предприятий, управленческий учет, экономичность, продуктивность, сервисные предприятия, сфера услуг.

В условиях экономической нестабильности для предприятий и компаний особенно актуальными становятся вопросы сохранения финансовой устойчивости в конкурентной среде, и в большей мере это касается сферы услуг. Повысить эффективность управления, сократить расходы и повысить прибыль предприятия призвана служба внутреннего аудита.

Главной задачей как аудита вообще, так и внутреннего аудита в частности можно назвать получение подтверждения достоверности финансово-отчетной информации, ведь неоспоримо, что достоверная информация – залог принятия качественных и эффективных управленческих решений [1, с. 30].

Организация внутреннего аудита на предприятии позволяет собственникам и менеджерам определить степень доверия к данным управленческого учета затрат и отчетности, поскольку систематизация учетной информации осуществляется при использовании бухгалтерских счетов в разрезе аналитических признаков, самостоятельно разработанных форм первичных документов, учетных регистров, форм внутренней отчетности [2]. Управляющий предприятием благодаря подтвержденной аудитором достоверности данных управленческого учёта расходов и отчётности сможет оценить финансовые риски и принять правильные бизнес-решения.

Целями внутреннего контроля на предприятии являются:

- 1) осуществление эффективной деятельности предприятия;
- 2) обеспечение соблюдения требований руководства каждым работником предприятия;
- 3) обеспечение сохранности имущества предприятия [3, с. 17].

Внутренний аудит на сервисных предприятиях имеет свои особенности, связанные, прежде всего, с тем, что:

- такие предприятия относятся, как правило, к сфере среднего и малого бизнеса;
- сфера услуг связана с осуществлением как материальной, так и нематериальной деятельности;
- конечный продукт сервиса – не товар, а услуга, которая представлена как процесс, имеющий свои стадии;
- предприятия сферы услуг имеют право выбора различных режимов налогообложения;
- различные виды предоставляемых услуг предполагают различные подходы к аудиту;
- ввиду небольшого количества персонала, как правило, на сервисных предприятиях не предусмотрена служба внутреннего аудита, поэтому чаще всего используются услуги аудиторских фирм или внутренний аудит возлагается на сотрудников как дополнительная функция.

Для реализации контролирующей функции управления субъектов хозяйствования используют такие виды внутреннего аудита, как аудит финансовой отчетности, аудит соответствия и операционный аудит. Классификацию внутреннего аудита представим в виде таблицы.

Более всего для оценки продуктивности и эффективности использования ресурсов, целесообразности расходов сервисного предприятия актуален операционный аудит. Данный вид внутреннего аудита является элементом системы управления деятельностью предприятия, выполняя функции анализа и проверки операций управленческого учета расходов с точки зрения экономичности, продуктивности и результативности, предоставляя аудиторские рекомендации для принятия решений по оптимизации затрат и минимизации рисков [2, с. 120].

Таблица – Классификация внутреннего аудита

Аудит финансовой отчетности	Плановый (регламентированный)
	Внеплановый (инициативный)
Аудит соответствия	Аудит на соответствие принципам законодательства
	Аудит целесообразности деятельности должностных лиц предприятия
Операционный аудит	Функциональный аудит систем производства, управления и контроля
	Организационно-технический аудит систем производства и управления
	Всесторонний аудит систем производства и управления
	Аудит управленческой деятельности

*Составлено авторами на основании [2]

Проведение внутреннего аудита на сервисном предприятии должно осуществляться с точки зрения соответствия расходов экономическим показателям:

- эффективности;
- экономичности;
- результативности;
- продуктивности.

Под эффективностью в аудите понимается соотношение полученных результатов деятельности к ресурсам, израсходованным на их достижение [1]. Правильное использование ресурсов и получение позитивных результатов очень важно для деятельности многих предприятий сервиса (особенно гостинично-ресторанной сферы), поэтому данный показатель требует оценки.

Не менее важен показатель экономичности затраченных ресурсов предприятия, или получение максимально хороших результатов при использовании запланированного объема этих ресурсов.

Результативность оценивается через многие показатели – от прибыльности до степени лояльности клиентов, что позволяет руководству получить информацию для разработки перспективных управленческих решений. Результативность в контексте операционного аудита раскрывается через соответствие расходов предприятия заданным параметрам бюджета [2].

Показатель продуктивности оценивают с помощью интервальной шкалы, которая является инструментом обозначения уровня продуктивности использования ресурсов предприятия (низкий, средний или высокий уровень).

Проведение внутренней аудиторской проверки предполагает определенные этапы: планирование, сбор фактов и доказательств, аналитические процедуры, оценка организации управленческого учета, обобщение информации и составление аудиторского заключения. Порядок проведения аудита должен быть закреплен в соответствующем документе, где указываются «сроки проведения проверки, программа проведения проверки, лица, ответственные за предоставление информации, порядок составления отчетности по результатам проверки и перечень контрольных мероприятий, проводимых для устранения выявленных нарушений» [3, с. 30].

Важнейшими факторами для успешного осуществления процедур внутреннего аудита являются независимость аудитора, который должен подчиняться только высшему руководству (например, владельцу сервисного предприятия) и регламентация (составление плана-графика проверок и этапов их проведения, согласованного с руководителями предприятия).

В целом, исходя из всего вышесказанного, аудит сервисных предприятий должен включать в себя такие направления, как:

- проверка того, насколько правильно проводится учет и насколько достоверны данные финансовой отчетности о доходах и расходах, связанных с предоставлением услуг;
- анализ и проверка операций управленческого учета расходов с точки зрения показателей эффективности, экономичности, продуктивности и результативности;
- оценка качества учетной политики организации в соответствии со спецификой деятельности сервисного предприятия и видами оказываемых им услуг;
- оценка соответствия налоговому законодательству и оптимальности налогообложения предприятия сферы услуг;
- оценка контроля качества оказываемых предприятием услуг, организации системы учета возвратов заказов и претензий клиентов;
- проверка расчетно-платежной дисциплины и состояния расчетов сервисных компаний с различными дебиторами и кредиторами [4].

Таким образом, организация внутреннего аудита на сервисных предприятиях является важным фактором получения достоверной информации об их финансово-хозяйственной деятельности. Данная информация впоследствии используется менеджерами внутри предприятия для оптимизации управления всеми производственными процессами, сокращения расходов и повышения эффективности работы в целом.

Необходимо учитывать тот факт, что внутренний контроль и система бухгалтерского учета не являются совершенными, что ошибки и просчеты случаются даже при осуществлении очень ответственного управленческого учета и составления отчетности. Именно правильно организованная система внутреннего аудита призвана помочь руководству предприятия вовремя заметить эти ошибки, исправить их и принять стратегически правильные решения по снижению финансовых рисков, необоснованных расходов и упущенной экономической выгоды.

Список использованных источников

1. Арабян К.К. Теория аудита и концептуальные основы развития аудиторской деятельности / К.К. Арабян // Учет. Анализ. Аудит. – 2019. – № 6(1). – С. 28–39.
2. Янчев А.В. Сучасна концепція організації внутрішнього аудиту в управлінні витратами підприємств ресторанного господарства (на укр. яз.) / А.В. Янчев, Д.Д. Шеховцова // Бизнес-Информ. – 2016. – № 7. – С. 119–124.
3. Евдокимова А.В. Внутренний аудит и контроль финансово-хозяйственной деятельности организации. Практическое пособие / А.В. Евдокимова, И.Н. Пашкина. – М., 2009. – 325 с.
4. Голиков О.И. Особенности аудита в сфере услуг / О.И. Голиков, И.В. Шумилова, А.В. Коняхина // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2017. – № 1.– том 1.– С. 1–17.

PRODUCTION RESOURCES AND AN EFFICIENCY OF THEIR USE

Метельская Анна Павловна,

Прибыльская Гражина Валентиновна, преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Metelskaya Anna, Prybylskaya Grazhyna, teacher,

Belarusian National Technical University, mapmetelskaya@mail.ru

Annotation. One of the most important factors in increasing production efficiency at industrial enterprises is the availability of their production resources, which contributes to the improvement of all its characteristics: increase in labor productivity, increase in output, improve product quality, and reduce its cost, save investment.

Keywords: circulation funds, efficiency, production resources, costs

At present, the study of production resources is becoming increasingly relevant, and this problem itself is gaining economic importance, as it is aimed at finding ways to use them more efficiently.

The main purpose of the existence of production resources is to ensure the achievement of the goals of the enterprise - the fulfillment of its economic purpose and profit. To achieve this goal, production resources are faced with the task of ensuring: uninterrupted production process; production at all stages of the production process at the lowest cost; production with maximum output.

Being the main link of the national economic complex, the enterprise concentrates all the resources of production. Assessment of the production capabilities of enterprises, as well as the parameters and characteristics of their production resources are important for decision-making.

A more complete and rational use of fixed assets and production capacities of the enterprise contributes to the improvement of all its technical and economic indicators: labor productivity growth, increased return on capital, increased output, reduction of its cost, saving capital investments.

One of the most important factors in increasing the efficiency of production at industrial enterprises is the provision of their production resources in the required quantity and assortment and their fuller use.

Currently, in a market economy, when economic instability is characteristic, when development is replaced by a period of crises, enterprises are required to increase the economic efficiency of production. The problem of increasing production efficiency occupies one of the central places in the economic life of the enterprise. The essence of the problem of increasing the economic efficiency of production is to increase the economic results for each unit of costs in the process of using available resources.

The study of production resources, aimed at finding ways to use them more efficiently, is becoming increasingly relevant, and this problem itself is gaining national economic significance.

Production resources consist of the resources of the country, as well as of the missing resources that are imported from other countries.

Resource provision is carried out by studying the main characteristics of resources. These are their availability, accessibility, interchangeability, the degree of their use, the consequences of operation, cost, etc.

All economic resources of the enterprise are divided into financial and non-financial. Non-financial resources are divided into production and non-production[2].

Production resources are those resources that are directly involved in the production process. These include:

- - fixed assets;
- - working capital;
- - labor resources of the enterprise.

Fixed assets are the means of labor that repeatedly participate in production cycles. They retain their natural form and gradually transfer their value to the created products or services;

Fixed assets are divided into:

- production;
- non-productive.

Production funds are those means of labor that are directly involved in the production process, create conditions for its normal implementation and serve to store and move labor items, and their value is transferred to the manufactured products in parts as they are used (funds for industrial, construction, agricultural purposes, motor transport, communications, trade and other types of material production), account for about 80% of the enterprise.

Non-productive funds are funds that are indirectly related to production, are on the balance sheet of the enterprise and are used to meet the cultural and household needs of workers: kindergartens, clubs, canteens, hospitals, dispensaries, buildings, stadiums, etc.

Non-productive assets account for more than 20% of fixed assets, they do not participate in the production process and do not transfer their value to the product. Their maintenance and reproduction are carried out mainly at the expense of profit.

The structure of fixed assets is continuously changing under the influence of a number of factors:

- scientific and technological progress (both quantitative and qualitative composition of funds used is changing);
- production technologies;
- the level of concentration of production.

The production structure of fixed assets and its dynamics are indicators of the technical level of the enterprise and have a great impact on the cost effectiveness of fixed assets. The higher the share of tools in fixed assets: machinery, equipment, appliances, that is, the greater the active part of fixed assets, the more products can be produced for each ruble of fixed assets [2].

The production efficiency depends on how the OS is used.

There are the following ways to improve their use:

- constantly upgrade equipment;
- strive to involve in the work of funds that are inactive;
- improve the organization of production;
- gradually improve the qualifications of personnel;
- apply the latest achievements of technology and technology;
- contribute to improving the quality of preparation of raw materials for the production process, etc.

Circulation funds are a part of working capital that serves the sphere of circulation and includes finished products in a warehouse that are being processed, goods for sale, cash, funds in settlements, goods shipped (not paid for), financial investments.

Circulation funds consist of the following elements:

- finished products in warehouses;
- goods in transit (shipped products);
- cash;
- funds in settlements with consumers of products.

The working capital of an enterprise is cash that ensures the continuity of production, the process of selling products, and the receipt of funds. They contribute to the smooth operation of the enterprise.

Working capital includes:

- production stocks - raw materials, fuel, semi-finished products, containers, auxiliary materials, spare parts, inventory, etc.;
- work in progress - labor items that are still in production;
- semi-finished products of own production - labor items that are fully processed in one of the divisions of the enterprise, but need further processing in other divisions of the enterprise;
- expenses of future periods. These include the costs of innovation, development of new products, invention that will be used in the future [1].

The labor resources of the enterprise are the personnel (personnel) of the enterprise who have the ability to work, the necessary qualifications, intellectual and business qualities.

Depending on the participation in production, the workforce is divided into two groups:

- industrial and production personnel - employees who are directly related to production and its maintenance. This:
 - workers – those who are directly engaged in production or the provision of various types of services (both production and transport)
 - specialists are accountants, economists, technicians, mechanics, sociologists, artists, commodity scientists, technologists, etc.
 - employees: suppliers, assistants, cashiers, archivists, clerks, etc.

non-industrial personnel - catering workers, doctors, housing and communal services workers, employees of children's and medical-sanitary institutions belonging to the enterprise.

The following competencies are typical for the personnel of enterprises: professional, social and business.

Professional competencies are a combination of skills and abilities to perform a certain type of work activity. Social competencies are the skills, abilities and abilities to establish internal connections, and business competencies are the ability to establish external connections for successful business [3].

The production resources of the enterprise are the main prerequisite for the successful development of scientific and technological progress. Studying the topic of production resources, we came to the conclusion: the higher the level of technical and economic potential, the more powerful the base (material and technical) of scientific and technological progress, and accordingly, more opportunities for implementing its achievements, for improving and increasing the size of the production potential of the enterprise. These elements complement and develop each other.

Current investments, as well as one-time costs, can reach the maximum value if the efficiency of production resources decreases. If you do not pay attention to the increase in resources, then it is not possible to ensure high results in efficiency and profitability.

As the main principles of efficient use of production resources, the following can be distinguished:

1. The complexity of the directions of using production resources.
2. Waste-free production (secondary use).
3. Optimality of the volume of supplies (orders) of resources.
4. Perfection of the technical and technological park of the organization.
5. Creation of production conditions for the replacement of foreign components of products with their own [5].

Thus, the main result of work of any enterprise depends on the availability of production resources and their effective use. Despite the fact that the issues of resource efficiency are widely covered in scientific research, algorithms for implementing practical recommendations have not yet been sufficiently developed.

References

1. Golovachev A.S. Enterprise Economics. At 2 h. h. 1: study. the manual/ – Minsk: Vysh. Shk., 2008 – 447p.
2. McConnell K.R. Economics: Principles, Problems and Politics / Moscow: INFRA – M., 2011 – 1040p.
3. Volodko O.V., Grabar R.N., Zglyu T.V. Economics of organization: studies. stipend/ edited by O.V. Volodko, 2nd ed., ispr. and add. - Minsk: Higher School, 2015–399p.
4. About supporting the economy [Electronic resource]. 2020. – Mode of access : http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485/. – Date of access : 18.10.2021.
5. Electronic resource. – Mode of access : <https://economics.studio/ekonomicheskaya-teoriya/resursyi-factoryi-proizvodstva-48828.html>. – Date of access : 20.10.2021

УДК 336

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Микшаня Татьяна Анатольевна, аспирант
Белорусский государственный университет

Mikschanja T.A., Belarusian State University, mk_nja.t.a@yandex.ru

Аннотация. В статье проведён анализ современного состояния рынка ценных бумаг в РБ; утверждается, что он ещё не обрёл надлежащего положения в экономике страны; предложены меры по совершенствованию и развитию рынка ценных бумаг в РБ.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, финансовые отношения, выпуск акций, корпоративные облигации, доходность ценных бумаг.

Экономика Республики Беларусь (РБ) современного периода своего развития находится в состоянии поиска модели дальнейшего и поступательного развития, придавшей бы ей импульс динамичного роста. При этом за базу, на основе которой предполагается достижение поставленной задачи, берётся система рыночных отношений. Финансовые отношения являются важнейшим элементом, связываю-

щим систему общеэкономических отношений в единое целое, особенно в условиях становления и развития рыночных отношений [1].

При этом финансовый рынок составляет основу, обеспечивающую движение денежных средств между участниками экономических отношений посредством выпуска и обращения финансовых инструментов. Он представляет собой механизм перераспределения денежных средств субъектов экономических отношений [2].

От состояния финансового рынка, успешности его функционирования зависит экономическое развитие страны: рынок способствует ускорению оборота капитала, активизирует экономический рост, создает дополнительную прибыль и способствует увеличению национального дохода. Следовательно, возникновение проблем на финансовых рынках в полной мере повлияет на экономическое развитие страны в целом, поэтому в данный момент необходимо подробное изучение рынка для выявления недостатков функционирования и их устранения. Именно это и определяет актуальность рассматриваемой темы.

В 2020 году функционирование рынка ценных бумаг РБ характеризовалось сокращением размещения облигаций Национального банка РБ и ростом объема зарегистрированных выпусков акций и корпоративных облигаций.

В таблице 1 приведена информация о размещении на первичном рынке облигаций собственной эмиссии Национального банка Республики Беларусь.

Из данных таблицы можно сделать вывод, что объем облигаций собственной эмиссии Национального банка (*далее – ОНБ*) в белорусских рублях, размещенных по фактической стоимости, уменьшился с 2017 по 2020 год на 41 690,9 млн. руб. или в 44 раза. Объем ОНБ в долларах США уменьшился с 2017 по 2019 год на 1 150,2 млн. долларов или в 4,7 раза.

Объем ОНБ в белорусских рублях, размещенных по номинальной стоимости, уменьшился с 2017 по 2020 год на 41 870,2 млн. руб. или в 43,6 раза. Объем ОНБ в долларах США уменьшился с 2017 по 2019 год на 1 209,8 млн. долларов или в 4,8 раза. Размещение Национальным банком облигаций, номинированных в иностранной валюте, в 2020 году не осуществлялось. На 1 января 2021 г. облигации Национального банка, номинированные в иностранной валюте, в обращении отсутствовали.

Объем ОНБ в белорусских рублях, погашенных по номинальной стоимости, уменьшился с 2017 по 2020 год на 42 676,7 млн. руб. или в 31,2 раза. Объем ОНБ в долларах США уменьшился с 2017 по 2020 год на 1 383,2 млн. долларов или в 5,3 раза. Объем ОНБ в евро уменьшился с 2017 по 2019 год на 213,7 млн. евро или в 2,3 раза.

Объем ОНБ в белорусских рублях, находящихся в обращении, по номиналу с 01.01. 2018 по 01.01.2021 года уменьшился на 521,8 млн. руб. или в 10,3 раза, что обусловлено переходом с ноября 2019 г. к использованию Национальным банком депозитных аукционов в качестве основного инструмента изъятия избыточной ликвидности банков. Объем ОНБ в долларах США с 01.01. 2018 по 01.01.2020 года уменьшился на 1 209,8 млн. долларов или в 4,8 раза. Объем ОНБ в евро с 01.01. 2018 по 01.01.2019 года уменьшился на 266,9 млн. долларов или в 2,6 раза.

Обращение ОНБ осуществлялось на организованном рынке (в торговой системе ОАО "Белорусская валютно-фондовая биржа") и на неорганизованном (внебиржевом) рынке.

Таблица 1. – Данные о размещении на первичном рынке ОНБ за 2017-2020 гг.

	Годы	Вид ЦБ		
		ОНБ в белорусских руб.	ОНБ в долларах США	ОНБ в евро
Размещено фактически, млн.	2017	42 661,50	1 457,10	25
	2018	22 268,20	649,2	-
	2019	79 000,80	306,9	-
	2020	970,6	-	-
Размещено по номиналу, млн.	2017	42 852,80	1 527,90	25,6
	2018	23 324,40	673,2	-
	2019	79 176,40	318,1	-
	2020	982,6	-	-
Погашено по номиналу, млн.	2017	44 091,80	1 701,30	376,2
	2018	22 504,00	1527,9	266,9
	2019	79 086,00	673,2	162,5
	2020	1 415,1	318,1	-
В обращении на 01.01. по номиналу, млн.	2018	577,7	1 527,90	429,4
	2019	398,1	673,2	162,5
	2020	488,4	318,1	-
	2021	55,9	-	-
Изменение в обращении, в % к 01.01.	2018	-68,2	-10,2	-44,9
	2019	-31,1	-55,9	-62,6
	2020	22,7	-52,7	-100
	2021	-88,6	-100	-

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3, 4, 5, 6]

В таблице 2 приведена информация о размещении на вторичном рынке облигаций Национального банка Республики Беларусь.

Проанализировав данные можно сделать вывод, что объём биржевых торгов ОНБ в белорусских рублях и ОНБ в СКВ уменьшился с 2017 по 2020 год на 1 935,7 млн. рублей в эквиваленте или в 9,9 раз.

Доля ОНБ в белорусских рублях и ОНБ в СКВ в общем объеме биржевых торгов ЦБ уменьшилась с 2017 по 2020 год на 5,6 п.п. Объём сделок на внебиржевом рынке с 2017 по 2020 год уменьшился на 330,3 млн. руб. При этом значительный объём сделок был заключен с ОНБ, номинированными в свободно конвертируемой валюте, что обусловлено более длительным сроком обращения данных облигаций.

В таблице 3 представлены данные об объеме вложений банков в ОНБ за 2017-2020 гг.

Таблица 2. – Данные о размещении на вторичном рынке ОНБ за 2017-2020 гг.

	Годы	Вид ЦБ		
		ОНБ в белорусских рублях	ОНБ в СКВ (долларах США)	Всего
Объем биржевых торгов, млн. руб. в эквиваленте	2017	395,7	1 756,90	2 152,60
	2018	38,9	2 760,10	2 799,00
	2019	-	1 304,10	1 304,10
	2020	22,3	194,6	216,9
Изменение объема биржевых торгов к началу года, млн. руб.	2017	362,8	815,1	1 177,90
	2018	-356,8	1 003,20	646,4
	2019	-38,9	-1 456,00	-1 494,90
	2020	22,3	-1 109,5	-1 087,2
Доля в общем объеме биржевых торгов ЦБ, %	2017	5,8	25,9	31,7
	2018	0,3	24,4	24,7
	2019	-	14,2	14,2
	2020	0,2	1,7	1,9
Объем сделок на внебиржевом рынке, млн. руб. в эквиваленте	2017	-	297,2	297,2
	2018	-	213,2	213,2
	2019	-	38	38
	2020	-	-33,1	-33,1
Изменение объема сделок на внебиржевом рынке, млн. руб. за год	2017	-	137,1	137,1
	2018	-	-84	-84
	2019	-	-175,2	-175,2
	2020	-	0,1	0,1

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3,4,5,6]

Таблица 3. – Данные об объеме вложений банков в ОНБ за 2017-2020 гг.

	Годы	Вид ЦБ		
		ОНБ в белорусских руб.	ОНБ в СКВ	Всего
Объем вложений, млн. руб. в эквиваленте на 01.01.	2018	564,0	2569,0	3133,0
	2019	199,2	1116,4	1315,6
	2020	182,0	541,4	723,4
	2021	-	-	-
Изменение объема вложений за год, млн. руб. в эквиваленте	2017	-1243,2	-1180,5	-2423,7
	2018	-364,8	-1452,6	-1817,4
	2019	-17,2	-575,0	-592,2
	2020	-182,0	-541,4	-723,4
Доля ценных бумаг в портфеле на 01.01., %	2018	4,1	18,8	22,9
	2019	1,5	8,3	9,8
	2020	1,5	4,3	5,8
	2021	-	-	-

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3, 4, 5, 6]

Сумма вложений банков в ценные бумаги Национального банка с 01.01.2018 по 01.01.2020 уменьшилась на 2 409,6 млн. руб. в эквиваленте или в 4,3 раз. В портфеле ценных бумаг банков на начало 2021 года ценные бумаги Национального банка отсутствовали. Данная тенденция обусловлена отсутствием предложения ОНБ к размещению.

Следует отметить также изменение объема выпуска ценных бумаг корпоративного сектора. На рисунке 1 представлена информация о динамике доли корпоративного сегмента в общем объеме выпусков акций и облигаций за 2017 – 2020 годы.

Тенденцией развития рынка ценных бумаг в 2020 году стал рост доли его корпоративного сегмента в общем объеме выпусков акций и облигаций с 73,8 до 81,2 процента, что было обусловлено ростом объема выпусков акций в 5,1 раза (также рост произошел относительно показателя 2017 года: увеличился на 9,8 п.п.).

Валютный риск на рынке корпоративных ценных бумаг определяется как достаточно высокий, что связано со значительной долей обращающихся корпоративных облигаций, номинированных в иностранной валюте (более 45 процентов) [5]. На рынке корпоративных облигаций доля ценных бумаг, номинированных в белорусских рублях, с плавающей процентной ставкой в общем объеме обращающихся корпоративных облигаций снизилась с 82,4% (за 2017 год) до 71,6%. (за 2020 год) [5,6].

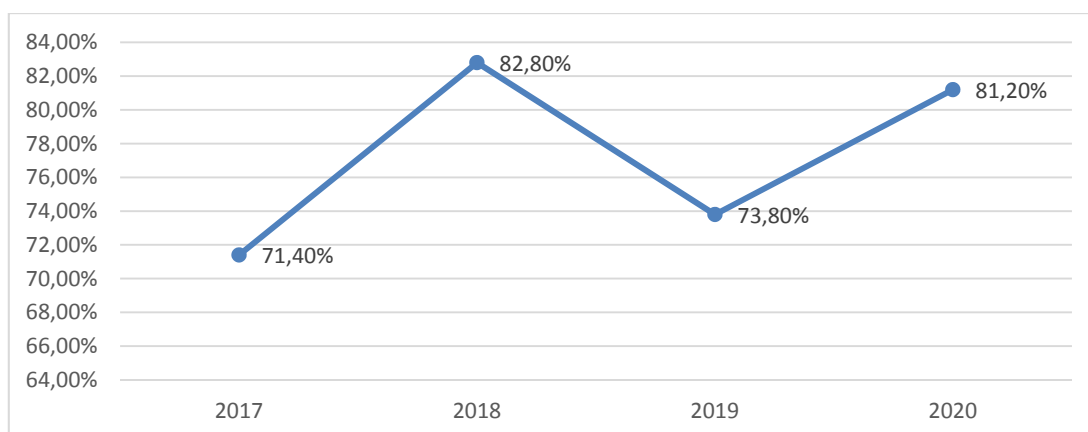


Рисунок – Динамика доли корпоративного сегмента в общем объеме выпусков акций и облигаций за 2017-2020 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3,4,5,6]

Преобладающая доля корпоративных облигаций с плавающим доходом в обращении указывает на сохраняющиеся в РБ инфляционно-девальвационные ожидания участников рынка и наличие высокого уровня процентного риска, несмотря на общую тенденцию снижения в 2020 году.

Здесь необходимо отметить, что опыт развитых стран показывает, что для создания высокодоходного фондового рынка, формирующего справедливую рыночную стоимость, необходимо, чтобы доля государственной собственности не превышала более 25% всего объема [7]. Развитие рынка акций в РБ тесно связано с дальнейшими решениями по уменьшению доли государства в акцио-нерном капитале без потери контроля государства в ключевых сферах. Эти задачи, возможно, реализовать с условием сохранения в собственности государства блокирующих пакетов 25% + 1 акция (сейчас 90%) [8].

Для развития рынка облигаций в РБ необходимо осуществление следующих целей: формирование института профессионального инвестора, квалифицированного управляющего рисками, установление порядка эмиссии.

Важным направлением развития рынка будет регистрация и обращение нового вида облигаций, предназначенных для квалифицированных инвесторов. Полномочия по регистрации данных облигаций должны быть предоставлены центральному депозитарию.

Так же значимым пунктом развития рынка ценных бумаг в РБ будет являться эмиссия и обращение ещё одного вида облигаций – облигаций с отдельным обращением номинала и купонов (*механизм стрипования облигаций*). Инвесторы смогут покупать и продавать отдельно от номинала купоны по облигациям. Реализация такого предложения направлена на стимулирование эмитентов к эмиссии долгосрочных облигаций. Наличие безрисковых инструментов сохранения сбережений в белорусских рублях будет способствовать развитию внутреннего рынка государственных облигаций в национальной валюте и повышению доверия инвесторов к национальной валюте. Данные инструменты также будут являться ориентирами для формирования процентных ставок [9].

Так же в будущем в РБ необходимо устранить барьеры, которые сдерживают ликвидность акций и интерес к ним со стороны инвесторов. Это возможно осуществить путём отмены преимущественного права облисполкомов и Минского горисполкома на покупку акций, приобретённых гражданами в процессе разгосударствления.

Ещё одним важным пунктом развития рынка ценных бумаг в РБ - это совместная работа систем дистанционного банковского обслуживания с торговой системой биржи, что создаст возможность размещать государственные облигации с помощью систем дистанционного банковского обслуживания [10].

Для развития индустрии инвестиционных фондов, необходимо разработать систему льготного налогообложения инвестиционных операций данных фондов и доходов инвесторов, который они получили от участия в фондах. Такие меры простимулируют появление инвестфондов, и инфраструктуры, необходимой для их бесперебойного функционирования.

Список использованных источников

1. Отраслевые финансы. Лобан Т.Н., Самоховец М.П., Бухтик М.И., Киевич А.В. // учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Пинск, 2018.

2. Белоглазова Г.Н., Киевич А.В. Модернизация регулирования финансовых систем: поиск новых моделей / Г.Н. Белоглазова, А.В. Киевич // Банковское дело. 2011. – № 7. – С. 14-20.

3. Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2017 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep/FinStab2017.pdf>. – Дата доступа: 12.10.2021 г.

4. Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2018 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep/FinStab2018.pdf>. – Дата доступа: 12.10.2021 г.

5. Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2019 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep/finstab2019.pdf>. – Дата доступа: 12.10.2021 г.
6. Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2020 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep/finstab2020.pdf>. – Дата доступа: 12.11.2021 г.
7. Киевич А.В. Развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 3 (260). С. 13-20.
8. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 12 марта 2020 г. № 143 о государственной программе “О Государственной программе “Управление государственными финансами и регулирование финансового рынка” на 2020 год и на период до 2025 года” [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/postsm_120320_143.pdf. – Дата доступа: 21.10.2021 г.
9. Гудовская Л.В., Киевич А.В. Современные модели и перспективы развития международного банковского бизнеса / Л.В. Гудовская, А.В. Киевич // Экономические науки. 2013. – № 99. – С. 169-175.
10. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Общая информация о взаимодействии с международными финансовыми организациями. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/obschaja_info_mfo-ru/. – Дата доступа: 05.10.2021 г.

УДК 658

СИСТЕМА СБЫТА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

**Пинчук Дмитрий Александрович, студент
Полесский государственный университет**

Pinchuk Dmitry, student, Polessky State University, dima.pinchuk00@mail.ru

Аннотация: реализация сбыта продукции напрямую коррелирует с прибылью организации, поэтому для предприятия важно проводить мероприятия по стимулированию сбыта, его совершенствованию и оценке эффективности.

Ключевые слова: стимулирование сбыта, сбыт продукции, товарные запасы, сбытовая политика, продвижение товара, канал сбыта.

В современных условиях возрастают производственные мощности организации, расширяется рынок, усовершенствуются средства транспорта и связи. И все это приводит к усложнению работы по реализации товаров. Руководству маркетинга и сбыта приходится непрерывно искать новые каналы распределения, чтобы повысить собственные продажи. [3].

Товаропроизводитель, с учетом реальных нужд и потребностей покупателей, должен обеспечить их спрос в нужное время, в нужное место и в определенном количестве. Выполняя эти условия, производитель реализует сбытовую политику [1].

При реализации сбытовой политики каждая организация должна учитывать следующие факторы:

- Потребности рынка;
- Затраты на распределение товара;
- Характеристику и востребованность товара;
- Потенциальную прибыль;
- Жизненный цикл товара [4].

Выделяют следующие основные принципы деятельности организации в сбытовой сфере:

1. Целенаправленность – соответствие принимаемых решений достижению поставленных фирмой целей;
2. Всесторонность учета маркетинговой информации – определение потребностей покупателей и проблем участников сбытового канала, анализ собственных сбытовых издержек;
3. Комплексность – рассмотрение сбытовой политики в неотрывной связи с остальными элементами маркетинга-микс: товарной, ценовой и коммуникационной политикой;
4. Системность – рассмотрение сбыта и остальных элементов маркетинга как элементов, позволяющих получить необходимый эффект от их совместного применения;
5. Гибкость – готовность пересмотреть свои позиции в случае необходимости [3].

Стадия реализации продукции является наиболее сложной, так как на этой стадии, во-первых, происходит контакт производителя с потребителями, во-вторых, на этой стадии приходится решать множество задач из области маркетинга, логистики, психологии, экономики, организации и др. Предприятие должно оперативно и качественно выполнять задачи сбыта, так как безответственный подход к их решению приведет к потере значительной части прибыли.

Осуществление сбытовой деятельности требует наличия соответствующих физических и юридических лиц, способных принимать и осуществлять обоснованные управленческие решения в рамках своих компетенций. Каналы сбыта являются ключевыми составляющими сбытовой системы предприятия, важнейшими элементами сбытовой сети, выполняющими всю совокупность сбытовых функций и обеспечивающими в конечном итоге адресность сбыта.

В системе маркетинга выбор канала сбыта является важнейшей задачей. Канал сбыта достаточно трудно изменить, решение о переходе от одного канала к другому влечет за собой большие затраты и изменение методики продаж организации. Поэтому поиск оптимального канала сбыта является главной проблемой, перед которой сталкиваются фирмы.

Следует отметить, что важное место в процессе совершенствования сбыта предприятия занимает стимулирование сбыта. Задачи стимулирования сбыта вытекают из задач маркетинга товара. Конкретные задачи стимулирования будут отличаться в зависимости от типа целевого рынка:

1. Стимулирование потребителей – поощрение более интенсивного использования товара, покупки его в более крупной расфасовке, побуждение лиц, не пользующихся товаром, опробовать его;
2. Стимулирование розничных торговцев – поощрение их на включение нового товара в свой ассортимент, поддержание более высокого уровня запасов то-

вара, формирование у розничных торговцев привязанности к торговой марке организации;

3. Стимулирование собственных продавцов – поощрение их поддержки нового товара и новой модели, поощрение к проведению ими большего числа посещений потенциальных клиентов, поощрение к усилиям по поднятию уровня внесезонных продаж. [5]

Для эффективной реализации плана совершенствования сбыта необходимо разработать комплексную программу стимулирования сбыта. Работа маркетолога, в данном случае, будет заключаться в определении, насколько интенсивное стимулирование применить, кто будет участвовать в программе, как рекламировать данную программу, как долго она будет длиться и какие средства следует выделить для ее проведения.

Для того чтобы обеспечить эффективный сбыт продукции, необходимо постоянно развивать товарный ассортимент. Организация сбыта продукции базируется на маркетинговых исследованиях. Такими исследованиями в области сбыта являются исследования потребностей и спроса на конкретную продукцию, исследования емкости рынка, исследования динамики объема продаж, анализ каналов сбыта. В результате маркетинговых исследований предприятие анализирует рынок и выявляет его потребности. На этой основе, фирма определяет, какие виды товаров целесообразнее всего производить. Также при осуществлении сбытовой деятельности необходимо анализировать конъюнктуру и потенциальную емкость рынка.

В свою очередь отдел сбыта во взаимодействии с отделом маркетинга должен планировать ассортимент выпускаемой продукции. При планировании ассортимента учитываются потребности покупателей, так как это будет способствовать эффективной реализации сбытовой политики. Планирование сбыта включает в себя составление плана сбыта, формирование портфеля заказов, выбор наиболее эффективных каналов сбыта продукции, распределение объема сбыта товаров по регионам.

Составной частью сбытовой деятельности организации является управление товарными запасами. Накопление определенных запасов позволяет производителю обеспечивать своевременное выполнение заказов покупателей. При управлении товарными запасами важно определить их величину. При слишком большом количестве, фирма будет нести дополнительные затраты, связанные с содержанием складских помещений и обслуживанием запасов. В то же время, если фирма создает небольшие объемы запасов, то появляется вероятность того, что она не сможет полностью удовлетворить потребности покупателей.

Таким образом, задача состоит в том, чтобы создать и поддерживать такой уровень запасов, который позволил бы фирме исключить возможность затоваривания у одновременно удовлетворить потребности покупателей в товарах при приемлемых затратах на размещение и содержание запасов. [1].

Для расчета уровня товарных запасов используется следующая формула 1:

$$U_{тз} = ТЗ * Д / К, \quad (1)$$

где $U_{тз}$ – уровень товарных запасов в днях;

$ТЗ$ – товарный запас на конец анализируемого периода;

$Д$ – количество дней в анализируемом периоде;

$К$ – товарооборот за анализируемый период.

Уровень товарных запасов показывает, за какое число дней будут реализованы товарные запасы, имеющиеся на данный момент, при сложившихся темпах товарооборота.

Конечной задачей организации стимулирования сбыта и его совершенствования является оценка результатов. Оценка результатов программы стимулирования сбыта имеет решающее значение в дальнейшей деятельности организации в области продвижения собственных товарных групп.

Для оценки программы стимулирования сбыта подходит сбор данных о потребительской панели, которые показывают, какие именно группы лиц откликнулись на программу стимулирования и как они стали вести себя после ее окончания. Когда необходимо получить дополнительную информацию, можно провести опросы потребителей, чтобы выяснить, многие ли из них запомнили кампанию стимулирования, что они думали в момент ее проведения, многие ли воспользовались предлагавшимися выгодами, как данная программа сказалась на их последующем покупательском поведении в части выбора торговых марок. Также мероприятия по стимулированию сбыта можно оценить и с помощью экспериментов, в ходе которых изменяют ценностную значимость стимула, длительность его действия и средства распространения информации о нем.

В результате рассмотрения организации сбытовой деятельности можно сделать вывод о том, что методы стимулирования сбыта играют важную роль в рамках комплекса продвижения товара. Их использование требует четкой постановки задач, выбора подходящих средств, разработка различных вариантов действия, предварительного опробования и оценки достигнутых результатов. Также важно правильно выбрать необходимые каналы распределения, которые будут заниматься реализацией продукции предприятия. Также необходимо с ответственностью подходить к вопросам о выборе ассортимента продукции, его хранению, упаковке, отгрузке и транспортировке. Выполнение данных этапов позволяет организовать оперативно-сбытовую деятельность на предприятии, тем самым удовлетворять потребности потребителей в нужное время и в нужном количестве.

Список использованных источников

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. / И.Л. Акулич. – 6-е изд. – Минск: Выш. шк., 2009. – 511 с.
2. Акулич, И.Л. Основы маркетинга: учеб. / И.Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2015. – 538 с.
3. Маркетинг. Стандарт третьего поколения / С.Г. Божук [и др.]; под общ. Ред. А.В. Толстикова. – СПб.: Питер, 2012. – 448 с.
4. Дроздов П.А. Логистика: учеб. пособие / П.А. Дроздов. – Минск: Выш. шк, 2015. – 357 с.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер. – Москва: ООО “И.Д. Вильямс”, 2017. – 496 с.

УДК 339.17

**ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
ВЕДЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА**

**Павлов Константин Викторович, д.э.н., профессор
Полоцкий государственный университет
Ильин Сергей Юрьевич, к.э.н., доцент
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации», Департамент менеджмента и инноваций
Pavlov Konstantin Viktorovich, Doctor of Economic Sciences, Professor
Polotsk State University, kvp_ruk@mail.ru
Ilyin Sergey Yurievich, PhD, Associate Professor,
Financial University under the Government of the Russian Federation»,
Department of Management and Innovation, i.sergey777@gmail.com**

Аннотация. В статье представлен авторский формализованный подход к формированию и оценке системы показателей ведения электронного бизнеса в статическом и динамическом состояниях, способствующий детальному раскрытию взаимодействия факторных и результирующих параметров, по которым организации смогут обосновывать принимаемые предпринимательские решения в современных хозяйственных условиях по обеспечению для себя наилучших конечных и промежуточных ориентиров. Цель исследования направлена на создание надежной системы, интегрирующей общие и частные показатели ведения электронного бизнеса для последующей сбалансированности ими результата, затрат и извлечения предельной финансовой выгоды.

Ключевые слова: электронный бизнес, показатели ведения электронного бизнеса, система показателей, современная хозяйственная конъюнктура, организации.

В текущих хозяйственных условиях с присущей им интенсивностью экономических, социальных и иных процессов жизнедеятельности у организаций при ведении бизнеса, вызванных жесткой конкуренцией и, как следствие, постоянной борьбой за клиентов на основе новейших конкурентных технологий, направленных на ускорение оборачиваемости и рентабельности капитала и, соответственно, показателей мультипликации доходов и прибыли, необходимых для упрочнения финансового состояния, одного из важнейших факторов хозяйственного (экономического) потенциала, обеспечивающих лидерство в рыночных сегментах, являющегося важнейшей предпосылкой к овладению стратегическими и тактическими преимуществами перед подобными субъектами, занимающимися предпринимательством и стремящимся выгодно отличаться от соперничающих с ними юридических лиц [1, с. 153; 2, с. 85]

Построение искомых методик целесообразно начать с изучения среды функционирования организаций, ведущих бизнес, независимо от используемых технологий, поскольку она типична для каждого юридического лица коммерческого сектора экономики. Она включает две большие группы факторов. Первая из них определяет возможности (контролируемые факторы), а вторая группа – ограничения (неконтролируемые факторы) организаций. Разница между организациями с традиционными и цифровыми технологиями, положенными в основу ведения электронного бизнеса, заключается в том, что последние в отличие от первых, на

наш взгляд, уделяют равнозначное внимание контролируемым и неконтролируемым факторам, поскольку к обеим группам относятся процессы автоматизации хозяйственных процессов. Кроме того, если почти все организации с традиционными технологиями сосредоточены на операционной (основной) деятельности, то организации с цифровыми технологиями в силу своих дистанционных возможностей фактически все осуществляют еще и внеоперационную (прочую) деятельность. Оба факта учтем при компоновке статических и динамических показателей ведения электронного бизнеса.

Статические показатели нужны для оценки рациональности предпринимательских усилий в цифровой сфере. По ним организации должны определять результативность и затратность ведения электронного бизнеса и анализировать получаемые от него доходность, прибыльность и расходность, свидетельствующие о типе воспроизводства (простом или расширенном), означающем степень реализации организациями своего экономического потенциала. Следуя данным общеэкономическим постулатам и характерным признакам функционирования организаций, занимающихся ведением электронного бизнеса, получаем методики исчисления показателей его результативности и затратности, относящиеся к статическим показателям этой сферы деятельности (формулы (1), (2), (3), (4)):

$$P_{\text{тэб(д)}} = \frac{СД_{\text{эб}}}{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}} = \frac{D_{0(\text{эб})} + D_{\text{вод(эб)}} + D_{\text{вок(эб)}}}{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}}, \quad (1)$$

где $P_{\text{тэб(д)}}$ – результативность ведения электронного бизнеса по доходам (доходность электронного бизнеса организаций); $СД_{\text{эб}}$ – совокупные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $D_{0(\text{эб})}$ – операционные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $D_{\text{вод(эб)}}$ – долгосрочные внеоперационные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $D_{\text{вок(эб)}}$ – краткосрочные внеоперационные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{кc(эб)}}$ – расходы организаций в контролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{нc(эб)}}$ – расходы организаций в неконтролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.;

$$P_{\text{тэб(п)}} = \frac{СП_{\text{эб}}}{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нcэб}}} = \frac{\Pi_{0(\text{эб})} + \Pi_{\text{вод(эб)}} + \Pi_{\text{вок(эб)}}}{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}}, \quad (2)$$

где $P_{\text{тэб(п)}}$ – результативность ведения электронного бизнеса по прибыли (прибыльность электронного бизнеса организаций); $СП_{\text{эб}}$ – совокупная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $\Pi_{0(\text{эб})}$ – операционная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $\Pi_{\text{вод(эб)}}$ – долгосрочная внеоперационная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $\Pi_{\text{вок(эб)}}$ – краткосрочная внеоперационная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{кc(эб)}}$ – расходы организаций в контролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{нc(эб)}}$ – расходы организаций в неконтролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.;

$$\begin{aligned}
Z_{\text{тэб(д)}} &= \frac{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}}{CД_{\text{эб}}} \\
&= \frac{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}}{D_{0(\text{эб})} + D_{\text{вод(эб)}} + D_{\text{вок(эб)}}}, \quad (3)
\end{aligned}$$

где $Z_{\text{тэб(д)}}$ – затратность ведения электронного бизнеса по доходам (расходность электронного бизнеса организаций в части доходов); $P_{\text{кc(эб)}}$ – расходы организаций в контролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{нc(эб)}}$ – расходы организаций в неконтролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.; $CД_{\text{эб}}$ – совокупные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $D_{0(\text{эб})}$ – операционные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $D_{\text{вод(эб)}}$ – долгосрочные внеоперационные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $D_{\text{вок(эб)}}$ – краткосрочные внеоперационные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.;

$$\begin{aligned}
Z_{\text{тэб(п)}} &= \frac{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}}{СП_{\text{эб}}} \\
&= \frac{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}}{\Pi_{0(\text{эб})} + \Pi_{\text{вод(эб)}} + \Pi_{\text{вок(эб)}}}, \quad (4)
\end{aligned}$$

где $Z_{\text{тэб(п)}}$ – затратность ведения электронного бизнеса по прибыли (расходность электронного бизнеса организаций в части прибыли); $P_{\text{кc(эб)}}$ – расходы организаций в контролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{нc(эб)}}$ – расходы организаций в неконтролируемой среде ведения электронного бизнеса, руб.; $СП_{\text{эб}}$ – совокупная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $\Pi_{0(\text{эб})}$ – операционная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $\Pi_{\text{вод(эб)}}$ – долгосрочная внеоперационная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $\Pi_{\text{вок(эб)}}$ – краткосрочная внеоперационная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.

Через статические показатели сконструируем динамические показатели ведения электронного бизнеса. По ним организации смогут оценивать устойчивость результата и затрат, по которой характеризуются их конкурентные позиции и лидерская прочность в цифровых рыночных сегментах, поскольку в методиках, по которым они исчисляются, предусмотрена целостность и органичность качественных и количественных статических показателей, воздействующих на изменение доходов, прибыли и расходов. Покажем их формализованную взаимосвязь, используя комбинацию аддитивных, мультипликативных и кратных зависимостей между динамическими и статическими показателями ведения электронного бизнеса (формулы (5), (6), (7), (8)):

$$\Delta D_{\text{эб}} = d \left(\frac{D_{0(\text{эб})} + D_{\text{вод(эб)}} + D_{\text{вок(эб)}}}{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}} \right) * CР_{\text{эб1}} + P_{\text{тэб(д)0}} * d(P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}), \quad (5)$$

где $\Delta D_{\text{эб}}$ – изменение доходов организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $d \left(\frac{D_{0(\text{эб})} + D_{\text{вод(эб)}} + D_{\text{вок(эб)}}}{P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}}} \right)$ – приращение (повышение или снижение) прямой результативности ведения электронного бизнеса по доходам в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени; $CР_{\text{эб1}}$ – отчетные совокупные расходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{тэб(д)0}}$ – базисная результативность ведения электронного бизнеса по доходам; $d(P_{\text{кc(эб)}} + P_{\text{нc(эб)}})$ – приращение (увеличение или сокращение) общей суммы расходов организаций в

контролируемой и неконтролируемой среде ведения электронного бизнеса в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени, руб.;

$$\Delta\Pi_{\text{эб}} = d\left(\frac{\Pi_0(\text{эб}) + \Pi_{\text{вод}}(\text{эб}) + \Pi_{\text{вок}}(\text{эб})}{P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб})}\right) * \text{CP}_{\text{эб1}} + P_{\text{тэб(п)0}} * d(P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб})), \quad (6)$$

где $\Delta\Pi_{\text{эб}}$ – изменение прибыли организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $d\left(\frac{\Pi_0(\text{эб}) + \Pi_{\text{вод}}(\text{эб}) + \Pi_{\text{вок}}(\text{эб})}{P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб})}\right)$ – приращение (повышение или снижение) прямой результативности ведения электронного бизнеса по доходам в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени; $\text{CP}_{\text{эб1}}$ – отчетные совокупные расходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $P_{\text{тэб(п)0}}$ – базисная результативность ведения электронного бизнеса по прибыли; $d(P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб}))$ – приращение (увеличение или сокращение) общей суммы расходов организаций в контролируемой и неконтролируемой среде ведения электронного бизнеса в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени, руб.;

$$\Delta P_{\text{эб(д)}} = d\left(\frac{P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб})}{D_0(\text{эб}) + D_{\text{вод}}(\text{эб}) + D_{\text{вок}}(\text{эб})}\right) * \text{CD}_{\text{эб1}} + Z_{\text{тэб(д)0}} * d(D_0(\text{эб}) + D_{\text{вод}}(\text{эб}) + D_{\text{вок}}(\text{эб})), \quad (7)$$

где $\Delta P_{\text{эб(д)}}$ – изменение расходов организаций от ведения электронного бизнеса по доходам, руб.; $d\left(\frac{P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб})}{D_0(\text{эб}) + D_{\text{вод}}(\text{эб}) + D_{\text{вок}}(\text{эб})}\right)$ – приращение (повышение или снижение) косвенной результативности ведения электронного бизнеса по доходам в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени; $\text{CD}_{\text{эб1}}$ – отчетные совокупные доходы организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $Z_{\text{тэб(д)0}}$ – базисная затратность ведения электронного бизнеса по доходам; $d(D_0(\text{эб}) + D_{\text{вод}}(\text{эб}) + D_{\text{вок}}(\text{эб}))$ – приращение (увеличение или сокращение) общей суммы операционных, долгосрочных и краткосрочных внеоперационных доходов организаций от ведения электронного бизнеса в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени, руб.;

$$\Delta P_{\text{эб(п)}} = d\left(\frac{P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб})}{\Pi_0(\text{эб}) + \Pi_{\text{вод}}(\text{эб}) + \Pi_{\text{вок}}(\text{эб})}\right) * \text{СП}_{\text{эб1}} + Z_{\text{тэб(п)0}} * d(\Pi_0(\text{эб}) + \Pi_{\text{вод}}(\text{эб}) + \Pi_{\text{вок}}(\text{эб})), \quad (8)$$

где $\Delta P_{\text{эб(п)}}$ – изменение расходов организаций от ведения электронного бизнеса по прибыли, руб.; $d\left(\frac{P_{\text{кк}}(\text{эб}) + P_{\text{нс}}(\text{эб})}{\Pi_0(\text{эб}) + \Pi_{\text{вод}}(\text{эб}) + \Pi_{\text{вок}}(\text{эб})}\right)$ – приращение (повышение или снижение) косвенной результативности ведения электронного бизнеса по прибыли в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени; $\text{СП}_{\text{эб1}}$ – отчетная совокупная прибыль организаций от ведения электронного бизнеса, руб.; $Z_{\text{тэб(п)0}}$ – базисная затратность ведения электронного бизнеса по прибыли; $d(\Pi_0(\text{эб}) + \Pi_{\text{вод}}(\text{эб}) + \Pi_{\text{вок}}(\text{эб}))$ – приращение (увеличение или сокращение) общей суммы операционных, долгосрочных и краткосрочных внеоперационных прибылей организаций от ведения электронного бизнеса в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом времени, руб [5, с. 31].

Задействовав авторский методический инструментарий, организации будут получать исчерпывающую информацию с высокой степенью точности о состоянии результирующих показателей ведения электронного бизнеса в целом и по отдельным их факторным показателям. Благодаря предложенным нами методам,

они смогут нивелировать существующие между организациями диспропорции и поддерживать результативность и затратность осуществляемой предпринимательской деятельности на оптимальном уровне, что позволит им функционировать в цифровых рыночных сегментах и в краткосрочной, и в долгосрочной перспективе с наилучшими по сравнению с конкурентами показателями [6, с. 174]. Практическая значимость таких методов и вышеприведенных формул обусловлена возможностью их использования всеми организациями, занятыми в исследуемой нами хозяйственной сфере, в силу автономности от экономико-правовых ограничений.

Таким образом, предложенные авторами подходы исчисления показателей ведения электронного бизнеса отвечают действующему хозяйственному механизму, поскольку сформированы согласно требованиям современной конъюнктуры и при этом не противоречат устоявшимся научным постулатам, касающимся соотношению категорий «результат» и «затраты» и, следовательно, уважаемы для организаций, использующих прогрессивные предпринимательские технологии ввиду своей теоретической и прикладной состоятельности.

Список использованных источников

1. Моисеева Т.В. Оценка влияния развития цифровой экономики на инвестиционный потенциал стран ЕАЭС / Т.В. Моисеева // Глобальный научный потенциал. – 2020. – № 2 (107). – С. 150-157.
2. Паршенцев А.А. Проблема и перспективы развития электронных магазинов / А.А. Паршенцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 3. – С. 85.
3. Сидорова О.В. Электронный бизнес в современной экономике / О.В. Сидорова // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2 (34). – С. 51-54.
4. Повышение конкурентоспособности экономики на основе ее инновационного развития и модернизации: системный подход. Коллективная монография. / Под научной ред. д.э.н., профессора К.В. Павлова. – Новополюцк: Полоцкий госуд. университет, 2020. – 288 с.
5. Ильин С.Ю. Экономика сельскохозяйственных предприятий. Монография. / С.Ю. Ильин. – Ижевск: Изд-во «Шелест», 2021. – 101 с.
6. Экономика на постсоветском пространстве в условиях новых патологических вызовов и процессов цифровизации. Коллективная монография. / Под научной ред. д.э.н., профессора К.В. Павлова. – Ижевск: Изд-во «Шелест», 2021. – 644 с.

УДК 33.336

МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Павлюк Людмила Вікторівна, к.е.н., доцент,

Савош Лариса Вікторівна, к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Pavliuk Liudmyla, PhD, l.pavliuk@lntu.edu.ua

Savosh Larysa, PhD, LNTU, larysa.savosh9@gmail.com

Анотація. Наукова публікація присвячена розробці принципово нових та вдосконаленню існуючих методів, прийомів та механізмів, а також інших засобів

управління, які направлені на підвищення ефективності використання фінансових потоків підприємства.

Ключові слова: фінансові потоки, оптимізація, вирівнювання, бюджетування, управління фінансовими потоками.

Вітчизняні підприємства на сучасному етапі розвитку змушені працювати в умовах виникнення різноманітних соціально-економічних проблем. Саме це спричиняє розробку абсолютно нових та вдосконалення старих методів, прийомів, механізмів, систем та інших засобів управління, що спрямовані на підвищення ефективності управління фінансовими потоками, зокрема, та ефективності виробництва в цілому.

Необхідно зазначити, що аналіз ефективності використання фінансових потоків підприємства дає відповідь на нагальні питання, що виникають в процесі здійснення підприємством виробничо-господарської діяльності. Адже саме завдяки якісно проведеному аналізу фінансових потоків, можна знайти відповідь на багато питань, пов'язаних з управлінням фінансовими ресурсами.

Наприклад, чи принесла виробнича діяльність підприємства необхідну кількість готівки для виплати заробітної плати; чи зазнало підприємство фінансових витрат і чи достатньо коштів для погашення зобов'язань; куди інвестовано кошти за минулий період; які види фінансових операцій здійснювались і яка їх результативність, яка зміна активів та пасивів, ефективність коштів від реалізації тощо. Таким чином, постійний кругообіг коштів як в межах окремого підприємства, так і в масштабах економіки в цілому є об'єктивною умовою їх життєздатності [1].

Основою цього кругообігу виступає кругообіг фінансових потоків, причому як вхідних (надходжень), так і вихідних (витрат). Обіг фінансових потоків відображає відносини між учасниками процесу виробництва, розподілу та споживання, а тому наділений унікальною можливістю впливати на кінцеві результати виробничо-господарської діяльності підприємства.

Проведений нами аналіз фінансових потоків виявив вузькі місця в ефективному використанні та управлінні ними. Результати аналізу можуть бути використані для виявлення резервів оптимізації фінансових потоків підприємства, а також допоможуть на цій основі побудувати плани та прогнози.

Взагалі, оптимізація є головною функцією управління фінансовими потоками, адже вона направлена на підвищення ефективності їх використання в стратегічному періоді. Основними завданнями процесу управління фінансовими потоками є:

- виявлення та реалізація резервів, які дозволяють підвищити незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування;
- забезпечення абсолютної збалансованості вхідних та вихідних фінансових потоків за часом та за обсягами;
- забезпечення взаємозв'язку фінансових потоків за видами господарської діяльності досліджуваного підприємства;
- збільшення чистого фінансового потоку, що створюється господарською діяльністю підприємства.

Оптимізація фінансових потоків представляє собою процес вибору найкращих методів їх організації серед усіх можливих варіантів з врахуванням усіх умов та найважливіших особливостей здійснення виробничої діяльності.

Головними цілями оптимізації фінансових потоків підприємства є:

- забезпечення необхідного обсягу фінансових потоків;
- синхронності формування фінансових потоків у часі;
- забезпечення зростання чистого фінансового потоку підприємства.

Головною умовою успішного проведення оптимізації фінансових потоків є виявлення факторів, які в більшій чи меншій мірі впливають на обсяги та характер формування фінансових потоків.

Необхідно зазначити, що ядром оптимізації фінансових потоків підприємства є саме забезпечення збалансованості між вхідним та вихідним фінансовим потоком. Як було доведено, на результати господарської діяльності підприємства негативний вплив роблять як дефіцитний, так і надлишковий фінансові потоки.

Негативним наслідком **дефіцитного фінансового потоку** є зниження показників ліквідності та платоспроможності, зростання кредиторської заборгованості, невивплата заробітної плати працівникам підприємства, неможливості проводити виробничу діяльність, що призводить до зниження ефективності діяльності підприємства в цілому.

Негативні наслідки **надлишкового фінансового потоку** призводять до втрати вартості грошей від інфляції та до неотримання потенційного доходу від інвестиційної діяльності, що потягне за собою зниження рентабельності та прибутковості підприємства.

Щодо методів оптимізації дефіцитного фінансового потоку, то необхідно зазначити, що вони залежать від фактора часу, тобто короткострокова чи довгострокова дефіцитність фінансових потоків виникла.

Збалансованість дефіцитного фінансового потоку в короткостроковому періоді досягається шляхом використання «системи прискорення (уповільнення) платіжного обороту». Суть цієї системи полягає в розробці на підприємстві таких організаційних заходів, які дозволять прискорити залучення фінансів та уповільнити виплати грошових коштів.

Причому, необхідно відмітити, що прискорення залучення фінансів у короткостроковій перспективі може бути досягнуте за рахунок:

- незначного збільшення цінових готівкових знижок з реалізованої продукції;
- забезпечення передоплати за виготовлену продукцію, що має попит на ринку;
- скорочення часових рамок надання товарного кредиту покупцям;
- прискорення повернення дебіторської заборгованості;
- використання рефінансування дебіторської заборгованості, а саме: обліку векселів, факторингу, форфейтингу;
- пришвидшення повернення платіжних документів покупців продукції.

Сповільнення виплат фінансових ресурсів в короткостроковій перспективі можна досягнути за рахунок наступних заходів:

- уповільнення повернення власних платіжних документів;
- збільшення часу надання підприємству товарного (комерційного) кредиту;
- заміни придбання довготермінових активів на лізинг;
- реструктуризації портфеля фінансових кредитів через переведення короткострокових видів у довгострокові.

Зростання обсягу вхідного фінансового потоку в довгостроковому періоді можна досягнути через такі заходи:

– розгляд можливостей залучення інвесторів задля збільшення величини власного капіталу;

– випуск додаткових акцій;

– залучення на підприємство довгострокових фінансових кредитів;

– продаж великої частини незатребуваних фінансових інструментів;

– здача в оренду чи продаж невикористовуваних видів основних засобів.

Зниження обсягу вихідного фінансового потоку в довгостроковій перспективі може бути досягнуте у таких випадках:

– скорочення обсягу чи згортання інвестиційних планів та програм;

– абсолютна відмова від фінансового інвестування;

– постійне зниження суми явних витрат підприємства.

Необхідно зазначити, що методи оптимізації надлишкового фінансового потоку підприємства головним чином пов'язані із забезпеченням успішності здійснення його інвестиційної політики. Для забезпечення ефективності цих методів можуть бути використані:

– збільшення обсягу розширеного відтворення операційних позаоборотних активів;

– прискорення терміну впровадження інвестиційних проектів і початку їх реалізації;

– здійснення регіональної диверсифікації операційної діяльності підприємства;

– активне формування портфеля фінансових інвестицій;

– дострокове погашення довгострокових фінансових кредитів тощо [2].

У системі оптимізації фінансових потоків підприємства чільне місце належить їх збалансованості в часі. У цьому випадку використовуються два основних методи, це так зване вирівнювання та синхронізація.

Вирівнювання фінансових потоків ціленаправлено допомагає досягти відповідності їх обсягу у розрізі певних відрізків часу. Саме цей метод оптимізації покликаний знівелювати в певній мірі сезонні та циклічні відхилення у формуванні як позитивних, так і негативних фінансових потоків, оптимізуючи також середньорічні залишки грошових коштів і підвищуючи абсолютну ліквідність підприємства. Кінцеві результати вирівнювання фінансових потоків оцінюються через середньоквадратичне відхилення чи коефіцієнт варіації, які в процесі оптимізації повинні знижуватися [3].

Ще одним методом оптимізації фінансових потоків є синхронізація або поіншому бюджетування доходів і витрат. Цей метод призначений забезпечити чітку залежність між вхідними та вихідними грошовими потоками. Результати цього методу оптимізації фінансових потоків у часі оцінюються за допомогою коефіцієнта кореляції, що в процесі здійснення оптимізації повинен наближатися до одиниці.

Вирішення завдань синхронізації надходжень і виплат фінансових потоків за часом забезпечує успішність та безперебійність виробничо–господарської діяльності підприємства, покращення фінансового стану досліджуваного підприємства, підвищення рентабельності та поліпшує перспективи розвитку управління фінансовими потоками.

Список використаних джерел

1. Тимош І. Оптимізація грошових потоків у системі підприємницької діяльності. Економічний аналіз. Випуск 3 (19). – 2008 рік – С. 244-246.

2. Режим доступу: https://studme.com.ua/1584072011371/finansy/finansovyyu_menedzhment.htm

3. Павлюк Л.В. Економіка підприємства : підручник / [Павлюк Л. В., Бондарук Х.В., Вахович І.М, Волинчук Ю. В.та ін.] під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с. (Особистий внесок – розд. 5).

УДК 330.3

ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІНИ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Патицька Христина Олегівна, к.е.н., с.н.с.

ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долішнього НАН України»

Patytska Khrystyna, PhD in economics, Senior Researcher,
State Institution «Institute of Regional Studies named after MI Dolishniy NAS of
Ukraine»

pelechata@meta.ua

Анотація. Як результат дослідження визначено та проаналізовано тенденції зміни поведінки суб'єктів економіки: цифровізацію, зміну моделі мобільності і купівельних звичок споживачів, інфодемію, зміни у міжособистісній поведінці.

Ключові слова: пандемія, поведінка суб'єктів економіки, цифровізація, моделі мобільності, купівельні звички споживачів, інфодемія, міжособистісна поведінка.

Основним чинником зміни поведінкових закономірностей суб'єктів економіки в умовах пандемії стали карантин та потреба соціального дистанціювання як основний превентивний захід у боротьбі з поширенням хвороби. Попри те, що безпосереднім наслідком дистанціювання були спад економічної активності, порушення ланцюгів створення доданої вартості, зростання безробіття, масове банкрутство підприємств, воно також спричинило зміну способу діяльності підприємницьких структур та поведінки суб'єктів економіки. Зокрема можна виділити такі тенденції:

- цифровізація;
- зміна моделі мобільності (зниження користування громадським транспортом, скорочення відвідуваності закладів готельно-ресторанного господарства, перехід на дистанційну зайнятість та освіту, зменшення туристичних та бізнес-подорожей);
- зміна купівельних звичок споживачів (розвиток інтернет-торгівлі, «свідоме» споживання, підтримка місцевих виробників);
- інфодемія (поширення дезінформації, рух проти вакцинації, зростання кількості інформаційних повідомлень щодо теорій змови);
- підвищена увага до власного здоров'я, гігієни та здорового способу життя (носіння масок, користування санітайзерами, здорове харчування);
- зміни у міжособистісній поведінці (збільшення кількості розлучень, зростання випадків домашнього насилля, обмеження особистих контактів, гендерна нерівність).

ЦИФРОВІЗАЦІЯ. Хоча пандемія стала вироком для більшості країн та галузей економіки, на розвиток сфери ІТ-технологій вона мала позитивний вплив, адже спонукала до переходу від соціальної до цифрової взаємодії як у робочому та навчальному процесах, так і у родинному та колі близьких людей для збереження соціальної дистанції. Успіх і стрімкий розвиток цифровізації в умовах пандемії як нової норми поведінки можна пояснити тим, що вона допомагає зберегти притаманний людям спосіб життя в умовах невизначеності та обмежень.

Хоча такий перехід є «рятивним колом» для економіки, він характеризується і негативними наслідками – посиленням соціальної нерівності, зниженням психологічної стійкості внаслідок стирання бар'єрів між особистим і робочим часом, соціальним аутизмом (поняття «*соціальний аутизм*» у науковий обіг ввів Д. Гоулман, визначаючи його як один з непередбачених наслідків вторгнення технологій до життєдіяльності людини [1]).

Прослідкувати вплив переходу до цифрового спілкування на розвиток економіки нашої держави в умовах ковідкризи доволі складно, адже він проявиться у довгостроковій перспективі. Проте, зважаючи на суттєве відставання України від розвинених країн у впровадженні технологій, у цих країнах наслідки прояву соціального аутизму вже помітні.

Для прикладу, у США у 90-х рр. спостерігалось значне скорочення членства громадян в організаціях різного типу, які регулярно проводили засідання; натомість відбулося збільшення клубів, діяльність яких побудована на основні цифровізації (зокрема, спілкування через електронну пошту). Окрім цього, у 2003 р. найпопулярнішим житлом на ринку нерухомості у цій країні стало помешкання на одного. Такі тенденції, як зауважує відомий американський науковець Р. Патнем [2], свідчать про суттєве зменшення соціального капіталу, що матиме наслідки як для економіки, так і для політико-соціального розвитку територіальних громад (адже розвиток громади базується на співучасті її членів), регіонів та країни загалом.

Щодо України соціальний аутизм може результуватися негативним впливом на розвиток соціального капіталу як інтегруючого чинника соціальної поведінки індивідів та супроводжуватися зниженням громадської активності, низьким рівнем довіри до інституцій, зростанням відчуження в українському соціумі. У майбутньому це явище може стати фактором стримування розвитку сформованих у результаті децентралізації і адміністративно-територіальної реформи ТГ та негативно вплинути на систему місцевого самоврядування.

Зниження психологічної стійкості в умовах пандемії є доволі передбачуваною тенденцією. Але вплив цифровізації на цей процес опосередкований, що не дозволяє чітко його ідентифікувати. Хоча він спостерігався і у доковідний період, під час кризи і переходу на дистанційну зайнятість і навчання цей вплив в рази посилювався через стирання бар'єрів між особистим і робочим часом.

При чому, основний «удар» припав на жінок, адже перехід на дистанційну роботу був одночасним із онлайн-навчанням дітей у школах та, подекуди, закриттям закладів дошкільної освіти на карантин, що вимагало активізації жінки у хатній і доглядовій праці. Для України це особливо актуальна проблема, адже, за результатами дослідження КМІС, майже у 70% сімей в Україні дружина є основною виконавицею хатньої роботи [3]. Таким чином, цифровізація має опосередкований негативний вплив і на зростання гендерної нерівності в умовах пандемії.

Посилення соціальної нерівності як наслідок цифровізації пов'язане із впливом двох чинників: рівнем цифрової грамотності населення (53,0% українців володіють цифровими навичками на рівні «нижче базового») та доступом до інтернет-мережі (аналіз доступу до мережі свідчить, що переважна більшість населення (89,9%) має можливість підключення до інтернету, проте кожен другий сільський житель не має відповідної комп'ютерної техніки).

Наведені дані дозволяють зробити висновок: попри те, що цифровізація сприяла вирішенню цілої низки проблем, які виникли з приходом пандемії, для суб'єктів економіки в Україні вона не може бути «панацеєю від усіх недуг» через недоступність для значної частини суспільства. Тому використовувати цифрові інструменти потрібно з урахуванням рівня цифрової грамотності і доступу до мережі інтернет.

ЗМІНА МОДЕЛІ МОБІЛЬНОСТІ є закономірною реакцією на карантин і соціальне дистанціювання, яка проявилася у таких тенденціях: переході на дистанційну зайнятість та освіту; зниженні користування громадським транспортом; скороченні відвідуваності закладів готельно-ресторанного господарства; зменшенні туристичних та бізнес-подорожей тощо.

Основним чинником, який зумовив зміну моделі мобільності суб'єктів економіки в умовах пандемії, є страх. При зростанні ризику зараження Covid-19 очікуваним стало зменшення користування засобами «спільної мобільності» та перехід до використання приватних транспортних засобів.

Традиційно поведінка суб'єкта при виборі виду транспорту визначається впливом двох чинників – вартості та зручності. Натомість в умовах пандемії відбулася зміна пріоритетів, і на передові позиції вийшла потреба зниження ризику зараження (спричинена страхом перед пандемією). Це зумовило суттєву перевагу варіантів мобільності, які гарантують можливість дистанціювання, - використання приватних автомобілів, велосипедів, електросамокатів, піших прогулянок та навіть можливості спільної «мікромобільності».

Утім говорити про довгостроковість зміни поведінки населення при виборі моделі мобільності не доводиться [4]. Ключовим висновком впливу пандемії на мобільність є такий: навіть значне збільшення кількості людей, які працюють вдома, не матиме суттєвого впливу на попит на мобільність у довгостроковій перспективі.

Одним з наслідків трансформації моделі мобільності та соціального дистанціювання є **ЗМІНА КУПІВЕЛЬНИХ ЗВИЧОК СПОЖИВАЧІВ**, яка проявилася у таких тенденціях:

- розвиток інтернет-торгівлі та перехід грошових операцій у цифровий формат – згідно з дослідженнями, у 2020 р. обсяги інтернет-покупок в Україні зросли на 41% порівняно з попереднім роком, а кількість онлайн-оплат за товари і послуги – удвічі;

- «свідоме» споживання – коронакриза суттєво знизила купівельну спроможність населення та загострила у людей потребу отримати максимальну вигоду за витрачені кошти. Це результувалося зменшенням кількості імпульсивних та дорогавартісних покупок. Ще одним поведінковим ефектом є зростаюча підтримка місцевих суб'єктів роздрібної торгівлі, що не дивно, адже в кризових умовах індивід гостріше відчуває власну приналежність до соціальної групи та громади, з якою він себе ідентифікує;

- ефект *shock to loyalty* – в умовах пандемії, яка спричинила зрив у ланцюгах поставок товарів, споживачі були змушені змінювати поведінку, роблячи покупки, – випробовувати нові бренди за відсутності тих, яким віддавали перевагу зазвичай. Таким чином, відбулося зниження ролі торгової марки при виборі товарів і послуг через послаблення когнітивної лояльності до бренду.

ІНФОДЕМІЯ (скор. інформаційна епідемія) – явище, яке спостерігалось у світі вже неодноразово під час поширення епідемій та розвитку криз. ВООЗ трактує інфодемію як «надмірну кількість інформації (іноді точної, а іноді – ні), яка ускладнює пошук надійних джерел та інструкцій» [5]. Її вплив на поведінку суб'єктів економіки в умовах пандемії пов'язаний із поширенням маніпулятивної та неправдивої інформації, сприйняття якої серед населення призвело до розвитку руху проти вакцинації та зростання кількості інформаційних повідомлень щодо теорій змови.

Проведений аналіз дозволяє зробити конкретні висновки: тенденції зміни поведінки суб'єктів економіки є потенційними каталізаторами змін в економіці загалом. По-перше, зміна умов життєдіяльності веде до формування нових вимог у споживачів та зниження попиту на одні і його зростання на інші товари і послуги. На це ринок обов'язково «дасть відповідь» шляхом продукування товарів, які відповідають потребам сьогодення. По-друге, ковідкриза вкотре акцентувала на невирішених проблемах – екологічних, соціального відчуження маргіналізованих членів суспільства, значної диференціації доходів населення та незахищеності бідних, гендерної нерівності тощо.

Список використаної літератури

1. Гоулман Д. Соціальний інтелект. Нова наука про людські відносини. Харків: КСД, 2020. 400 с.
2. Putnam R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster. 2000.
3. Коронавірус і дистанційна робота: що зробила держава. Cedos. 2020. URL: <https://cedos.org.ua/researches/koronavirus-i-dystantsiina-robota-shcho-zrobyla-derzhava/> (дата доступу: травень 2021 р.).
4. Five COVID-19 aftershocks reshaping mobility's future. McKinsey&Company. 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/five-covid-19-aftershocks-reshaping-mobilitys-future> (дата доступу: травень 2021 р.).
5. Novel Coronavirus(2019-nCoV). Situation Report. World Health Organization. 2 February 2020. URL: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf> (дата доступу: травень 2021 р.).

УДК 339.976

**АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СБОРА И ПЕРЕРАБОТКИ ОТХОДОВ
ИЗ ПЛАСТИКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ
БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Петрушкевич Анна Александровна, аспирант,
Копытовских Александр Владимирович, к.т.н., доцент
Полесский государственный университет**
Petrushkevich Hanna, post-graduate student, kopytovskikh_anna@mail.ru,
Kopytovskikh Aleksandr, PhD, azbignevev@mail.ru
Polessky State University

Аннотация. Проведен анализ состояния сбора, утилизации и переработки пластиковых отходов с целью разработки мероприятий по минимизации их применения сельхозпроизводителями.

Ключевые слова: Зеленая экономика, циркулярная бизнес-система, сбор отходов, рециклинг, утилизация пластика.

В настоящее время перед Республикой Беларусь стоят задачи по совершенствованию правил ведения экономики в соответствии с мировыми стандартами, концентрации усилий на соответствующих реформах и инвестициях. Очевидно, что для поддержания международной конкурентоспособности национальной экономики необходимы структурные изменения. Одним из актуальных направлений экономической деятельности в мировом масштабе является развитие зеленой экономики. В 2016 году в республике был принят план действий по развитию зеленой экономики, включающий ряд мероприятий в экологической деятельности. При этом общая концепция развития зеленой экономики в нем была проработана недостаточно [1].

Важнейшим направлением зеленой экономики, которому уделяется большое внимание в Европейском союзе, является циркулярная экономика, т.е. экономика замкнутого цикла с минимизацией отходов и других видов загрязнений. Многочисленные научные исследования показывают, что циркулярная экономическая деятельность позволяет сократить затраты, связанные с захоронением бытовых отходов и отходов производства, разрешить проблемы с количеством отходов на полигонах, обеспечить промышленность дешевым сырьем, сэкономить электроэнергию, получить дополнительный доход от реализации полезных компонентов отходов, создать новые рабочие места на перерабатывающих предприятиях, развивать экологически чистые технологии, сохранять ресурсы для будущих поколений [1].

При этом до настоящего времени конкретный перспективный план мероприятий, необходимых для создания данного вида экономики, в Беларуси отсутствует. Циркулярную модель экономики можно считать относительно новой экономической концепцией для Беларуси. Следовательно, для принятия политических решений в экономике необходим предварительный анализ условий для реализации концепции циркулярной экономики в целом.

В соответствии с этой задачей в работе была поставлена задача изучения текущего состояния сбора и переработки отходов из пластика в республике на примере Брестской области, что связано, прежде всего с достаточно острыми проблемами загрязнения пластиком трансграничных территорий Республики Беларусь и

Польши. Кроме того, экспериментально доказано, что переработка пластиковых отходов может сэкономить электроэнергию на 30%, расход воздуха в производстве на 25%. Известно, что при переработке каждой тонны пластиковых отходов экономится 1,8 тонны нефти. При этом пластик в повторном цикле может использоваться до 30 раз [2].

Пластиковые отходы включают 7 основных видов пластмасс.

1. PET(E), или ПЭТ, - полиэтилентерфталат. Материал появился в 1978 году и захватил 100% рынка бутылок для различных напитков. Используется для изготовления упаковок (бутылок, банок, коробок), предназначенных для розлива напитков, соков, воды. Также из этого материала сделаны упаковки порошков, сыпучих пищевых и непищевых продуктов. Хорошо поддается переработке и вторичному использованию.

2. PEHD (HDPE), или ПВД, — полиэтилен высокого давления. Используется при изготовлении кружек, пакетов для молока, воды, бутылок для отбеливателей, моющих и чистящих средств, для изготовления пластиковых пакетов, канистр, предназначенных для непищевых продуктов, поддается переработке и вторичному использованию.

3. PVC, или ПВХ, — поливинилхлорид. Применяется с 1927 года. Используется для упаковки мясных продуктов. Из него также изготавливают бутылки для пищевых растительных масел, банки для упаковки сыпучих пищевых продуктов и пищевых жиров. Этот пластик плохо поддается переработке. Существуют доказательства того, что содержащийся в нем канцероген винилхлорид обладает способностью проникать в продукты питания, а затем в организм человека с нанесением ему соответствующего вреда. Для производства ПВХ используется много различных добавок, которые токсичны для человека: фталаты, тяжелые металлы и др. Процесс производства, использования и утилизации ПВХ также сопровождается образованием большого количества диоксинов (опасных для человека ядов) и других токсичных химических веществ.

4. PELD (LDPE), или ПНД, — полиэтилен низкого давления. Применяется со времен второй мировой войны. Используется в производстве полиэтиленовых пакетов, гнущихся пластиковых упаковок и для производства некоторых бутылок. Хорошо поддается переработке и вторичному использованию.

5. PP или ПП, — полипропилен. Из него производят крышки для бутылок, диски, бутылки для сиропа и кетчупа, стаканчики для йогурта, мешки, тару, трубы, детали технической аппаратуры, нетканые материалы.

6. PS, или ПС, — полистирол. Используется в производстве поддонов для мяса и птицы, контейнеров для яиц, а также в строительной индустрии для производства теплоизоляционных плит, несъемной опалубки, различного типа панелей, потолочного багета, декоративной плитки.

7. O(ther), или ДРУГОЕ. Смесь различных пластиков, биопластики или полимеры, не указанные выше. Упаковка, маркированная этой цифрой не может быть качественно переработана и, следовательно, заканчивает свой жизненный цикл на свалке или в печи мусоросжигательного завода [2].

На основании данных Брестского облисполкома систематизированы данные о собранных и переработанных полимерных отходах по Брестской области, приведенные в таблице.

Таблица – Сбор и переработка пластиковых отходов по Брестской области

Годы	Количество пластиковых отходов, тыс. тонн		
	Собрано	Переработано	Доля переработки, %
2010	191,8	78,4	40,9
2011	119,9	61,5	51,2
2012	131,8	57,6	43,7
2013	167,8	76,1	45,4
2014	166,2	92,3	55,5
2015	143,9	83,8	58,2
2016	190,3	91,7	48,2
2017	179,8	88,3	49,1
2018	239,9	123,1	51,3
2019	198,6	98,4	49,5
2020	216,7	102,0	47,1

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].

Таким образом, первичные исследования показывают, что только около 50% пластиковых отходов в состоянии переработать существующие в Республике Беларусь мощности соответствующих предприятий. Остальные отходы подвержены либо захоронению на полигонах, предназначенных для сбора отходов, либо сжигаются в печах. В процессе дальнейших исследований предполагается детализировать процесс переработки и хранения отходов по видам пластмасс, отдельным районам Брестской области и отраслям промышленности и агропромышленного комплекса с дальнейшей разработкой рекомендаций по совершенствованию системы циркулярной экономики.

Список использованных источников

1. Переработка вторичных ресурсов [Электронный ресурс]//Разделяйте отходы – Режим доступа: <https://bmpz.by/razdelyajte-otxody/>. – Дата доступа: 10.10.2021.
2. Müller, A., Wilts, H. (2019): Bestandsaufnahme für die erfolgreiche Planung und Umsetzung einer Kreislaufwirtschaft in Belarus. Eine Analyse von Stärken und Schwächen sowie von Chancen und Risiken im Gebiet Brest. Angefertigt vom Wuppertal Institut im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Berlin.
3. Отчеты Брестского облисполкома за 2010-2020гг.

УДК 336.025

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Радцевич Анатолий Васильевич, магистрант

Академия управления при Президенте Республики Беларусь

Anatoly Radtsevich, master degree student, Academy of Public Administration under
the President of the Republic of Belarus, radtsevich@gmail.com

Аннотация. Рассмотрены дискуссионные вопросы нового подхода к проведению налоговых проверок на основе использования IT-технологий в работе нало-

говых органов. Определены направления дальнейшей цифровизации налогового контроля.

Ключевые слова: цифровая экономика, налоговый контроль, налоговая политика, налоговая система, налоговое администрирование, электронные сервисы.

Сегодня современный мир вступает в новый этап своего развития, информация как некогда становится не только средством управления обществом, но и орудием экономического развития той или иной страны, ставшей на путь цифровой трансформации. Уровень использования цифровых технологий оказывает сегодня значительное влияние на динамику показателей валового внутреннего продукта различных стран мира. Но вместе с тем, пока еще нет полной ясности в понимании цифровой экономики, туманны и детали ее развития. Обладая схожими свойствами с традиционными хозяйственными отношениями, цифровая экономика обладает рядом существенных особенностей, что повышает ее актуальность и обуславливает к ней интерес. При этом внедрение «цифровой экономики» является мультипликатором развития экономической инфраструктуры, инвестиционной среды, определяет уровень благосостояния общества.

Погружение в цифровые технологии дает колоссальное преимущество в осуществлении и совершенствовании контрольной деятельности налоговых органов государства. Автоматизация и модернизация мероприятий налогового контроля, трансформация IT-технологий проводимая в последние пять лет расширяет возможности налоговых сервисов и усиливает влияние налоговой службы на налогоплательщиков. Как пишет Огородникова И.И., «постепенно создается некая «адаптивная платформа» налогового администрирования, которая начинает работать исключительно с цифровыми источниками данных и с цифровыми идентичностями налогоплательщиков, оперирующая в режиме реального времени и со встроенным налоговым комплаенсом» [1].

Изучению IT-технологий, искусственного интеллекта в налогообложении посвящены работы российских авторов Черняховской Р., Исмагиловой А.. Перспективным направлением в налоговом администрировании являются разработки интеллектуальных экспертных систем на базе нейросетевого моделирования. Данные исследования проводились А. Бирюковым [2]. Объединение совместных усилий налоговых органов и IT-специалистов позволит создать систему, которая будет включать в себя преимущества основанных на использовании тематических и нейронных сетей. Такая технология, базирующаяся на алгоритмах, предоставит налоговым инспекторам глобальную динамичную платформу налоговой оценки, способную оспаривать суждения налогоплательщиков и точно предлагать дальнейшие действия по сбору доказательной базы. Отдельные вопросы совершенствования методов налогового контроля через внедрение автоматизированных систем рассматривали Г. Жилин, И. Майбуров [3].

Осуществление налогового контроля, предполагает получение экономического и социального эффекта при минимальных затратах. Однако, компьютерные программы с широким диапазоном и набором функциональных операций были и остаются эффективными в проведении налогового контроля вне времени. Применение разнообразных электронных данных, облачных систем и компьютерных алгоритмов уже признано и оценено налоговыми администрациями европейских стран, США, Сингапура, Китая и др. в качестве эффективного инструмента налогового администрирования. Сегодня на вооружении налоговых органов Респуб-

лики Беларусь находится немало сервисов и автоматизированных информационных систем (АИС), которые не только облегчают работу в сфере налогового контроля, но и усовершенствовали ее. Внедренный с 01.01.2019 риск-ориентированный подход при организации контрольной деятельности одновременно с совершенствованием АИС, позволил кардинально изменить подход ко всей контрольной деятельности налоговых органов. Налоговые органы стали обладателями большого объема информации, которая постоянно растет, современных систем поддержки принятия решений, работают с облачными технологиями, сумели объединить потоки данных их различных ресурсов в единую информационную систему на основе Big Data. Вместо применяемого ранее так называемого ориентира «охват проверками», который в 2008 г. достигал 21% [4], в настоящее время и в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 16.10.2009 №510 (ред. от 06.07.2001) «О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь» внедрен принцип приоритетности мер профилактического и предупредительного характера, добровольности исполнения Беларусь налоговых обязательств, ограничена частота налоговых проверок. Внедренный риск-ориентированный подход при назначении проверок, позволил не только уйти от тотального контроля, не обременять добросовестных налогоплательщиков присутствием контролеров, но позволил назначать проверки только в отношении субъектов, имеющих высокие риски нарушения налогового законодательства. Так, по данным МНС за последние 6 лет, количество проверок уменьшилось в 8 раз с 53 тыс. до 6 тыс..

Например, используя АИС «ЭСЧФ» налоговые органы преобразили камеральный контроль. Внедренная двухступенчатая система камерального контроля позволила не только разграничить нарушения на незначительные, выявляемые с помощью программно-логических средств, но и снизить сам налоговый контроль на плательщиков, уйти от множества проверок, затребования от плательщиков большого количества документов, существенно поменять сам подход к проведению проверок, используя дистанционный контроль, расширяя электронное взаимодействие с плательщиками. Так, используя доступные IT-решения налоговые органы, теперь без выхода к налогоплательщику проводят камеральный контроль (последующий этап камеральной проверки) деятельности плательщика, при наличии оснований направляют ему уведомления о необходимости корректировки налоговой базы, устранения нарушений налогового законодательства. Проводимая «невидимая» работа по сути своей и есть не что иное как налоговая проверка только «узких» вопросов налогообложения, а иногда и более серьезных, связанных с уклонением от уплаты налогов путем создания схем минимизации налогов (ст.33 Налогового кодекса Республики Беларусь, далее - НК).

Согласно формулировки п. 4 ст. 33 НК – о корректировке налоговой базы, суммы налогов по результатам проверки при наличии хотя бы одного основания:

- искажения сведений о фактах хозяйственных операций, об объектах налогообложения, в документах и информации, необходимых для исчисления и уплаты налогов;
- основной целью совершения хозяйственной операции являются неуплата и (или) зачет, возврат суммы налога;
- хозяйственная операция в реальности не совершалась.

Данная статья находит не однозначное понимание в бизнес-сообществе. С одной стороны, госорганы подтверждают приверженность принципу презумпции

добросовестности налогоплательщика, право на обоснованную минимизацию налоговых обязательств. С другой стороны, основания в кодексе сформулированы в самом общем виде, наличие обстоятельств, указанных в абз. 2,3 п. 4 ст. 33 НК, оценивают контролирующие органы, суды в каждом конкретном случае.

Вместе с тем следует отметить что, основной посыл статьи направлен на предотвращение со стороны налогоплательщиков каких-либо схем, исправлению ошибок по уклонению от уплаты налогов и применение ее возможно, когда имеется у субъекта хозяйствования налоговая выгода от создания такой схемы, «полученной ошибки». Данное положение, на мой взгляд, вытекает и из письма Верховного суда Республики Беларусь от 25.04.2019 № 14-22/2839 «Об отдельных вопросах применения пункта 4 статьи 33 Налогового кодекса Республики Беларусь». Так, «При квалификации искажения плательщиком сведений о фактах совершения хозяйственных операций в качестве обстоятельства, создающего возможность незаконного уменьшения плательщиком его налоговых обязательств (в том числе путем не учета объекта налогообложения, неправомерного применения льготы и т.п.), исследованию и оценке на предмет относимости, допустимости, достоверности и достаточности подлежат собранные контролирующим органом доказательства, свидетельствующие о виновном участии проверяемого плательщика, в том числе посредством действий его должностных лиц, участников (учредителей) в целенаправленном создании условий для незаконного уменьшения налоговых обязательств».

Таким образом, при корректировке налоговой базы исходя из искажения сведений о фактах хозяйственных операций, об объектах налогообложения, следует учитывать цель, с которой плательщик производит такую корректировку. При отсутствии в цели направленности на минимизацию налогов, корректировка налоговой базы не должна производиться, положения ст.33 НК не применяться. Это подтверждается и практикой налоговых органов применения ст.33 НК, размещенной на официальном сайте МНС, где нет случаев корректировки баз убыточных организации по ст.33 НК, т.к. в этом случае это не приводит к доначислению налогов. Например, в схеме дробления бизнеса, когда бизнес официально оформлен на одного плательщика, а по факту работает другой (даже официально не трудоустроенный, например при присутствии родственных отношений), но при этом зарегистрирован в качестве налогоплательщика и оба эти плательщика применяют упрощенную систему налогообложения с одинаковыми ставками налога и когда нет превышения критериев по численности и выручке, корректировка налоговой базы не может быть произведена, т.к. не соблюдается вышеназванное условие. Здесь следует рассматривать искажения сведений об объектах налогообложения подоходным налогом и выплату заработной платы «в конверте».

Цепочки взаимодействия плательщиков между собой, с внедрением цифровых технологий в экономику страны становятся все более прозрачными для налоговых органов, налоговый контроль смещается в сторону риск-ориентированных моделей и профилактики нарушений. Программой деятельности Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь на 2021 год по реализации Стратегии развития налоговых органов Республики Беларусь на 2021 - 2023 годы предусмотрено дальнейшее совершенствование IT-технологий в контрольной работе. В ближайшее время усилия будут сосредоточены на разработке и внедрении интеллектуальной системы анализа рисков в сфере налогообложения, посредством использования механизма скоринга; создание и внедрение информационно-

аналитической подсистемы (ИАС) автоматизированной информационной системы контроля кассового оборудования, предусматривающей, в т.ч. создание аналитической подсистемы СККО, в части мониторинга цен на товары; создание цифровой экосистемы физического лица (рис.).

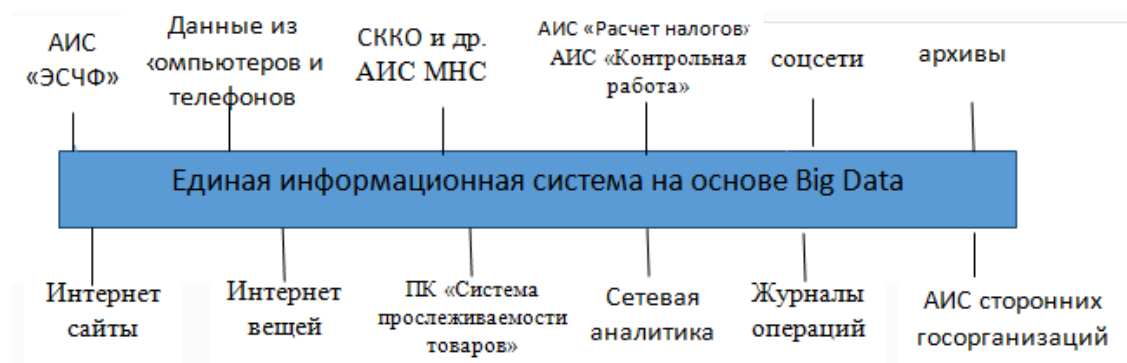


Рисунок – Как МНС будет собирать данные с помощью системы на основе Big Data.

Вместе с тем, как уже отмечает Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь (далее – МНС), число активных пользователей различными сервисами сайта МНС с каждым годом растет, 83% субъектов хозяйствования уже взаимодействуют с налоговыми органами в электронном виде, возрастают и налоговые начисления с помощью использования внедренных ИТ-технологий. Почти две трети поступлений от контрольных мероприятий приходится на ИТ-технологии камерального контроля, такие как ЭСЧФ, средства контроля налоговых органов (СКНО), маркировка товаров, ПК «Система прослеживаемости товаров», администрирование иностранных поставщиков электронных услуг. Но несмотря на видимый явный цифровой прогресс налоговиков, контрольная работа строится преимущественно на использовании информационно-аналитических и автоматизированных систем контроля, и человеческий интеллект в контрольной работе, даже как показано на вышеизложенном примере, пока не способна заменить ни одна система.

Список использованных источников

1. Огородникова, И. И. Цифровая трансформация налогового контроля: эволюция и тенденции [Электронный ресурс] / И. И. Огородникова // eLIBRARY. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-nalogovogo-kontrolya-evolyutsiya-i-tendentsii/viewer>. – Дата доступа: 19.10.2021.
2. Бирюков, А. Н. Обзор и анализ возможностей интеллектуального моделирования в бюджетно-налоговой системе регионального и муниципального уровней: Бюджетноналоговое администрирование: нейросетевые методы исследований / А. Н. Бирюков. М. : НИИ истории, экономики и права, 2018. 147 с.
3. Жилин, Г. О., Майбуrow, И. А. Совершенствование методов налогового контроля: внедрение автоматизированных систем [Электронный ресурс] / Г. О. Жилин // Актуальные проблемы налоговой политики : сб. материалов IX Международной научно-практической конференции молодых налоговедов. - Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/ID:29134354>. – Дата доступа: 19.10.2021.

4. Филлипович, Е. С. Результаты реформирования и перспективы развития налогового контроля в Республике Беларусь [Электронный ресурс] /Е. С. Филлипович // – Режим доступа: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/17942/1/Filippovich_E.S._S._70_78.pdf – Дата доступа: 18.10.2021.

УДК 339.137.2

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
И РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ
ПО ЕЕ ПОВЫШЕНИЮ**

**Рыбалко Юлия Александровна, к.э.н., доцент,
Апанасович Алеся Васильевна, магистрант
Полесский государственный университет
Rybalko Yulia, PhD,
Apanasovich Alesya Vasilievna, Master's student
Polessky State University**

Аннотация. Конкуренция – один из значимых факторов, стимулирующих повышение эффективности функционирования предприятий и экономики страны в целом. Проблема конкурентоспособности товаров, предприятий, производств, стран – одна из самых актуальных и динамично развивающихся в мировой экономике.

Ключевые слова: предприятие, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность товара, конкуренция, конкурент, оценка конкурентоспособности, повышение конкурентоспособности.

Экономика страны работает в условиях неограниченной конкуренции с максимальной эффективностью. Конкурентоспособность предприятия - это его потенциал, возможности, а также гибкость в адаптации к рыночным отношениям. Пути повышения конкурентоспособности предприятий в этих условиях во многом определяются повышением качества продукции, снижением цен на услуги и товары, внедрением инноваций и новых технологий, поиском новых возможностей.

Конкурентоспособность предприятия – это система не связанных друг с другом напрямую, однако влияющих друг на друга составляющих. Итогом повышения конкурентоспособности некоторые исследователи считают размер

рыночной доли предприятия. Часто конкурентоспособность заложена в идеологии, миссии предприятия, в которой учтены способность и нацеленность предприятия на удовлетворение требований потребителей с низкой ценой при высоком качестве [2].

Цель работы заключается в изучении сущности конкурентоспособности предприятия и определении путей ее достижения.

Естественным результатом конкуренции является конкурентное преимущество - превосходство одного конкурента над другими за счет владения ценным и редким, но не уникальным ресурсом.

Конкурентное преимущество можно определить как высокую компетентность организации в любой области, которая создает наилучшие шансы преодолеть по-

следствия конкуренции, чтобы привлечь клиентов и сохранить их приверженность продукции компании.

Конкурентное преимущество гарантирует, что потребителям будет представлен продукт, который известен своей ценностью и за который они готовы платить деньги.

Основа конкурентного преимущества возможностей организации - более эффективное, по сравнению с конкурентами, функционирование всех элементов цепи создания стоимости.

Конкурентное преимущество подразумевает, что организация имеет потенциал быть лучше (в некоторых аспектах экономической деятельности), чем ее конкуренты.

Таким образом, в рамках конкурентоспособности предприятий они будут использовать свое превосходство в определенных сегментах рынка над конкурентами в данный момент времени, что было достигнуто без ущерба для других.

Это повысит конкурентоспособность ее конкретных продуктов и степень конкурентного потенциала и позволит в будущем производить, продавать и обслуживать продукты, превосходящие по качеству и цене свои аналоги.

Существует три уровня обеспечения конкурентоспособности предприятия: стратегический, тактический и операционный. На стратегическом уровне обеспечение конкурентоспособности предполагает повышение инвестиционной привлекательности предприятия. На тактическом уровне конкурентоспособность характеризует состояние самого предприятия.

На операционном уровне повышение конкурентоспособности увеличивает конкурентоспособность продукции.

Анализ особенностей состояния предприятий в сфере торговли и услуг и общеизвестные подходы к повышению конкурентоспособности, предоставляют возможность сформулировать принципы методологического подхода к повышению конкурентоспособности:

- обеспечение конкурентоспособности предприятия включает обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг;
- определение критериев конкурентоспособности предприятия должно исходить из горизонта планирования и системы менеджмента предприятия;
- показателем конкурентоспособности предприятия на оперативном уровне является совокупный коэффициент конкурентоспособности товаров и услуг;
- тактический уровень конкурентоспособности предприятия обеспечивается за счет финансово-хозяйственного состояния и представлен комплексным коэффициентом;
- стратегический уровень конкурентоспособности предприятия представлен инвестиционной привлекательностью, которая обусловлена ростом стоимости бизнеса [3].

Определение собственной конкурентоспособности предприятия является неотъемлемым элементом маркетинговой деятельности любого хозяйствующего субъекта.

Оценка конкурентной позиции предприятия требуется для:

- разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности;
- выбора предприятием партнера для организации совместного выпуска продукции;
- привлечения средств инвестора в перспективное производство;

- составление программы выхода предприятия на новые рынки сбыта и др.

В любом случае проведение оценки преследует цель: определить положение предприятия на отраслевом рынке.

Достижение этой цели возможно лишь при наличии оперативной и объективной методики оценки конкурентоспособности.

Наиболее известные методики оценки конкурентоспособности:

1. Матричный метод (разработан «Бостонской консалтинговой группой»). Методология основана на анализе конкурентоспособности с учетом жизненного цикла товара/услуги. Суть оценки заключается в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по горизонтали – темпы роста/уменьшение количества продаж в линейном масштабе; по вертикали – относительная доля товара/услуги на рынке. Наиболее конкурентоспособными предприятия являются те, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке.

2. Методика, использующая в качестве основного подхода оценка товара/услуги предприятия. Этот метод основан на рассуждении о том, что конкурентоспособность производителя тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. В качестве показателя, оценивающего конкурентоспособность товара/услуги используется соотношение двух характеристик: цены и качества.

3. Метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Согласно этой теории, наиболее конкурентоспособными предприятиями являются те, на которых лучше всего организована работа всех отделов и служб. На эффективность каждого из услуг влияют многие факторы - ресурсы организации [1].

Проблема повышение конкурентоспособности отечественных предприятий является в данный момент одной из самых актуальных. Должны применить меры как государство и регионы, так и бизнес, российские предприятия могли использовать современное оборудование, использовать достижения научно-технического прогресса, перенимать опыт западных предприятий, и соответственно выходить на мировые рынки.

Вместе с тем необходимо также развивать рыночную инфраструктуру на потребительском и товарном рынках, устранять многочисленных посредников и монополистические объединения. Устойчивое повышение конкурентоспособности отечественных предприятий возможно только при долгосрочном и непрерывном развитии всех детерминантов конкурентоспособности. Это обуславливает потребность разработки четкого инструментария оценки и повышения конкурентоспособности товаров и услуг, основанного на взаимосвязи общеизвестных экономических законов и законов менеджмента, статистики, психологии, социологии и других наук.

Список использованных источников

1. Кузьмина Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. – М. : Издательство Юрайт, 2019. — 385 с.
2. Мардас А. Н. Экономический анализ : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 176 с.
3. Сидоров И.А. Анализ конкурентоспособности организации и её конкурентов / И.А Сидоров // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. – 2016. – с. 65-67.

УДК 310.101

ОЦЕНКА ТРАНСАКЦИОННОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рыбалко Юлия Александровна, к.э.н., доцент

Зубко Евгения Ивановна, студент

Полесский государственный университет

Rybalko Yulia A., PhD, rybalko.u@polessu.by,

Zubko Evgeniya Ivanovna, student

Polesky State University

Аннотация. Эффективность экономики определяется тем, как функционирует каждая ее составляющая. Практика развитых стран показывает высокие темпы роста в финансовой, торговой, информационно-интеллектуальной сферах при более консервативном развитии реального сектора. Такая ситуация объясняется особой ролью сектора, отвечающего за организацию и интенсивность обменных процессов. Речь идет о транзакционном секторе экономики, функционирование которого направлено на формирование условий для создания валового продукта.

Ключевые слова: транзакционный сектор экономики, измерение транзакционного сектора, базовый сектор.

В современном мире транзакционный сектор представляет собой крупнейшую часть экономики, и в развитых странах его объемы уже превышают показатели 70 % национального ВВП. Относительно состава транзакционного сектора среди экономистов до сих пор не существует единого мнения. Вопрос выявления категориальных признаков, содержания и структуры транзакционного сектора находится в центре внимания экономистов с момента выхода работы Д. Норта и Дж. Уоллиса.

В рамках расширенного понимания транзакционный сектор является противоположным трансформационному, согласно которому создается новый продукт путем преобразования ресурсов, а транзакционный более схож с пониманием отраслей и видов деятельности, связанных с возникновением издержек, вызванных функционированием рыночного механизма [1].

В соответствии с классическим пониманием транзакционного сектора, приведенного в работе Г. Литвинцевой и Е. Гаховой всю сферу услуг можно условно разделить на базовый (трансформационный) и транзакционный сектора. При этом стоит отметить, что структура сектора различается как между разными секторами, так и внутри отдельных предприятий. Тем самым к транзакционному сектору относятся оптовая и розничная торговля, автосервис, финансовые организации, транспорт, аренда, государственное управление и организации социальной инфраструктуры [2].

Дадим оценку транзакционному сектору на макроуровне используя подход, предложенный Литвинцевой, согласно которому транзакционный сектор определяется как доля валового выпуска в валовом выпуске всей экономики.

Таблица 1. – Структура производства ВВП в разрезе базового и транзакционного сектора РБ за 2015 – 2020 гг.

Сектор	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Прирост
Экономика в целом	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Базовый сектор	65,4%	64,6%	65,4%	65,5%	65,6%	65,0%	-0,4%
Транзакционный сектор	34,6%	35,4%	34,6%	34,5%	34,4%	35,0%	0,4%

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Условные расчеты согласно предоставленным органами государственной статистики данным о структуре валового внутреннего продукта Республики Беларусь демонстрируют, что доля транзакционного сектора в ВВП за пять лет остается практически неизменной, увеличившись лишь на 0,4 п. п., в тоже время доля базового сектора уменьшилась на 0,4 п. п. При этом в структуре транзакционного сектора существуют сравнительные дисбалансы, в частности непропорциональность долей «условно торгового» и «финансового» секторов, что можно наглядно проследить из таблицы 2.

Таблица 2. – Структура транзакционного сектора в ВВП за 2015-2020 гг.

Вид экономической деятельности	2015	2016	2017	2018	2019	2020
оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	109273,6	10416,3	10948,9	12257,8	12512,4	13756,3
транспортная деятельность, складирование, почтовая деятельность	49172,9	5410,8	6085	7188,3	7641,4	7530,7
информация и связь	37115,9	4606,8	5357,1	6570,6	8468,4	10762,1
финансовая и страховая деятельность	33947,2	3872,5	4003,5	4293	4206,7	4663,1
операции с недвижимым имуществом	44476	5373	5815,5	6292,1	7023,4	7741,5
государственное управление	31411,1	3340	3727,5	4530,6	5237,8	5815,1
предоставление прочих видов услуг	5524,8	611,1	698,4	1067,3	1224,7	1221,2
Итого ВВП по транзакционному сектору	310921,5	33630,5	36635,9	42199,7	46314,8	51490

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].

На основании изучения информации Национального статистического комитета Республики Беларусь относительно распределения организаций по отраслям экономики можно выявить некоторые общие параметры белорусского транзакционного сектора.

Таблица 3. – Распределение организаций по видам экономической деятельности

Организаций транзакционного сектора РБ по видам экономической деятельности					Удельный вес в совокупности организаций РБ, %			
Вид деятельности	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	44169	42197	41642	41123	30,97	29,84	29,30	28,82
транспортная деятельность, складирование, почтовая деятельность	11744	11868	11535	11281	8,24	8,39	8,12	7,91
информация и связь	3539	3818	4304	4590	2,48	2,70	3,03	3,22
финансовая и страховая деятельность	662	608	607	624	0,46	0,43	0,43	0,44
операции с недвижимым имуществом	8809	9652	9970	10163	6,18	6,83	7,02	7,12
государственное управление	4000	3889	3902	3886	2,80	2,75	2,75	2,72
предоставление прочих видов услуг	8993	9590	9816	9957	6,31	6,78	6,91	6,98
Итого организаций транзакционного сектора	81916	81622	81776	81624	57,4	57,72	57,5	57,21
Всего юридических лиц	142610	141418	142108	142685	100,0	100,0	100,0	100,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].

Так, по данным государственной регистрации, доля предприятий и организаций транзакционного сектора в совокупности организаций Республики Беларусь в настоящее время составляет 57,2% (57,4% в 2017 г.).

При этом, исходя из рисунка 1, в 2020 году в структуре данного сектора наибольшая численность представлена сегментом торговли, включая ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования 50%, также значительная часть сосредоточена в транспортной деятельности, складировании и потовой деятельности – 13,8%, а оставшийся объем распределяется на доли всех остальных отраслей – государственного управления, гостиниц и ресторанов, финансовой деятельности, предоставления коммунальных и прочих услуг, рисунок

ниже. Следовательно, в транзакционном секторе существуют дисбалансы отраслевой структуры



Рисунок – удельный вес организаций в каждой отрасли в совокупности организаций транзакционного сектора Республики Беларусь за 2020 г.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].

Таким образом, произведенная оценка транзакционного сектора на макроуровне свидетельствуют о количественном аспекте развития данного сектора в Республике Беларусь и выступает показателем развитости экономических отношений и экономического прогресса страны. Качественные же характеристики и результативность функционирования данной сферы экономики напрямую зависят от институциональной структуры экономической системы и степени ее развития.

Список использованных источников

1. Гурова И. М. Транзакционный сектор: основные теоретические аспекты // Экономика и социум: современные модели развития. 2018 – Т. 8 – № 1 (19). – С. 109–124.
2. Литвинцева, Г.П. Динамика транзакционного сектора экономики России: как учил Д. Норт / Г.П. Литвинцева, Н.А. Гахова // Journal of Institutional Studies. - 2016. – т. 8. – № 2. – с. 38-50.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 05.10.2021.

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ: ПРИНЦИПЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сайтоджов К.Дж., студент

Научный руководитель – Тихоновская Ю.О., ассистент, м.э.н.
Полесский государственный университет

Ключевые слова: финансовое планирование, перспективное планирование, текущее финансовое планирование, принципы финансового планирования, проблемы в области финансового планирования.

В настоящее время особое внимание уделяется такой функции управления, как планирование, под которым понимается целенаправленная деятельность, заключающаяся в разработке и практическом осуществлении планов, определяющих будущее состояние экономического объекта, путей, способов и средств его достижения.

Материал и методы. Рассмотрены сущность и особенности финансового планирования, проблемы и пути совершенствования системы финансового планирования в отечественных организациях.

Результаты и их обсуждение. Финансовое планирование - это планирование всех доходов расходования денежных средств для обеспечения развития организации.

Необходимость финансового планирования обусловлена относительно самостоятельным движением денежных средств по отношению к материально-вещественным элементам производства, неопределенностью рыночной среды и активным воздействием финансов на общественное воспроизводство.

В финансовой среде сформировалось 11 принципов финансового планирования, которые можно разделить на две группы (Таблица).

Таблица – Основные принципы финансового планирования

Принципы финансового планирования	
Общие	Специфические
• единства;	• платежеспособности;
• участия;	• рентабельности вложений;
• непрерывности;	• соотношения сроков;
• гибкости;	• сбалансированности рисков;
• точности;	• предельной рентабельности.
• эффективности.	

Примечание – Источник: [1]

Согласно **принципу единства**, все предприятие стоит воспринимать как единую сущность, деятельность которой должна быть направлена на выполнение одной общей цели.

Воплощение в жизнь принципа единства может показаться весьма нетривиальной задачей, но, к счастью, ее заметно упрощает **принцип участия**. Суть его заключается в том, что каждый центр финансовой ответственности, каждое подразделение или отдел должны тем или иным образом участвовать в планировании.

Чем сильнее ваши подчиненные будут вовлечены в процесс бюджетирования, тем более детальным и продуманным получится финансовый план, соответственно, тем точнее он будет выполняться.

Принцип непрерывности предполагает, что планирование должно вестись систематически. То есть, финансовые планы должны составляться по определенному графику и регулярно корректироваться.

Принцип гибкости позволяет менять свою направленность в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств. Для осуществления принципа гибкости планы должны составляться так, чтобы в них можно было внести изменения, увязывая их с изменяющимися внутренними и внешними условиями, однако, планы должны быть четкими и детальными, о чем говорит **принцип точности**.

Принцип эффективности - реализация планов должна приносить максимальный экономический эффект, а процесс финансового планирования должен окупаться его итогами.

Согласно **принципу платежеспособности**, планирование денежных средств должно обеспечить платежеспособность организации в любое время года. В данном случае у нее должно быть достаточно ликвидных средств, чтобы обеспечить погашение краткосрочных обязательств. Финансовое планирование должно обеспечивать платежеспособность предприятия на всех этапах деятельности.

Принцип рентабельности вложений – для финансирования капитальных вложений стоит использовать наиболее дешевые источники, а к займам прибегать только в том случае, если это позволит повысить рентабельность собственного капитала.

Принцип соотношения сроков говорит о том, что выбор внешнего источника финансирования стоит производить исходя из срока окупаемости вложений. Для вложений с долгим сроком окупаемости подойдут долгосрочные займы — и наоборот.

Предыдущие два принципа финансового планирования дополняет **принцип сбалансированности рисков**, предполагающий финансирование наиболее рискованных вложений за счет собственных средств.

И последний – **принцип предельной рентабельности**, согласно которому стоит выбирать те инвестиции, которые могут обеспечить максимальную прибыльность.

Сегодня существует целый ряд проблем, с которыми сталкиваются отечественные предприятия в области организации финансового планирования:

- 1) необходимость учета инфляции при планировании, что большинство предприятий страны не делают;
- 2) необходимость внедрения новых методологий планирования, например, многовариантных расчетов, использование компьютерной техники. На сегодняшний день использование многовариантных расчетов для предприятий Беларуси большая редкость, тоже самое касается различных программных продуктов, хотя интерес к последним увеличивается;
- 3) необходимость внедрения новых форм планирования;
- 4) формальность проведения финансового планирования, которое сводится к расчету трех показателей – выручки от реализации продукции, ее себестоимости и прибыли;
- 5) несбалансированность планов и прогнозов между различными планами [3, с.142].

Существующие в настоящее время различные проблемы в области финансового планирования, требуют решений, которые возможно выработать только при изменении подхода к финансовому планированию в целом в направлении применения современных рыночных инструментов и методов финансового планирования на отечественных предприятиях. Устранение недостатков финансового планирования на предприятиях в Республике Беларусь можно решить с помощью проведения следующих мер:

- разработка единых типовых документов системы планирования в рамках предприятия. Это будет способствовать установлению единых для всех участников процесса правил формирования, контроля и анализа планов;
- увеличение степени гибкости и маневренности финансового планирования будет способствовать составлению многовариантных финансовых планов (сценариев) по заданным критериям эффективности, что позволит снизить риски невыполнения планов или чрезмерного их отклонения от реальности по факту выполнения;
- с целью усиления взаимосвязи и сбалансированности между долгосрочными и краткосрочными планами, необходимо осуществлять корректировку годового финансового плана не реже, чем раз в 30 дней. Важно также сравнивать годовой план с оперативными планами и результатами их выполнения;
- разбивка всего процесса планирования на отдельные модули существенно упростит процесс разработки, реализации плана, а также процесс контроля за его выполнением;
- внедрение и использование специализированной автоматизированной системы финансового планирования позволит осуществлять финансовое планирование с необходимой периодичностью, применять различные методики и адаптировать систему к специфичным для конкретного предприятия расчетам [2].

Заключение. В связи с нестабильной экономикой в Республике Беларусь приобретает особое значение совершенствование финансового планирования. Предложенные авторами меры по улучшению финансового планирования позволят устранить выявленные недостатки, повысить эффективность финансового управления и достичь стратегических целей предприятия.

Список использованных источников

1. Кулик, О.С. Финансовое планирование деятельности на предприятии: история возникновения и развитие, современное состояние / О.С. Кулик // Финансовый менеджмент. – 2019. – 125 с.
2. Наумик, Е.Д. Проблемы финансового планирования на предприятии / Е.Д. Наумик // Человек, психология, экономика, право, управление: проблемы и перспективы: материалы XIV междунар. науч.конф., Минск, 19 мая 2016 г.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сизова Юлианна Олеговна, аспирант

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,

г. Ставрополь

Y.O. Sizova, postgraduate student in the Department of Tax Policy and Customs
North Caucasus Federal University, Stavropol, sizovayulianna@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена изучению сути риска, проблем оценки рисков строительных организаций и рисков в управлении проектами. Предлагается методологический подход к оценке рисков строительных организаций, позволяющий выявить простые и сложные риски, оценить их, а также определить наиболее значимые. Предлагаемое решение проблемы эффективного управления рисками в строительной отрасли основано на полной и достоверной оценке происходящих в регионе процессов, что является первоначальной предпосылкой для развития организационно-экономических направлений обеспечения стабильной и менее рискованной финансово-хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: риск, рискоспособность, индикаторы риска, производственный риск

В настоящее время во всех странах с развитой рыночной экономикой управление рисками является неотъемлемой частью государственной политики, включающей введение правовых институтов, занимающихся разработкой механизмов, направленных на ограничение неоправданно рискованной предпринимательской деятельности отдельных экономических агентов. Так же заняли свою плотную нишу организации, специализирующиеся на оказании консультационных услуг и внедрении систем в области управления рисками. К сожалению, в российской практике сознательное превентивное управление рисками все еще далеко от уровня стандартизированного процесса жизнедеятельности предприятия строительной отрасли, что зачастую приводит к непрофессиональной реализации проектов государственного значения [1-5].

Риск всегда являлся одним из важнейших условий деятельности как строительной, так и любой другой организации, поскольку если говорить о главной цели предпринимательской деятельности как о сохранении и приращении ресурсов организации во времени, то риск – это неясность и неуверенность в получении ожидаемого конечного результата. [2,3,5] (рис.1.).

Рискоспособность предприятия строительной отрасли определяется совокупностью имеющихся ресурсов покрытия риска. Различные источники финансирования рисков отличаются их размером, скоростью высвобождения, регламентом использования и влиянием на операционную деятельность. Зачастую неучет данного положения приводит к необходимости продажи внеоборотных ликвидных активов, составляющих часть производственного потенциала организации, из-за недостатка контроля внутренних оборотных средств. Это приводит к необходимости структурировать ресурсы покрытия рисков, отталкиваясь от качества ресурсов, характеризуемого влиянием на деятельность организации.



Рисунок – Отличительные черты понятия «риск»

Примечание – Разработка автора на основе [1-3].

Анализ возможностей возникновения рискованных ситуаций в деятельности обследованных строительных организаций Ставропольского края позволил составить перечень наиболее вероятных сложных рисков их функционирования:

- производственные риски;
- риски невыполнения договорных обязательств;
- риски усиления конкуренции и изменения конъюнктуры рынка;
- риски возникновения непредвиденных затрат и снижения доходов;
- риски несвоевременных поставок сырья поставщиками;
- риски упущенной финансовой выгоды;
- риски потерь, связанные с системой сертификации;
- риски потерь, связанные с системой стандартизации.

С целью получения количественных индикаторов оценки рисков использовались следующие показатели:

$$W_i = W_k \cdot \frac{(k - i) \cdot f + i - 1}{k - 1}, \quad (1)$$

где W_i – вес риска по группам приоритета, $i = 1, 2, \dots, k$;
 k – количество групп приоритетов, если риски разделяются по степени их значимости;
 f – коэффициент кратности приоритетов.

W_k – вес группы с наименьшим приоритетом.

Интегральная оценка каждого сложного риска (R) осуществлялась по формуле:

$$R = \sum_{i=1}^n W_i \cdot V_i, \quad (2)$$

где V_i – средняя вероятность наступления простого риска.

Группировка простых рисков в зависимости от вероятности их возникновения представлена в таблице 1.

Таблица – Группировка рисков строительных предприятий в зависимости от вероятности их возникновения

Вероятность возникновения риска, %	Число рисков
0 – 25	17
25 – 50	6
50 – 75	1
75 – 100	4
Итого	27

Примечание – Разработка автора на основе [4, 5].

В результате наиболее существенными следует признать риск, обусловленный неверной организацией производственного процесса и риск, связанный с низким качеством продукции.

Проведенное исследование свидетельствует о том, что из всех выделенных сложных рисков строительных организаций наиболее существенной и требующей особого внимания является группа производственных рисков, поскольку входящие в нее четыре вида простых рисков из восьми характеризуются вероятностью их возникновения свыше 75%. Таким образом, предложенный нами методический подход к оценке рисков строительных организаций позволяет идентифицировать простые и сложные риски их функционирования, а также выделять наиболее существенные из них. Решение проблемы эффективного управления рисками в строительной отрасли должно базироваться на полной и достоверной оценке процессов, происходящих в регионе, что является исходной предпосылкой разработки организационно-экономических направлений обеспечения стабильной и менее рискованной финансово-хозяйственной деятельности.

Список использованных источников

1. Гранатуров, В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учебное пособие / В.М. Гранатуров. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 1999. – 112 с.
2. Рудашевский, В.Д. Риск, конфликт и неопределенность в процессе принятия решений и их моделирование / В.Д.Рудашевский. – М.: Экономика, 1990. – 255 с.
3. Хохлов, Н.В. Управление риском: учеб. пособие для вузов / Н.В. Хохлов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 239 с.
4. Бадевиц, З. Математическая оптимизация в социалистическом сельском хозяйстве / З. Бадевиц. – М.: Колос, 1982. – 549 с.
5. Качалов, Р. Парадокс риска / Р. Качалов // Управление риском. – 1998. – №2. – с. 50-55.

УДК 332.1

**НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА**

Соснина Наталья Георгиевна, старший преподаватель

Уральский государственный экономический университет

Sosnina Natalya, Assistant Professor, Ural State University of Economics,

natalya789@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются сложившиеся условия для развития дополнительного образования, закреплённые в нормативно-правовой базе.

Ключевые слова: человеческий капитал, самореализация, экономика региона

Проблема развития сферы дополнительного образования в России актуальна, потому что новой инновационной экономике нужны высококвалифицированные кадры. Информационный уклад социально-экономической жизни общества, связанный с развитием цифровой экономики, предъявляет новые требования к качеству подготовки современных специалистов [3]. Проблема подготовки кадров в условиях глобальной конкуренции и новой волны технологических изменений сформулирована в вызовах, определенных *Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года от 17 ноября 2008 г. № 1662-р* [7]. Согласно Концепции, основным фактором экономического развития выступает человеческий капитал, от которого зависят конкурентные преимущества России на мировом рынке.

Потребность в формировании человеческого капитала продолжает развиваться в *Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года от 9 октября 2007 г. № 1351 в редакции от 01.07.2014 №483* [6]. Так, решение демографических задач Российской Федерации, включая стабильный экономический рост и улучшение благосостояния населения в Концепции напрямую связано с целенаправленным формированием человеческого капитала. Именно человеческий и социальный капитал обеспечивает инвестиционную привлекательность регионов.

Реализация задачи конкурентного преимущества территории посредством формирования человеческого капитала находит отражение в *Стратегии промышленного и инновационного развития Свердловской области на период до 2035 года от 28 июня 2019 №383-ПП* [13]. В Стратегии актуализируется проблема несоответствия между образовательными стандартами подготовки инженерных кадров и требованиями региональных работодателей. Повышенный спрос на высококвалифицированные кадры для наукоемкого производства на региональном уровне диктует новые задачи Стратегии, стоящие перед региональной экономикой:

- «развитие научной и научно-производственной кооперации» в условиях научно-образовательного центра в Свердловской области;
- обеспечение подготовки и повышения квалификации специалистов, занятых в инновационных секторах экономики;
- формирование «целостной системы подготовки научных и научно-педагогических кадров», обеспечивающей профессиональное развитие в научной сфере.

Как отмечают ученые, развитие науки и инноваций тесно взаимосвязаны. Однако именно образовательная среда является первостепенной основой для накоп-

ления человеческого капитала [4]. Находим отражение этого положения в *Указе Президента Российской Федерации "О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки" от 07.05.2012 N 599*. Так, в Указе в целях осуществления научно-технологического и социально-экономического прорыва обозначена разработка системы мероприятий, нацеленных «на выявление и поддержку одаренных детей и молодежи» [14].

Данное требование отражается и в региональной политике, где превентивные методы подготовки специалистов для реального сектора экономики обеспечивают решение кадрового вопроса в высокотехнологичных отраслях экономики. В этой связи Стратегия промышленного и инновационного развития Свердловской области важным этапом подготовки видит выявление детей, проявляющих особые способности в математических и инженерных науках, а также в робототехнике, беспилотном транспорте, искусственном интеллекте и т.д. [13].

Важность технического и математического образования для таких наукоёмких направлений, как информационные технологии, моделирование и прогнозирование в машиностроении, энергетике и экономике, а также в биомедицине постулируется в *Концепции развития математического образования в Российской Федерации от 24 декабря 2013 года N 2506*. В Концепции раскрываются основные проблемы, связанные с развитием математического образования в России, в частности, отставание содержания образовательных программ от реальности, нарушение преемственности между всеми уровнями и формами математического образования [9]. А ведь именно математическое образование способно обеспечить прорыв [14], заявленный в Указе Президента Российской Федерации, и удовлетворить потребности инновационной экономики в квалифицированных специалистах.

Бесспорно, образование является залогом «динамичного экономического роста и социального развития общества, фактором благополучия граждан и безопасности страны» [2]. Однако сегодня назрела необходимость в трансформации традиционного российского образования в процесс непрерывного образования «в течение всей жизни». Необходимость в непрерывном образовании обозначена в *Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ*. В Статье 10.2 Закона говорится об обеспечении возможности «реализации права на образование в течение всей жизни (непрерывное образование) посредством предоставления общего образования, профессионального образования, дополнительного образования и профессионального обучения» [15].

Вслед за европейскими странами, где идея обеспечения доступа человека к образованию «в течение всей жизни» была закреплена еще в 1988 году в Сорбонской декларации, в 1999 году в Болонской декларации и в 2001 году в Пражском коммюнике, российское образование претерпевает масштабную модернизацию, в которой альтернативой традиционному образованию становится дополнительное образование как более гибкая по содержанию и демократичная по форме модель непрерывного образования [1]. Увеличение социально-экономического спроса на непрерывное образование является движущей силой развития дополнительного образования в России [5].

На государственном уровне значимость дополнительного образования в контексте подготовки квалифицированных специалистов в условиях инновационной социально-экономической системы определяется в следующих нормативно-правовых документах. В *Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ* (ред. от 02.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу

с 1.09.21) в Статье 75 «О дополнительном образовании детей и взрослых» сущность дополнительного образования рассматривается в развитии и реализации «творческих способностей детей и взрослых», в удовлетворении «их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном и физическом совершенствовании», в формировании здорового образа жизни и, как результат, в их профессиональной ориентации [15].

Основное внимание развитию новой системы дополнительного образования уделено в *Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 годы №761 от 1 июня 2012 года, Концепции развития дополнительного образования детей № 1726-р.от 4 сентября 2014 г.*, а также в *Федеральном и Региональном проектах «Успех каждого ребенка»* [11], [12]. В Национальной стратегии представлено новое видение инфраструктуры «современного детства», отличительной особенностью которого является достойная жизненная перспектива каждого ребенка и самореализация в «позитивных видах деятельности» [10].

Вопрос создания условий для самореализации каждого ребенка продолжает решаться в Концепции развития дополнительного образования детей. Здесь сущность дополнительного образования рассматривается уже с позиции социально-экономического развития регионов, остро нуждающихся в «способности человека включаться в общественные и экономические процессы» [8].

В условиях трансформации индустриального общества в общество постиндустриальное информационное особую актуальность приобретает возможность «открытого вариативного образования и его миссии наиболее полного обеспечения права человека на развитие и свободный выбор различных видов деятельности, в которых происходит личностное и профессиональное самоопределение детей и подростков» [8]. В этой связи конкурентными преимуществами дополнительного образования Концепция называет

- «свободный личностный выбор деятельности, определяющей индивидуальное развитие человека;
- вариативность содержания и форм организации образовательного процесса;
- доступность глобального знания и информации для каждого;
- адаптивность к возникающим изменениям» [8].

Очевидно, что инновационный путь развития экономики требует координированных действий федеральной и региональной политики в области дополнительного образования. Так, на основе *Федерального проекта* разработан одноименный *Региональный проект Свердловской области «Успех каждого ребенка»*. В Проекте отражены основные направления работы в области развития дополнительного образования Свердловской области, учитывающие промышленный и инновационный путь развития региональных экономических систем, а также проанализированы ожидаемые результаты внедрения разработанных направлений развития [11].

Проведенный анализ нормативно-правовой базы отражает согласованность федерального и регионального уровня в создании благоприятных условий для развития системы дополнительного образования региона.

Список использованных источников

1. Авдяков А.И. Формирование системы дополнительного профессионального образования в регионе (на примере Московской области): автореферат дис. ...кан. эк. наук: 08.00.05. Москва, 2006. – С. 4.
2. Дворецкий С.И. Инновационно-ориентированная подготовка инженерных, научных и научно-педагогических кадров: монография / С.И. Дворецкий, Е.И. Муратова, И.В. Фёдоров. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 308 с.
3. Dvoriadkina, E. B. Regional system of professional education in the information society / E. B. Dvoriadkina, E. G. Efimova // *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. – 2018. – Vol. 240 (2nd International Scientific Conference on New Industrialization: Global, National, Regional Dimension). – P. 708–711.
4. Ефимова, Е. Г. Анализ направлений федеральной и региональной политики в сфере научного и инновационного развития регионов / Е. Г. Ефимова // *Современные социально-экономические и правовые основы государственного регулирования экономики региона : материалы Всерос. 25 науч.-практ. конф. (Чебоксары, 30 апреля 2019 г.)*. – Чебоксары : Чуваш. гос. пед. ун-т, 2019. – С. 106–116.
5. Жгулев Е.В. Факторы развития дополнительного профессионального образования в регионе // *Международный научно-исследовательский журнал. Экономические науки*. 2015. Январь
6. Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, утверждена Указом Президента Российской Федерации от 9.10.2007 г. N 1351 (в ред. от 01.07.2014 № 483) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://docs.cntd.ru/document/902064587>
7. Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 года N 1662-р (с измен. на 28.09.18). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://docs.cntd.ru/document/902130343>
8. Концепции развития дополнительного образования детей, утверждена Правительством Российской Федерации от 4 сентября 2014 г № 1726-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://docs.cntd.ru/document/420219217>
9. Концепция развития математического образования в Российской Федерации, утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2013 года N 2506-р (с изм. на 8.10.20) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://docs.cntd.ru/document/499067348>
10. Национальная стратегия действий в интересах детей на 2012-2017 годы, утверждена Президентом Российской Федерации от 1 июня 2012 года №761 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://base.garant.ru/70183566/>
11. Паспорт регионального проекта "Успех каждого ребенка" (Свердловская область) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://minobraz.egov66.ru/upload/minobr/files/b0/e9/b0e9009872e450ed1168885977114607.pdf>
12. Паспорт федерального проекта "Успех каждого ребенка" Приложение к протоколу заседания проектного комитета по национальному проекту "Образование" от 07 декабря 2018 г. № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fuploade.kuragino.ru%2Fupload%2Ffiles%2F6%2F2019%2FMay%2Fcf8ebc05%2FUspeh_kazhdogo_rebenka.docx&wdOrigin=BROWSELINK

13. Стратегия промышленного и инновационного развития Свердловской области на период до 2035 года, утверждена Постановлением Правительства Свердловской области от 28 июня 2019 №383-ПП (в ред. Постановлений Правительства Свердловской области от 27.09.2019 N 618-ПП, от 01.07.2021 N 371-ПП) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://docs.cntd.ru/document/561427349>

14. Указ «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки», утвержден Президентом Российской Федерации от 07.05.2012 N 599 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.kremlin.ru/acts/bank/35263>

15. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», утвержден Президентом Российской Федерации от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 02.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 1.09.2021) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://docs.cntd.ru/document/902389617>

УДК 330.342:004

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ

Строк Ольга Александровна, аспирант

ГУО «Республиканский институт высшей школы»

Strok Olga, postgraduate student

State Educational Institution «Republican Institute of Higher Education»,

Chega_OA@mail.ru

Аннотация. Быстрый темп развития современных технологий характерен не только заметными в разных сферах инновациями, но и закономерным обогащением лексикона. В постоянном информационном потоке легко запутаться среди схожих терминов, особенно учитывая, что многие из них могут быть синонимичны, или являться составной частью друг друга. Рассмотрим отличия цифровизации от цифровой трансформации, отталкиваясь от их сущности и содержания.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, цифровые технологии.

Одной из главных задач развития экономики Республики Беларусь является усиление инновационной составляющей роста, переход на интенсивный путь развития, связанный с внедрением новых передовых технологий [1]. В настоящий период обсуждение проблем цифровизации и цифровой трансформации экономики и общества сосредоточены в основном на готовности страны, отрасли и предприятий к применению цифровых технологий. Широко обсуждаются проблемы трансформации бизнеса в сфере услуг и изменений бизнес-моделей в интернет зависимых компаниях, то есть в потребительском сегменте цифровой экономики. Однако, не смотря на это, в научной сфере и бизнес-общественности до настоящего времени не сформировалось устойчивого понимания сущности и содержания термина «цифровая трансформация».

Внутри понятия «цифровая трансформация» существует множество терминов, имеющих различные трактовки. Ключевыми являются термины, имеющие одинаковое звучание на английском языке, но кардинально различающиеся по содержанию:

– digitization (оцифровка) – представляет собой преобразование информации «с физических носителей на цифровые» [2]. В рамках digitization (оцифровки) не происходит изменений качества и содержания информации, она просто преобразуется в электронную форму для последующей обработки в цифровом формате, что позволяет усовершенствовать существующие бизнес-процессы, добавив в них информацию в цифровом формате;

– digitalization (цифровизация) – это изначально создание нового продукта в цифровой форме. Поэтому ключевое отличие digitalization (цифровизация) состоит в создании нового инновационного продукта, с новым функционалом и потребительскими свойствами. И если digitization (оцифровка) в первую очередь направлена на совершенствование существующих бизнес-моделей и изменение бизнес-процессов, то digitalization (цифровизация) позволяет получить существенный рывок в бизнесе и новые конкурентные преимущества.

Цифровизация – это процесс, направленный на оцифровку всех информационных (и даже материальных) ресурсов (создание цифровых копий) и формирование сетевых платформ взаимодействия, с целью получения прогнозируемого и гарантированного результата на любое управляющее воздействие с использованием средств автоматизации. Термин «цифровизация» используется для описания трансформации, которая идет дальше, чем просто замена аналогового или физического ресурса на цифровой или информационный. К примеру, книги не просто превращаются в электронные книги, а предоставляют целый набор интерактивных и мультимедийных файлов, имеющих самостоятельное значение. Таким образом, организация, которая хочет стать «цифровой», должна фокусироваться на автоматизации процессов, с целью сделать их более эффективными. Целые отрасли выбирают для себя путь цифровизации процессов как единственную возможность соответствовать стремительно меняющимся условиям окружающего мира.

Цифровая трансформация является следствием цифровизации, а само понятие, по сути, представляет зонтичный термин для обозначения изменений, происходящих в самых различных сферах деятельности вследствие масштабного и разнообразного применения цифровых технологий. В словосочетании «цифровая трансформация» ключевым словом является слово «трансформация», которое, согласно Кембриджскому словарю, означает полное изменение внешнего вида или характера чего-либо или кого-либо, особенно когда система, вещь или человек изменяется к лучшему. Применительно к предприятию, лучшее – это качественнее, дешевле, однако в основе этих изменений – человеческие ценности и поведение, которые затем транслируются на производство, быт и общественную жизнь в целом. Таким образом, успех трансформации является результатом управляющего воздействия, которое идет «изнутри» системы (от культурной предрасположенности), а не извне. Это обуславливает актуальность рассмотрения цифровой трансформации в социокультурном аспекте, а саму цифровую культуру рассматривать как фактор предотвращения рисков цифровой трансформации, вызванных человеческой преднамеренной или непреднамеренной деятельностью. Исходя из этого, требуется уточнение и развитие понятия цифровой трансформации. Можно предположить, что главной стержневой концепцией цифровой трансформации является тезис объединения людей, технологий, процессов и разных видов научно-технических ресурсов в сложные производственные и социальные структуры, легко настраиваемые на решение конкретных задач посредством

многообразных и гибких информационных и цифровых технологий, что должно позволить достигать синергетического эффекта трансформации [3].

Цифровизация связана с использованием и распространением технологий, то есть по сути является инструментом. Цифровая трансформация в работах [4-5] описана как преднамеренная и непрерывная цифровая эволюция, которая распространяется на людей, организации и компании, на управленческие практики и иерархические и бизнес-модели. Цифровая трансформация сама по себе отличается от концепции цифровизации, являясь более широким понятием. Цифровая трансформация способствует повышению возможностей организаций и сотрудников, предоставляя инструменты, позволяющие становиться более активными, мобильными и продуктивными.

Долгое время под цифровой трансформацией подразумевался перевод в цифровой формат или хранение в цифровом формате традиционных форм данных. Это тоже одно из направлений цифровой трансформации, её трактовка в «узком понимании». Однако, в современном мире данное понятие гораздо шире, чем перевод данных в цифровой формат. Когда предприятия и организации осознали все возможности использования оцифрованных данных, они стали разрабатывать процессы для этих целей. С этого момента цифровые технологии стали бурно развиваться, и способность быстро внедрять их напрямую определяет конкурентоспособность организации на рынке.

Цифровая трансформация подразумевает не только установку современного оборудования или программного обеспечения, но и фундаментальные изменения в подходах к управлению, корпоративной культуре, внешних коммуникациях, обеспечивает максимально полное раскрытие потенциала цифровых технологий через их использование во всех аспектах бизнеса – процессах, продуктах и сервисах, подходах к принятию решений. Для того, чтобы процесс цифровой трансформации был полноценным, необходимы четко сформулированные бизнес-задачи и данные.

Таким образом, можно сделать вывод что цифровизация — это улучшение существующих процессов путем внедрения информационных технологий, оптимизации, а также анализа данных для принятия решений, а цифровая трансформация — это трансформация системы управления путём пересмотра стратегии, моделей, операций, внешних коммуникаций, продуктов, маркетингового подхода и целей, обеспечиваемая принятием цифровых технологий и внедрением этих технологий в бизнес-процессы предприятия.

Список использованных источников

1. Мировой опыт стимулирования инновационного развития экономики: механизмы, инструменты, перспективы адаптации для Республики Беларусь / Д.В. Муха [и др.] ; под науч. ред. Д.В. Мухи; Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Беларуская навука, 2020. – С. 381

2. Коптелов А. Готов ли ваш бизнес к цифровой трансформации? Электронный ресурс. URL:<https://www.executive.ru/management/itforbusiness/1985479-gotov-li-vash-biznes-k-tsifrovoi-transformatsii>.) Режим доступа 09.10.2021

3. Паньшин, Б. Н. Цифровая культура как фактор эффективности и снижения рисков цифровой трансформации экономики и общества / Б. Н. Паньшин // Цифровая трансформация. – 2021. – № 3 (16). – С. 26–33

4. Savey L., Daradkeh I.I., Gouveia L.B. The Success of Startups Through Digital Transformation // International Journal of Open Information Technologies. 2020. № 5(8).

5. Mazzone D.M. Digital or Death: Digital Transformation — The Only Choice for Business to Survive Smash and Conquer. (1st ed.). Mississauga, Ontario: Smashbox Consulting Inc, 2014.]

УДК 331.101

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Тихоновская Юлия Олеговна, м.э.н.,

Тихомирова Алина Сергеевна

Полесский государственный университет

Tikhonovskaya Julia Olegovna, MD, tihonovskaia.u@polessu.by

Tikhomirova Alina Sergeevna, tihomirovaa1@icloud.com

Polesky State University

Аннотация. Статья посвящена исследованию конкурентоспособности и развития организаций в Республике Беларусь. В качестве источников для формирования высокоэффективной организационной культуры определены социальная ответственность компаний и уровень их человеческого развития. В ходе выполнения работы авторы исследуют теоретические аспекты представленных источников и официальную статистическую информацию. Уделено внимание месту нашей страны в мире по индексу человеческого развития. Предложены направления развития организационной культуры в целях повышения эффективности деятельности организаций в Республике Беларусь.

Ключевые слова: социальная ответственность, человеческий капитал, развитие, индекс человеческого развития.

На сегодняшний день деятельность компаний, в особенности глобальных и транснациональных, находится под пристальным вниманием населения, а развитие информационно-коммуникационных технологий способствует ожесточению конкуренции на рынках, поэтому наблюдается переориентация предназначения организаций на поиск новых форм и способов функционирования, пересмотр и видоизменение портфеля производимых товаров и услуг. Делается это для того, чтобы повысить эффективность деятельности и способствовать дальнейшему развитию компаний.

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью принятия стратегически важных решений в отношении повышения эффективности деятельности предприятий в Республике Беларусь, которые будут способствовать экономическому росту страны. Устойчивое развитие предприятий, которые отвечают требованиям современного мира, являются в этом главной задачей.

На предмет влияния организационной культуры на эффективность деятельности предприятий ученые провели множество исследований, начиная с масштабных исследований Т. Дила и А. Кеннеди, Т. Питерса и Р. Уоттермана. Согласно данным исследованиям, был сделан вывод о том, что наиболее развитые, лидирующие компании отличаются от других своим высоким уровнем культуры, которая

формируется в результате продуманных усилий. Связь между культурой организации и эффективностью ее деятельности представлена в моделях ученых Т. Питерса – Р. Уотермана, В. Сате, Т. Парсонса, Квина и Рорбаха [1, с. 225].

В современных организациях необходимо развивать культуру ценностей, честности, а также добросовестности отношений внутри компании (между сотрудниками) и за ее пределами (с партнерами, поставщиками, посредниками); быть социально ответственным бизнесом и тем самым развивать человеческий капитал своих компаний.

В настоящее время в понятие социальной ответственности организации включается:

- Ответственность бизнеса перед государством;
- Ответственность бизнеса перед персоналом, которая выражается в предоставлении гарантий сотрудникам в виде своевременных выплат заработной платы, бесплатных страховок, работе на безопасном производстве;
- Выпуск качественной и безопасной продукции, предоставление достоверной информации о ее составе, изготовителе, поставщике и возможном вредном влиянии;
- Ответственность по обязательствам перед партнерами;
- Благотворительность, социальные программы [2, с.29].

К причинам, которые обуславливают необходимость социальной ответственности компаний, относятся следующие:

- Рост социальных потребностей превышает рост финансовых возможностей государственных органов на всех уровнях;
- Механизмы социальной работы бизнеса носят менее бюрократизированный характер, чем государственные структуры, которые реализуют социальную политику;
- Потребность в укреплении и демонстрации социальной солидарности в современном обществе, смягчении неминуемого имущественного неравенства, поддержка социально уязвимых слоев общества.

В наиболее широком смысле социальная ответственность рассматривается как влияние бизнеса на общество. Социальная ответственность предприятия для потребителей и партнеров может быть представлена комплексом действий, которые направлены на обеспечение высокого качества товаров и относительно низких цен, предоставление информации о полезности продукции и ее экологичность и тому подобное.

Социальная ответственность предприятия в отношении общества означает всяческое содействие предприятия развития населенного пункта или региона, в котором оно расположено, а также участие в обеспечении существования объектов социальной инфраструктуры региона.

Значение применения принципа социальной ответственности сложно переоценить, но повсеместное применение принципа социальной ответственности на предприятиях в Республике Беларусь позволит, как минимум, повысить уровень жизни населения, а производство качественных товаров и услуг – повысить удовлетворенность сотрудников и потребителей.

Индекс человеческого развития (ИЧР) представляет собой интегральный показатель, который рассчитывается ежегодно для сравнения стран и измерения их

уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия как основных характеристик человеческого потенциала исследуемой территории.

В 2015 году уровень ИЧР в Республике Беларусь достиг значения 0,811. В 2016 году – увеличился на 0,001 и составил 0,812. В 2017 году ИЧР в сравнении с 2015 годом увеличился на 0,004 и на 0,003 в сравнении с 2016 годом – составил в общем 0,815. В 2018 году ИЧР составил 0,817, что на 0,006 больше, чем в 2015 году и на 0,002 больше, чем в 2017 году. В 2019 году в Республике Беларусь значение ИЧР составило 0,823, что на 0,012 больше 2015 года и на 0,006 больше 2018 года.

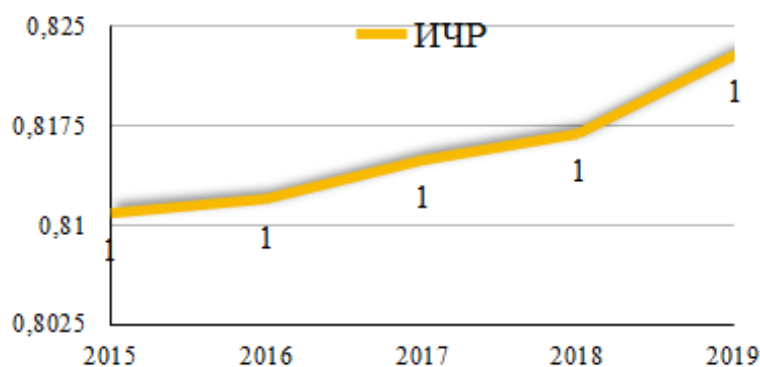


Рисунок 1. – Динамика ИЧР

Источник: Собственная разработка на основе статистических данных.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Беларусь ежегодно повышает индекс человеческого развития, но темп повышения индекса меньше в сравнении с другими странами, поскольку в 2018 году в мировом рейтинге РБ занимала 50 место, а в 2019 году — 53 место. Рассматривая динамику изменения ожидаемой продолжительности жизни в Республике Беларусь, можно сделать вывод о том, что за пять лет средняя продолжительность увеличилась на 0,6 лет, мужчин увеличилась на 0,7, женщин увеличилась на 0,5 лет. В Беларуси мужчины живут на 11-15 лет, а женщины на 5-10 лет меньше, чем в развитых странах мира.

В Беларуси высокий уровень грамотности взрослого населения, высокий охват дошкольным, базовым, общим средним и профессиональным образованием, реализуется концепция непрерывного образования. В Рейтинге стран мира по Индексу образования Беларусь занимает 30 место со значением 0,837.



Рисунок 2. – Уровень занятости населения и занятое население по уровню образования

Источник: [3]

В рейтинге стран мира по уровню занятости занимает 5 место. А уровень безработицы в Республике Беларусь один из самых низких не только среди стран

СНГ, но и по сравнению с рядом европейских государств. В рейтинге стран мира по уровню безработицы Беларусь занимает 26 место.

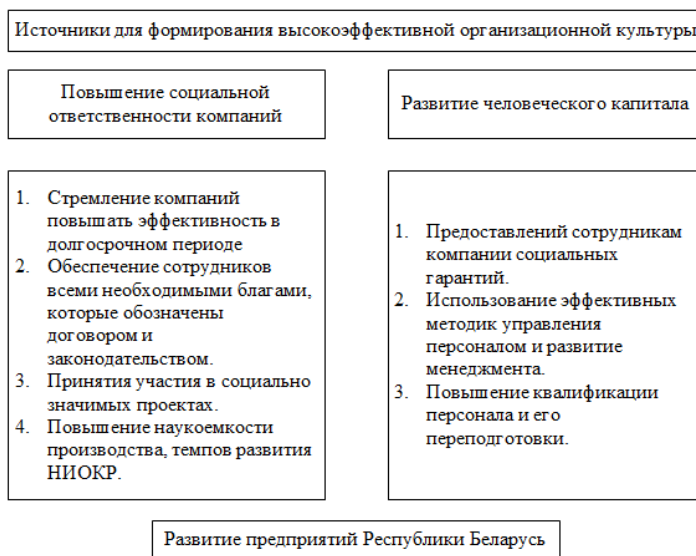


Рисунок 3. – Способы повышения эффективности деятельности организаций
 Источник: Собственная разработка на основе статистических данных.

В процессе глобализации и информатизации, современный мир меняется ежедневно, а условия конкуренции на рынках не только стимулируют сбыт товаров и повышение их качества, но и могут экстраполировать знания, полученные в прошлом, на будущий период.

В ходе непонимания руководством компаний реалий современного мира может снижаться эффективность деятельности компаний, которыми они руководят, а соответственно экономический вклад в развитие страны.

Таким образом, компаниям, в лице их руководства, необходимо уделять большее время исследованию внутреннего и внешнего окружения, при этом используя современные методы анализа. Необходимо проводить сравнительный анализ компаний в отрасли и в последующем трансформировать и реорганизовывать свою деятельность согласно полученным результатам.

Согласно вышенаписанному, можно сделать вывод о том, что в будущем на развитие компаний в частности и экономики страны в целом будут оказывать влияние стремление не только максимизировать прибыль, но и понимание ответственности перед обществом, окружающей средой и государством; формирование и развитие культуры общества в сочетании с социальной ответственностью; ориентация на развитие человеческого капитала.

Список использованных источников

1. Кузнецов Ю.В., Мелякова Е.В. Теория организации. / учебник для бакалавров. - М.: Юрайт, 2013. – 365 с.
2. Корпоративная этика и ценностный менеджмент // Корпоративная этика и ценностный менеджмент: сборник статей по материалам международной конференции ассоциации российских менеджеров. М., 2019. – с. 232
3. Беларусь на пути достижения Целей устойчивого развития / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. М., 2019. – с. 36

**РОССИЙСКАЯ МОДЕЛЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ РЫНКА
ТЕЛЕМЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ**

Фечина Алена Олеговна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
Fechina Alena, Ural State University of Economics, afechina_1@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу особенностей финансирования рынка телемедицинских услуг в Российской Федерации. Выявлено, что российский рынок в последние два года характеризуется активным ростом. Определены финансовые механизмы оплаты телемедицинских услуг в России.

Ключевые слова: рынок телемедицинских услуг, модель финансирования, государственная программа, медицинское страхование.

Последние годы рынок медицинских услуг активно развивается под воздействием процессов сервисизации и цифровизации, совершенствования нормативной базы и инструментов финансирования. Процесс сервисизации в сфере здравоохранения ознаменовал переход к рыночным отношениям и кастомизации услуг. Применение цифровых технологий в медицине позволило усилить систему здравоохранения за счет предоставления дополнительного доступа к медицинским услугам в отдаленных регионах, проведения дистанционных консилиумов врачей, определение необходимости и срочности проведения госпитализации, повторные консультации пациентов и др.

Согласно нормативной базе РФ, цифровизация здравоохранения реализуется по следующим направлениям:

- 1) телемедицинские услуги;
- 2) электронные рецепты;
- 3) электронный документооборот;
- 4) Единая государственная система в здравоохранении (ЕГИСЗ) – система поддержки методического и организационного обеспечения деятельности участников системы здравоохранения;
- 5) регистры – специализированные информационные системы, обеспечивающие сбор и анализ полицейских данных в проблемно ориентированных областях здравоохранения [1].

Сервисизация и цифровизация способствовали решению ключевых вопросов здравоохранения в мире (увеличению доступности, повышению качества и эффективности затрат), а также увеличению объемов дистанционного оказания медицинских услуг и широкому распространению телемедицинских услуг, под которыми автор понимает строго индивидуализированный комплекс мероприятий, предполагающий использование информационно-коммуникационных технологий по профилактике, выявлению причин, диагностике и лечению заболевания в целях наращивания общественного здоровья в условиях, когда расстояние, время и финансы являются критическими факторами. Телемедицинские услуги стали эффективным решением для масштабирования системы здравоохранения в условиях высокой нагрузки.

Пандемия новой коронавирусной инфекции (COVID-19), вызвавшая необходимость значительного снижения социальных контактов, продемонстрировала востребованность медицинских онлайн-консультаций. Очевидной стала необходи-

мость развития дистанционных сервисов и услуг. В этот период в мире, благодаря мерам государственной поддержки, большое распространение получило дистанционное общение пациента с врачом, ставшее эффективным решением для масштабирования системы здравоохранения в условиях высокой нагрузки [2]. Так, через телесистемы во время пандемии коронавируса осуществлялись видеоконсультации для определения необходимости госпитализации и объема оказываемой помощи при COVID-19.

В России рынок телемедицинских услуг за 2020 г. увеличился в 2 раза, достигнув 6 млрд рублей [3, с. 4]. Значение телемедицины признано на государственном уровне. В своем обращении к Федеральному собранию 21 апреля 2021 г. Владимир Владимирович заострил внимание на развитии телемедицины как приоритетной задаче государства. Согласно приказу Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций об утверждении методик расчета целевых показателей «Цифровой трансформации» количество медицинских консультаций онлайн должно достичь 50% к 2030 г. Средняя стоимость одной телемедицинской услуги составляет 14 долл. США [24].

В мае 2021 г. Министерство здравоохранения РФ обнародовало второй проект документа «Методические рекомендации по обеспечению функциональных возможностей централизованной системы (подсистемы) «Телемедицинские консультации», регламентирующий удаленное взаимодействие врачей и пациентов, дистанционный мониторинг; проведение первичных (до постановки диагноза) дистанционных консультаций; выписки электронных рецептов и электронных больничных при проведении дистанционных консультаций; некоторые технические вопросы. Тем не менее, практики отмечают, что документ не учитывает региональные особенности субъектов и нуждается в доработке.

В настоящий момент времени критическим является формирование прозрачного финансового механизма оплаты телемедицинских услуг в России. Согласно Федеральному закону № 323-ФЗ [5], телемедицинские услуги как разновидность медицинских услуг могут быть компенсированы из нескольких источников: государственное обеспечение – обязательное медицинское страхование (ОМС) и квотирование; частное финансирование – добровольное медицинское страхование (ДМС) и личные средства граждан.

Система обязательного медицинского страхования – один из видов государственного социального страхования, обеспечивающий конституционное право на получение бесплатной, доступной и качественной медицинской помощи при наступлении страхового случая. Финансирование телемедицинских услуг за счет ОМС эффективна в ситуациях, когда телемедицинские технологии позволят уменьшить переменные затраты, например, затраты на очный прием или госпитализацию пациента. В условиях недофинансированности системы здравоохранения перераспределение средств могло бы стать эффективным решением. Однако ОМС остается системой «минимальных гарантий» оказания медицинских услуг, прежде всего, социально незащищенным слоям населения. В настоящий момент времени перечень телемедицинских услуг, включенных в ОМС составляет 20 позиций.

Квотирование – обеспечение лечения граждан в счет высокотехнологичной медицинской помощи. В данном случае телемедицинские консультации в формате «врач-врач» являются частью схемы предоставления высокотехнологичных медицинских услуг. Однако случаи квотирования исключительны, а оценка доли телемедицинских услуг в общей квоте представляет сложность для учета.

Система добровольного медицинского страхования – вид личного страхования, позволяющий застрахованному получать медицинскую помощь в лечебно-профилактических учреждениях, не работающих по программе обязательного медицинского страхования, находящихся как на территории России, так и за рубежом. Данная система, имеющая инструменты снижения затрат на конкретного пациента, эффективно вписывается в финансирование телемедицинских технологий. ДМС является активно развивающимся и перспективным направлением.

Личные средства граждан могут послужить драйвером развития рынка телемедицинских услуг. Однако стоимость одной услуги будет выше, чем стоимость услуги, входящей в пакет ДМС. Таким образом, личные средства граждан – это один из возможных, но неперспективных способов финансирования телемедицинских услуг, оплаты телемедицинских услуг.

Корпоративное обслуживание предприятий предполагает заключение предприятием договора с медицинскими учреждениями договоры на обслуживание. Данная схема все чаще замещается приобретением предприятием полисов ДМС для своих сотрудников.

Вследствие этого в ближайшее время наиболее распространенным механизмом финансирования рынка телемедицинских услуг в Российской Федерации станет ДМС. Однако с учетом того факта, что в большинстве случаев телемедицинские технологии позволяют снизить издержки в здравоохранении, в долгосрочной перспективе использование фонда ОМС для покрытия расходов в данном секторе здравоохранения представляется перспективным.

Таким образом, сервисизация и цифровизация рынка медицинских услуг происходят параллельно, при этом взаимодополняя друг друга. Изменение темпов и образа жизни, рост производства, расширение потребностей стимулируют возникновение новых видов услуг. Трансформация рынка, сопровождающаяся перманентными изменениями в процессах оказания медицинской помощи и медицинских услугах, открывает возможности для снижения издержек и совершенствования качества услуг. При этом центральное место отводится приумножению общественного здоровья, что влияет на особенности формирования спроса и предложения на рынке. Телемедицинские услуги в период пандемии доказали свою эффективность. Анализ тенденций на российском рынке продемонстрировал, что коронавирусная инфекция повлияла на ускорение темпов внедрения телемедицинских услуг. В России реализуется программа по развитию рынка телемедицинских услуг, предполагающая их частичное финансирование из государственного бюджета. По прогнозам экспертов, данное направление в ближайшие годы продолжит активно развиваться при этом главным источником финансирования останется ДМС.

Список использованных источников

1. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья [Текст]: федер. закон от 29 июля 2017 г. № 242-ФЗ // Рос. газета. – 2017. – 4 августа.
2. Virtually Perfect? Telemedicine for Covid-19 [Текст] / Hollander, J.E. [и др.] // The New England Journal of Medicine. – 2020. – № 382. С. 1679-1681. DOI: 10.1056/NEJMp2003539.

3. Шереметьева А. Доктор на удаленке [Текст] / А. Шереметьева // Коммерсантъ. Business Guide. – 2020. – № 230. – С. 24.
4. Об утверждении методик расчета целевых показателей национальной цели развития Российской Федерации «Цифровая трансформация [Текст]: приказ Минцифры России от 18 ноября 2020 г. № 600 (ред. от 14.01.2021).
5. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации [Текст]: федер. закон от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ// Рос. газета. – 2011. – 23 ноября.

UDC 659.4.012.12

MARKETING COMMUNICATION ANALYSIS OF THE BELARUSIAN EDUCATIONAL INSTITUTIONS

**Храбрая Алиса Сергеевна,
Сорокина Алла Ивановна, к.п.н., доцент,
Белорусский национальный технический университет**
Khrabraya Alisa, rokkadream@gmail.com
Sorokina Alla, PhD, Associate Professor, allasorokina@bntu.by
Belarusian National Technical University

Annotation. The main aim of marketing related activities in educational institutions is to raise the recognizability of the facility and attract new students. To measure the productivity of any marketing method in this sphere it is best to analyze the number of new students attracted during the marketing campaign.

Keywords: marketing related activities in educational institutions, marketing communications, marketing strategies.

In the article the work of the Marketing Service Department of the Faculty of Marketing, Management, Entrepreneurship (FMME) of Belarusian National Technical University was analyzed. Its main marketing related activities are the following:

- career guidance in schools;
- participation in education related expositions;
- holding “FMME Schools” on the base of the faculty;
- participation in BNTU Open Days and holding several FMME Open Days a year;
- publishing faculty advertisements in media and external sources (social media, metropolitan, newspapers etc.);
- developing printed products and booklets containing information about FMME;
- publishing news about the faculty and its’ students on media sources (VK, Instagram, Telegram etc.);
- tracking news of the competitors (Belarus State Economic University, School of Business of Belarusian State University);
- freshman surveys related to sources of information about the faculty.

A number of activities influencing the results of marketing communications that are not generally associated with marketing activities are related to the internal events of the faculty. It is important to hold high quality events among the students of educational establishment as their feedback on student life is often vitally significant to the potential enrollees.

Several methods of analysis were implemented to determine which marketing related activities of the faculty proved themselves to be the most efficient.

Firstly, the survey was conducted among the 226 freshmen of the FMME to determine how they found out about the faculty. 67% of the sample were female representatives and the other 33% were male. The first question of the survey was “How did you find out about the Faculty of Marketing, Management, Entrepreneurship?” and implied choosing one of the following answer options:

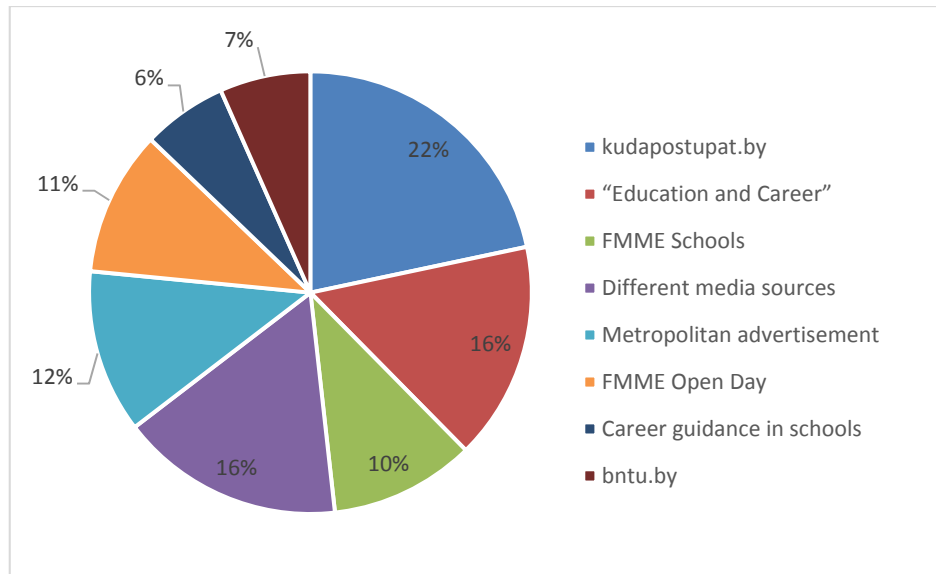
- Friend/relative advice;
- kudapostupat.by (education related web-site);
- “Education and Career” exhibition;
- FMME Schools;
- Different media sources;
- Metropolitan advertisement;
- FMME Open Day;
- Career guidance in schools;
- bntu.by (the main BNTU web-site).

If choosing the first option the person was to answer the second question of the survey “How did you, friend/relative find out about the FMME?”. This question was implemented to get more specific data about the sources where people generally see information about the faculty for the first time and get rid of lots of indefinite answers. The summary data on all answers to the both survey questions is shown below in Table 1 and on the diagram in Picture 1.

Table 1. – Summary data on the survey

Answer option	The number of people selected the option, ppl
kudapostupat.by (education related web-site)	49
“Education and Career” exhibition	36
FMME Schools	24
Different media sources	37
Metropolitan advertisement	27
FMME Open Day	24
Career guidance in schools	14
bntu.by (the main BNTU web-site)	15

It is evident that the most effective marketing related activity according to this research has proven to be publishing faculty advertisements on education related websites such as kudapostupat.by – this answer option was chosen 49 times or by 22% of the sample. Participation in education related exhibitions (“Education and Career”) has also proven to be effective as well as publishing information about the FMME on media sources. Activities that are hold on the base of the faculty (FMME Schools, Open Days and career guidance) were chosen summarily by 27% of the sample which makes the complex of faculty’s own events the most efficient method of FMME’s marketing communications.



Picture – Summary diagram on the survey

Secondly, the PEST (political, economic, social and technological analysis of a company) and SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats analysis) analysis methods were implemented to see which marketing strategies used by the studied educational establishment are the most effective and which new processes must be introduced. It is better to combine these two methods as the PEST concerns only the external aspects of a company's environment while adding the SWOT analysis makes it possible to raise the analysis's efficiency by minding the internal environmental aspects as well.

The following conclusions were made through these methods:

- Mastering new media platforms would be a wise marketing strategy for the studied educational establishment as the significance of media sources is rapidly growing among the target audience (young people of 16-21 years). It would also be beneficial to study popular trends among the young to implement them into advertisement and FMME's brand as it would make the faculty really stand out among the competitors.
- Documenting the branding style of the establishment would set standards for its advertisement, booklets and printed products making it uniform and recognizable to the members of the target audience. Moreover, it would be helpful to potential new staff of the faculty responsible for designing named aspects as they would be provided all the necessary attributes from the start.
- It would be beneficial to master new remote education tools due to the pandemics. The significance of the remote education has grown massively lately, so more and more programs and platforms for remote education, work and scientific research are being created.
- Due to the inflation (7.4% in 2020 in Belarus) and the increase of education costs target audience members' purchasing power decreases, so it is vital to keep their interest by promoting the existing education discounts and other bonuses for students.
- Regulating the educational program is necessary to gain an advantage among the competitors. Introducing the creative approach not only in economical disciplines but in the engineering, ones as well would strengthen enrollees' interest to industrial enterpris-

es (which might increase the popularity of choosing those facilities for their future jobs).

- Cooperation with more state and private enterprises as well as with IT-companies and advertising agencies would give university graduated more options to choose their future job from, especially those who study on the budgetary form of education. The necessary 2-year work off after the budgetary education often intimidates the enrollees, so it would be a good strategy to widen the range of companies to complete the work off.

Thus, the marketing activities of Faculty of Marketing, Management, Entrepreneurship of Belarusian National Technical University were analyzed by several methods to have a clear vision on which of its marketing strategies are the most efficient and which new aspects must be implemented. Although the results of this research concern the studied faculty, those can be applied to any other educational establishment to study the effectivity of its marketing communication methods.

УДК 336

ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ СУБЪЕКТОВ РЫНКА

Чувилкин Никита Александрович, аспирант

**Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва**

Chuvilkin Nikita, postgraduate, "Financial University under the Government of the Russian Federation", Moscow, chuvilkinnikita@gmail.com

Аннотация. Функционирование финансово-кредитной системы государства оказывает неоспоримое влияние на динамику экономического роста, уровень жизни населения, мобилизацию финансовых ресурсов для развития приоритетных отраслей экономики. Поэтому обеспечение экономической безопасности финансово-кредитной системы, в частности финансово-кредитных отношений субъектов рынка, является важнейшей задачей не только субъектов рынка, но и государства и общества в целом.

Ключевые слова: финансово-кредитная система, экономическая безопасность, стабильность, кризис, финансовые операции.

Финансово-кредитная система выступает основой для решения амбициозных задач развития, стоящих сегодня перед российской экономикой, в частности укрепления финансового суверенитета. Это ключевой компонент национальной и экономической безопасности, определяющий эффективность трансформации сбережений в инвестиции и конкурентоспособность российской экономики. Поскольку экономическая безопасность финансово-кредитной системы является важнейшим элементом экономической системы государства с точки зрения обеспечения ее экономической безопасности, то неоспоримо ее прямое влияние на обеспечение ускоренного инновационного экономического роста.

В научных источниках существуют разные подходы к рассмотрению понятия финансово-кредитной системы. Так, в широком смысле, финансово-кредитная система представляет собой комплекс элементов, рассматриваемых как единое целое – кредитных и некредитных организаций, банковской инфраструктуры, фи-

нансово-кредитного законодательства и финансово-кредитного рынка, находящихся в тесной взаимосвязи друг с другом и с внешней средой.

Финансово-кредитная система представляет собой не только совокупность финансово-кредитных организаций, но и многообразие социально-экономических отношений, которые реализуются через определенные механизмы взаимодействия, отражающие цели функционирования системы и связаны с распределением финансовых ресурсов между различными отраслями, регионами, видами деятельности.

Финансово-кредитные отношения субъектов рынка реализуются в процессе хозяйственной и банковской деятельности. Субъектами финансово-кредитных отношений являются организации разных масштабов и форм собственности. Среди данных организаций выделим поставщиков финансово-кредитных услуг и потребителей данных услуг. К поставщикам данных услуг можно отнести финансовые организации, в том числе кредитные и некредитные. При обеспечении экономической безопасности финансово-кредитных отношений субъектов рынка первостепенную роль играют финансовые организации, субъектный состав которых изменяется с развитием цифровых технологий, построением экосистем и увеличением спектра дистанционных финансовых услуг.

Субъектный состав организаций, осуществляющих операции с денежными средствами и иным имуществом, отражает рост субъектов финансово-кредитных отношений и многообразие операций, в которые включены не только банковские операции, но и операции между организациями, юридическими и физическими лицами не только с денежными средствами, но движимым и недвижимым имуществом, а также с денежными цифровыми активами, что несомненно актуализирует вопросы обеспечения экономической безопасности в каждой отдельно взятой организации.

С позиции системного подхода финансово-кредитная система носит устойчивый характер и обладает наличием сформированных взаимосвязей, что обусловлено большинством кредитно-финансовых операций, осуществлением межбанковских расчетов, взаимодействием с рыночными институтами и организациями, юридическими и физическими лицами [2]. В то же время следует учитывать нарастание общей нестабильности и изменчивости в финансово-кредитной системе, вызванными финансово-экономическими кризисами, состоянием экономической ситуации в стране, влиянием мировых рынков, санкциями со стороны других государств, что отражается на экономической ситуации в стране.

Аналогичное влияние на экономику не только России, но и всего мира оказал кризис, вызванный пандемией коронавирусной инфекции COVID-19: экономическая активность снижается, а нестабильность на финансовых рынках и волатильность цен на основные сырьевые товары способствуют возникновению экономического кризиса.

В условиях пандемии коронавирусной инфекции банки оказали значительную поддержку экономике, предоставив кредитные ресурсы тогда, когда она больше всего в этом нуждалась.

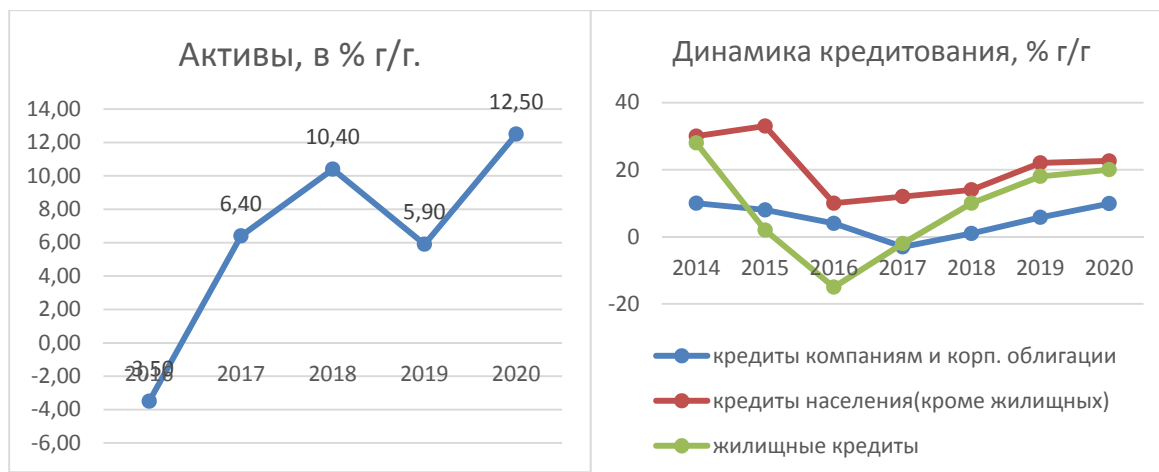


Рисунок 1. – Активы кредитных организаций

Источник: составлено автором на основе данных Банка России [4]

Рисунок 2. – Динамика кредитования

Источник: составлено автором на основе данных Банка России [4]

Организации наращивали валютные депозиты опережающими темпами: за 2020 год валютные депозиты в долларовом выражении возросли на 19,3%, тогда как рублевые депозиты – на 14,1%. Активы кредитных организаций (без учета валютной переоценки) в 2020 году увеличились на 12,5% (в 2019 году – на 5,9%), до 103,8 трлн рублей, что видно на рисунке 1.

Портфель *розничных кредитов* за 2020 год вырос на 13,5% (за 2019 год – на 18,6%), до 20 трлн рублей (19,3% активов сектора), показано на рисунке 2 Основным драйвером роста розничного кредитования были ипотечные жилищные кредиты в значительной степени за счет действующих государственных программ.

Кризисные явления коснулись всех отраслей экономики, однако в разной степени, в зависимости от продолжительности действия. Но финансово-кредитная система оказалась более устойчива за счет повышения капитализации и регуляторных ограничений.

Таким образом, динамично развивающиеся финансово-экономические кризисы, угрозы внешней среды, дестабилизация на мировых рынках приводят к росту актуальности обеспечения экономической безопасности финансово-кредитной системы, заставляя элементы финансово-кредитной системы перейти на переосмысление вопросов в обеспечении экономической безопасности.

Экономическая безопасность тесно связана с такой характеристикой как устойчивость, которая отражает стабильность и надежность структур и элементов системы.

Стабильность финансово-кредитной системы влияет на способность аккумулировать финансовые активы, гарантировать доступ к данным активам всего населения, способствует эффективному перераспределению ресурсов и доходов. [3]. Соответственно финансово-кредитные отношения, выполняя роль посредничества, обеспечивают инвестиционный процесс, мобилизуя сбережения для инвестирования, и гарантируют эффективное использование этих средств, задействуя инновационный потенциал. Что оказывает влияние на такие факторы как рост производительности, повышение эффективности распределения ресурсов, расширение ликвидности, увеличение долгосрочных инвестиций компаний и пр. Что повышает роль финансово-кредитной системы в социально-экономическом разви-

тии России и повышает актуальность обеспечения экономической безопасности отношений субъектов, реализуемых в финансово-кредитной сфере. Поскольку, с точки зрения системного подхода, нарушение взаимосвязей и взаимоотношений элементов системы приведет к нестабильности всей финансово-кредитной системы.

Список использованных источников

1. Ассоциация Банков России. Аналитические материалы Ассоциации. [Электронный ресурс]. URL: <https://asros.ru/analytics/> (Дата обращения 26.09.2021г.)
2. Безденежных В. М. О социально-экономических системах высокого уровня сложности как объектах обеспечения экономической безопасности / В. М. Безденежных, Н. Г. Синявский // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т. 1. № 9. – С. 56–66.
3. Каранина Е.В. Финансовая безопасность (на уровне государства, региона, организации, личности): монография / Е. В. Каранина. – Киров: ФГБОУ ВО «ВятГУ», 2015. – 239 с.
4. Центральный Банк Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/> (Дата обращения 29.09.2021г.)

УДК 339.13

МАРКЕТИНГОВАЯ ОЦЕНКА НАДЕЖНОСТИ ИНОСТРАННЫХ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ

Шевченко Наталья Владимировна, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Shevchenko Natallia, senior teacher, Belarusian National Technical University,
n.shevchenko2010@mail.ru

Аннотация. В статье обсуждаются вопросы оценки надежности деловых партнеров, мотивы выхода компаний на внешние рынки, важность проведения комплексной проверки новых бизнес-партнеров, способы поиска информации о зарубежных компаниях.

Ключевые слова: зарубежные рынки, деловые партнеры, компания, сотрудничество, информация, оценка.

Для нового этапа рыночной трансформации экономики Республики Беларусь необходимо усилить внимание на проблемы разработки долгосрочных маркетинговых стратегий на предприятиях, адаптированных с точки зрения как ресурсных возможностей предприятия, так и с точки зрения внешних рыночных возможностей и ограничений. Актуальность, важность маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятий и компаний определила тематику написания данной статьи. Разработка и выбор стратегий поиска зарубежных партнеров и маркетинговая оценка надежности бизнес-партнеров являются ключевыми вопросами во внешнеэкономической деятельности предприятий и компаний.

Чрезвычайно сложной задачей является выход на иностранный рынок для предприятий и компаний, работающих ранее только на внутреннем рынке. Международное сотрудничество и поиск иностранных партнеров требуют значитель-

ных временных затрат и поиска новых транспортных решений, подвергаются влиянию и местных, и мировых законодательных актов.

На международной арене компании сегодня сталкиваются с жесткой конкурентной борьбой. Успехи на иностранных рынках могут быть достигнуты при использовании современных инструментов маркетинга. Современные международные маркетинговые мероприятия уже не связаны с элементарными мероприятиями рекламы и сбыта, они стали весьма обширными и охватывают различные стороны взаимодействия коммерческих партнеров на мировом рынке [2].

Таким образом, мотивы для выхода предприятий и компаний на зарубежные рынки могут быть следующие: стремление повысить эффективность использования имеющихся производственных мощностей; стремление приобретать известность компании-экспортера в стране; стремление повысить финансовое благосостояние путем экспорта для модернизации производства, стремление получить иностранную валюту; преимущество перед конкурентам в стране; стремление работать на зарубежных рынках в условиях низкой конкуренции за пределами страны [4].

Каждый руководитель обычно хочет, чтобы взаимоотношения с зарубежными партнерами были равными, без срыва. В связи с этим возникает необходимость собора и анализа всех необходимых сведений о партнерской фирме до того, как компания начинает работать с ней или переходит на новый уровень взаимодействия.

Проведение комплексных оценок в достаточной степени в процессе подготовки к сотрудничеству с зарубежной партнерской компанией позволяет руководителям избежать значительных временных затрат, денежных и других ресурсов, а также обеспечивает положительные результаты сотрудничества с компаниями - партнерами.

Если белорусская или иностранная компания не проводит оценку своих потенциальных партнеров, существует вероятность, что хотя бы одна из компаний может быть относительным новичком, неправильно понимать концепцию, намерение или слова, прозвучавшие при обсуждении аспектов взаимодействия. В связи с этим комплексная оценка является важной для того, чтобы налаживать международное деловое сотрудничество компаниями и предприятиями Беларуси.

Компания, которая не проводит комплексную оценку своих бизнес-партнеров, рискует лишиться денег, собственности, конфиденциальности, работы. Не исключено, что против нее может быть начато судебное преследование.

Работа с зарубежными компаниями-партнерами состоит из:

- установления контактов с партнером;
- стратегии контакта консультантов с клиентами;
- составления клиентской базы;
- программы лояльности клиентов.

При сборе сведений об оцениваемой компании необходимо выяснить, существуют ли в отношении её какие-то судебные разбирательства. Значительную часть необходимой информации можно собирать в процессе проверки кредитоспособности фирмы. Поэтому особенно на начальном этапе комплексной оценки желательно запрашивать необходимую информацию у компании без посредников, а также получить ту же информацию в процессе сбора и анализа данных компании или проверки кредитоспособности компании. Если обнаружены существенные различия между информацией, сообщаемой самой компанией, и данными,

представленными в других источниках, и фирма, проведя анализ, сможет это выяснить, то стоит воздерживаться от потенциального сотрудничества.

В процессе официального комплексного оценивания потенциального зарубежного партнера можно запрашивать различную информацию – от копий одного финансового документа до полного изучения юридических, финансовых, производственных и экологических вопросов [3].

На фирме или предприятии закупаются товары или услуги для производства иных товаров и сервисов. Уделяется особое внимание возможностям снижения цены контракта и качеству поставляемой продукции и компонентов. Важно четко понимать тип иностранного заказчика. Это необходимо для выполнения продавцом каких-либо задач и, в конце концов, заключения контракта.

Особую роль в источниках информации по оценке иностранных партнеров занимают каталоги фирм. Они публикуются в агентствах информационно-справочного характера, ассоциациями, торгово-промышленными палатами. Есть справочники, включающие компании одного государства, то есть национальные справочники, а также справочники о компаниях из разных стран, международные информационные каталоги. Основное достоинство справочников о фирмах и предприятиях по сравнению со многими другими источниками информации – это возможность охватить большое количество компаний. Справочник является фактически единственным видом источника информации о компаниях, где информация публикуется регулярным и систематизированным образом. Также по отдельным отраслям можно определять объемы производства, мощности производства, какие-то технические особенности выпускаемых изделий. Однако не по каждой компании можно найти всю перечисленную выше информацию.

Еще одним источником информации об иностранных компаниях являются общезакономерные, отраслевые журналы и газеты. Кроме общих сведений о предприятии или компании, там публикуются и другая информация.

Современные технологии сети Интернет позволяют получить информацию по зарубежным рынкам и иностранным партнерам через специальные базы данных. Обычно предоставлением таких данных занимаются информационные компании. Они предоставляют своим заказчикам возможность быстро получить необходимую информацию.

Следует также учитывать, что многие официальные данные, отраслевые, демографические и иные данные об иностранных фирмах, являются более доступными в зарубежных странах. К примеру, это касается показателей количества и состава общей численности всех предприятий и организаций, основных показателей их функционирования в национальной экономике. Данная статистика необходима при выборке для количественных исследований в категориях B2B [2].

Для исследования контрагентов иностранных государств фирмы используют не только свои информационные каналы, но также обращаются за помощью к специализированным организациям. Торгово-промышленная палата и Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь оказывают услуги информационного характера для компаний нашей республики.

Компаниями особое внимание должно уделяться получению оперативной и четкой информации о качестве предоставляемых сервисов, выявлению и изучению новых потребностей и запросов клиентов, необходимо убедить партнера в правильности выбора, увеличить продажи и закрепиться на новом рынке. В боль-

шинстве случаев выбор контрагента будет зависеть от характера сделки внешне-экономического характера и от объекта сделки внешнеэкономического характера.

При выборе страны для сотрудничества, помимо экономических факторов, учитывается характер торговых и политических отношений с этим государством. Предпочтение уделяется тем странам, с которыми уже налажены бизнес-отношения, имеется договорно-правовая основа.

Наиболее важно устанавливать контакты с потенциальными партнерами, основанные на прямых связях:

- направлять коммерческие предложения непосредственно для одного или нескольких потенциальных покупателей;
- принимать и подтверждать заказ клиента;
- в ответ на запрос покупателя направлять коммерческое предложение, указав конкретные условия будущего соглашения;
- принимать участие в торговых мероприятиях путем предоставления тендерного предложения организаторам торгов.

Потенциальному партнеру направляют деловое письмо, содержащее информацию о намерении провести переговоры с целью заключения конкретного договора. В своей работе компании могут применять рамочные договоры, способствующие более быстрому взаимодействию с партнерами. Такие договоры заключаются на определенный срок и сумму. Это позволяет совершать многократные сделки в рамках лимита денежных средств, указанных в договоре.

В заключение необходимо отметить, что для оценки иностранных партнеров необходимо провести подробный анализ, а также маркетинговую оценку деятельности и надежности иностранного партнера. Не осуществляя комплексную оценку своих бизнес-партнеров, существует огромный риск потери денег, собственности, конфиденциальности. Каждый сотрудник компании должен собирать и анализировать все необходимые сведения о партнерских компаниях до начала своей работы и перехода сотрудничества на новый уровень. Правильный выбор партнеров для торговли и сотрудничества очень важен, поэтому для предприятий и организаций, стремящихся к внешней торговле, необходимо правильно организовать, методически наладить эту деятельность. Осуществлять сбор сведений о фирмах импортерах необходимо не только при подготовке с ними переговоров. Данную работу нужно проводить детально и постоянно.

Список использованных источников

1. Алексунин, В.А. Международный маркетинг: учеб. пособие / В.А. Алексунин. – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2000. – с. 160.
2. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.Л. Абаева, В.А. Алексунина. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 362 с.
3. Совершенствование стратегии продвижения продукции на внешнем рынке [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://knowledge.allbest.ru/marketing>. – Дата доступа: 15.10.2021.
4. Павлов, С. Успех за рубежом зависит от совместных предприятий [Электронный ресурс] / Павлов С. – Режим доступа: http://www.expert.ru/magazine_auto/2000/02/gomez. – Дата доступа: 15.10.2021.

УДК 338.3

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шумак Жанна Геннадьевна, ассистент

Полесский государственный университет

Shumak Zhanna, assistant PhD, Polessky State University, shymak_jg@mail.ru

Аннотация. В статье изложены результаты оценки компонентов ресурсного потенциала мясоперерабатывающих предприятий Брестской области, установлены периоды интенсивного/экстенсивного использования ресурсов; выявлены тенденции ухудшения качественных и количественных характеристик ресурсов.

Ключевые слова: ресурсы, ресурсный потенциал, управление, эффективность, ресурсоотдача, ресурсосбережение.

При постоянном усилении конкурентной борьбы предприятия вынуждены искать внутренние резервы для повышения эффективности своей деятельности. Необходим высокий уровень менеджмента, обеспечивающий выбор стратегии развития, методику принятия управленческих решений и определение необходимых организационных мероприятий. Чтобы оставаться конкурентоспособным предприятию необходимо своевременно определять новые направления в своей деятельности и концентрировать ограниченные виды ресурсов на производстве товаров, обеспечивающих коммерческий успех. Данные задачи обуславливают необходимость формирования такой системы управления ресурсами, которая позволит предприятию в полной мере реализовать свои возможности и противостоять угрозам.

Для отечественных предприятий мясоперерабатывающей промышленности характерны недостаток собственных финансовых ресурсов и высокая изношенность производственного оборудования в совокупности с нестабильным уровнем спроса на выпускаемую продукцию, что определяет необходимость формирования системы управления ресурсным потенциалом, способствующей сбалансированному использованию как внутренних так и внешних возможностей развития предприятия с учетом динамично развивающейся рыночной конъюнктуры.

В соответствии с комплексным подходом к оценке ресурсного потенциала, изложенным в [1], нами проведен компаративный анализ эффективности использования ресурсов на интервале времени протяженностью в 11 лет (2009-2019 годы) по выборке, состоящей из трех предприятий мясоперерабатывающей промышленности Брестской области, функционирующих в сходных экономических условиях, конкурирующих друг с другом, имеющих отличия в уровнях менеджмента, техники и технологии производства, который показал следующие сходства:

– наличие устойчивой тенденции к росту показателя материалоотдачи на протяжении длительного периода времени (2012-2019 годы), характерное для всех предприятий региона;

– узкий диапазон значений колебания материалоотдачи на протяжении всего анализируемого периода. Так, материалоотдача принимает значения от 1,145 руб./руб. до 1,627 руб./руб. при среднем значении показателя по всей выборке предприятий равном 1,362;

– синхронное движение материалоотдачи и коэффициента оборачиваемости на протяжении 2009-2019 годы (периоды незначительного увеличения или снижения данного показателя совпадают по всем предприятиям выборки);

– начиная с 2016 года для всех предприятий выборки характерно превышение темпов роста материальных затрат над темпами роста объемов производства;

– динамика фондоотдачи свидетельствует о наличии устойчивой тенденции к росту данного показателя лишь для ОАО «Брестский МСК», что обуславливает необходимость принятия мер по повышению эффективности использования основных фондов на остальных мясокомбинатах региона. Схожесть уровня фондоотдачи по выборке отмечена только за период 2012-2015 годы.

– для всех предприятий региона характерно значительное отклонение выработки на одного работника от ее среднего значения, а также несоответствие рыночного соотношения между продуктивностью труда и его оплатой.

В целях большей объективности оценки ресурсного потенциала определена степень волатильности показателей ресурсоотдачи (фондоотдача, материалоотдача, трудоотдача, коэффициент оборачиваемости, рентабельность продукции, рентабельность продаж) В нашем случае она измеряет, насколько широко значения частных показателей ресурсоотдачи рассеяны от их среднего. Чем выше волатильность, тем выше риски. Рассчитывая волатильность показателя за достаточно длительный интервал времени (11 лет) относительно его среднего значения в этом периоде, мы тем самым включаем в ее величину изменчивость внешней среды (таблицы 1-2).

Таблица 1. – Степень изменчивости показателей ресурсоотдачи в разрезе мясоперерабатывающих предприятий Брестской области за период 2009-2019 годы

Показатель	ОАО «Березовский МКК»	ОАО «Брестский МСК»	ОАО «Пинский МСК»	По выборке предприятий
Среднее значение фондоотдачи, руб./руб.	2,245	3,864	2,777	2,962
Стандартное отклонение фондоотдачи	0,653	0,911	0,323	0,945
Среднее значение материалоотдачи, руб./руб.	1,413	1,392	1,283	1,362
Стандартное отклонение материалоотдачи	0,093	0,134	0,071	0,115
Среднее значение выработки, тыс.руб./чел.	31,214	35,803	27,955	31,657
Стандартное отклонение выработки на одного работника	5,860	6,383	4,606	6,386
Среднее значение коэффициента оборачиваемости, обороты	4,689	6,7	5,464	5,677
Стандартное отклонение коэффициента оборачиваемости	1,432	1,063	1,087	1,418

Примечание – рассчитано автором

Следует отметить, что на протяжении всего анализируемого периода наиболее эффективно использование основных средств в ОАО «Брестский МСК» – среднегодовое значение фондоотдачи составило 3,864 руб./руб. и степень волатильности фондоотдачи выше, чем у остальных предприятий (0,911), что указывает на ее значительные колебания в исследуемом периоде под воздействием факторов внешней среды.

Для всех предприятий Брестской области характерно незначительное отклонение материалоотдачи от ее среднего значения, которое свидетельствует о низкой степени изменчивости исследуемого показателя. Самое низкое значение стандартного отклонения в ОАО «Пинский МСК» – 0,071. Следовательно, величина материалоотдачи менее подвержена влиянию факторов внешней среды, по сравнению с другими показателями ресурсоотдачи.

Отметим, что в ОАО «Пинский МСК» самый низкий уровень трудоотдачи (в среднем за период 2009-2019 годы показатель составил 27,955 тыс. руб./чел.), следовательно менеджмент на предприятии нуждается в более детальном исследовании.

Более эффективно использует оборотные средства ОАО «Брестский МСК» (среднегодовое значение коэффициента составило 6,7 оборотов), наименее эффективно – ОАО «Березовский МКК» (4,689 оборотов). Для всех предприятий Брестской области характерно незначительное отклонение коэффициента оборачиваемости от ее среднего значения, которое свидетельствует о низкой степени волатильности исследуемого показателя под воздействием факторов внешней среды.

Таким образом, наиболее подверженным к изменчивости является показатель выработки на одного работника, о чем свидетельствует высокий уровень его волатильности – 6,386, рассчитанный в целом по выборке за период 2009-2019 годы. Наименьшая степень волатильности установлена для показателя материалоотдачи – 0,115. Это можно объяснить воздействием рыночной конъюнктуры, так как цены на мясное сырье различаются по мясоперерабатывающим организациям Брестской области не столь существенно, как на другие ресурсы, в том числе и оплату труда.

Таблица 2. – Степень волатильности показателей рентабельности в разрезе мясоперерабатывающих предприятий Брестской области

Предприятие	Среднегодовое значение за период 2009-2019 годы, %		Стандартное отклонение	
	рентабельность продукции	рентабельность оборота	рентабельность продукции	рентабельность оборота
ОАО «Березовский МКК»	6,6	3,8	0,025	0,018
ОАО «Брестский МСК»	8,3	4,4	0,025	0,024
ОАО «Пинский МСК»	6,9	2,6	0,035	0,022
По выборке предприятий	7,3	3,6	0,029	0,022

Примечание – рассчитано автором

Результаты расчетов показывают, что для всех предприятий Брестской области характерна низкая степень волатильности показателей рентабельности: значения находятся в интервале от 0,018 до 0,035. Более высокий среднегодовой уровень рентабельности в ОАО «Брестский МСК»: 8,3% – рентабельность продукции, 4,4% – рентабельность оборота. Установлено, что на протяжении всего анализируемого периода для всех предприятий региона характерен невысокий уровень показателей рентабельности. В среднем по выборке предприятий за весь исследуемый период рентабельность продукции составила 7,3%, рентабельность оборота – 3,6%. Данные факты объясняются, с одной стороны, значительной суммой затрат на производство продукции, а с другой, – недостаточностью суммы прибыли в организациях, на которую в свою очередь влияет чувствительность мясоперерабатывающего производства к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды. Кроме того, оказывали влияние на доходность, во-первых, диспаритет цен на сырье и конечную продукцию; во-вторых, явное недоиспользование производственной мощности, о чем свидетельствовала скачкообразная динамика отдельных показателей по периодам исследования; в-третьих, наращивание в отдельных случаях объемов переработки мяса и производства мясной продукции с большими ресурсозатратами, что делало производство низкорентабельным или убыточным; в-четвертых, недооценка возможностей продуманной политики и развития персонала.

На наш взгляд, общая оценка эффективности использования ресурсов и результативности бизнес-деятельности мясоперерабатывающих предприятий Брестского региона может быть дана на основе сравнения интенсивности изменений таких показателей как прибыль от реализации продукции, выручка от реализации продукции и материальные затраты. При этом оптимальным будет считаться следующее соотношение:

$$ИРп > ИРв > ИРмз > 1$$

где ИРп – индекс роста прибыли от реализации продукции к уровню предыдущего года;

ИРв – индекс роста выручки от реализации продукции к уровню предыдущего года;

ИРмз – индекс роста материальных затрат к уровню предыдущего года.

На основании расчетов вышеуказанных индексов, нами определены периоды экстенсивного и интенсивного использования ресурсов, характерные для всех исследуемых предприятий Брестской области. Повышение эффективности использования материальных ресурсов наступает после периода интенсивного использования основных производственных средств и указывает на ресурсосбережение. Интенсивность использования ресурсов нарастает на временном лаге с 2013 года по 2016 год и совпадает с периодом оптимального соотношения индексов роста прибыли от реализации продукции, выручки от реализации продукции и материальных затрат.

Особой изменчивостью направлений и темпов изменения отличается стоимость материальных затрат. Высокий индекс ее роста, характерный для всей совокупности анализируемых предприятий на интервале 2011-2012 годы обусловлен мировым финансовым кризисом, процессами девальвации на внутреннем рынке и ростом цен на мясное сырье из-за последствий африканской чумы. Опережающие темпы роста стоимости материальных ресурсов по отношению к темпам роста выручки от реализации продукции на протяжении длительного периода времени,

характерное для всех предприятий Брестского региона свидетельствует о необходимости поиска резервов повышения эффективности функционирования предприятий за счет снижения материальных затрат.

Результаты компаративного анализа ресурсного потенциала показали наличие фактов и явлений в бизнес-деятельности мясоперерабатывающих предприятий, существенно отягощающих ее и свидетельствующих о существовании недоиспользованных возможностей. Данные об эффективности использования ресурсного потенциала конкретными производителями мясной продукции дают основания признать неоднозначной их позицию на рынке мясопереработки вследствие неординарных управленческих решений специалистов бизнес-подразделений и неодинакового уровня развития персонала. Достигнутые темпы роста прибыли и выручки от реализации продукции не раскрывают способа разрешения противоречия между ограниченностью ресурсов и ростом продаж продукции: произошло ли увеличение производственных возможностей или (и) повысилась эффективность использования ресурсов. Следовательно, совокупность показателей ресурсоотдачи не в состоянии выступать единственным индикатором оценки ресурсного потенциала предприятия и в этой роли использоваться как для целеполагания, так и при формировании основных направлений ресурсосбережения в системе диагностики эффективности управления ресурсным потенциалом. В таких условиях традиционный подход к оценке ресурсного потенциала малопродуктивен и должен быть дополнен дополнительными индикаторами, не привязанными к показателям продаж.

Список использованных источников:

1. Шумак, Ж.Г. Оценка ресурсного потенциала предприятия на основе комплексного подхода / Ж.Г. Шумак // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сб. тр. XII межд. науч.–практ. конф.; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2018. – С. 161-163.

СОДЕРЖАНИЕ

ВОПРОСЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕТОДИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ФИНАНСОВО-БАНКОВСКОГО ПРОФИЛЯ

Аксенчик Н.В. Использование дидактического и технико-технологического потенциала информационно-образовательной среды учреждения высшего образования при обучении иностранным языкам.....	3
Гориш И.В. К проблеме моральной мотивации субъектов предпринимательской деятельности.....	6
Евстафьев В.А., Долгун А.В. К вопросу о понятии «санкции» в современных международных отношениях.....	9
Зинович О.Ю. Информационная культура преподавателя иностранного языка и ее феноменологические аспекты.....	12
Колонтай А.А., Прибыльская Г.В. The role of digital marketing in social networks.....	14
Корженевич Ю.В. Обучение студентов лингвистического профиля профессиональной лексике английского языка.....	18
Korolchuk L. Peculiarities of teaching a foreign language with professional orientation of students of economic specialties.....	22
Лазарева Е.Н. Оценка эффективности развития у обучающихся неязыковых вузов умений преодоления грамматической интерференции...	25
Лоцицкая И.М. Реализация принципа преемственности в обучении в условиях цифровизации.....	28
Лоцицкий В.Л. Условия преодоления некорректного учебного поведения в системе обучения студентов экономических специальностей учреждения высшего образования.....	33
Лузан А.А. Падкасты у вивучэнні французскай мовы.....	38
Метельская А.П., Прибыльская Г.В. Production resources and an efficiency of their use.....	41
Мигун Д.А. Белорусские националистические организации на территории Германии в межвоенный период.....	44
Панов С.В. Тенденции освещения экономического развития Республики Беларусь в школьной учебной литературе по истории.....	48
Прибыльская Г.В. Использование проектной методики при обучении иностранному языку в неязыковом вузе.....	52
Селиванова Е.А. Межкультурное сотрудничество.....	56
Селюжицкая Л.Н. Проблема перевода имен собственных с немецкого языка на русский.....	59
Сорокина А.И. Перспективы развития дистанционного образования.....	62
Супрунюк М.А., Прибыльская Г.В. Green economy.....	66
Татаревич М.В. Иноязычное образование в неязыковом вузе.....	69
Храмцова М.В. Powerpoint presentation as the most challenging and engaging method of teaching.....	73
Шульга М.Л. Перфекционизм и мотивация достижения у студентов экономических специальностей.....	76

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Виноградова А.А. Прогностические аспекты развития экотуризма в Припятском Полесье.....	80
Войтович С.Я. Розвиток сфери санаторно-курортного обслуговування індивідуальних споживачів в системі сталого розвитку економіки.....	85
Грабар Р.Н. Проблемы взаимодействия частного и государственного секторов в Республике Беларусь и пути их решения.....	88
Гречишкина Е.А., Зубко А.И. Особенности туристической деятельности в условиях пандемии Covid-19.....	93
Гречишкина Е.А., Громадский А.И. Интернет-маркетинг как инструмент маркетинговой деятельности предприятия.....	95
Громова М.А. В чем заключается разница между стратегией и бизнес-моделью?.....	99
Дворядкина Е.Б., Елисеева А.А. Особенности развития персональных услуг в условиях постиндустриального общества.....	101
Джалилов Э.В. Устойчивое развитие муниципальных образований индустриального типа.....	105
Добринец Я.И. Обеспечение деятельности бюджетных организаций в Республике Беларусь.....	108
Завидівська О.І., Гуль І.Г. Вплив пандемії Covid-19 на показники робочого часу та доходів працівників.....	112
Зборина И.М. Ключевые аспекты формирования «зеленого» человеческого капитала.....	116
Карпенко М.С. Анализ и оценка рынка страхования в Республике Беларусь.....	118
Kievich D.A. Real estate in the Czech Republic: number one investment or a price shock.....	124
Колосовская Е.М., Друк В.Ю. Анализ действующих финансовых механизмов развития стартапов в Республике Беларусь.....	129
Криворучко В.О. Проблеми та перспективи імплементації управління знаннями в закладі вищої освіти.....	133
Liu Peng, Davydova N. Development characteristics and problems of china's digital economy industry.....	136
Лавринович А.В., Сорокина А.И. Signs of organization aging as an actual issue of modern management.....	138
Лещух І.В. Глобалізація: сучасні тренди та виклики для розвитку економіки.....	142
Ливенский В.М. Общая характеристика рынка личного страхования в Республике Беларусь.....	144
Логвинова В.А., Прокопец Т.Н. Особенности организации внутреннего аудита на сервисных предприятиях.....	152
Метельская А.П., Прибыльская Г.В. Production resources and an efficiency of their use.....	156
Микшаня Т.А. Структурный анализ рынка ценных бумаг в Республике Беларусь.....	159
Пинчук Д.А. Система сбыта на предприятии и пути ее совершенствования.....	165

Павлов К.В., Ильин С.Ю. Процесс формирования системы показателей ведения электронного бизнеса.....	169
Павлюк Л.В., Савош Л.В. Методи оптимізації фінансових потоків підприємства.....	173
Патицька Х.О. Тенденції зміни поведінки суб'єктів економіки в умовах пандемії Covid-19.....	177
Петрушкевич А.А., Копытовских А.В. Анализ состояния сбора и переработки отходов из пластика в Республике Беларусь на примере Брестской области.....	181
Радцевич А.В. Цифровая трансформация налогового контроля в Республике Беларусь.....	183
Рыбалко Ю.А., Апанасович А.В. Оценка конкурентоспособности предприятия и разработка комплекса мероприятий по ее повышению.....	188
Рыбалко Ю.А., Зубко Е.И. Оценка транзакционного сектора Республики Беларусь.....	191
Сайтоджов К.Дж., Тихоновская Ю.О. Финансовое планирование: принципы и перспективы развития в Республике Беларусь.....	195
Сизова Ю.О. Управление рисками организаций.....	198
Соснина Н.Г. Нормативно-правовое обеспечение развития дополнительного образования в экономике региона.....	201
Строк О.А. Сущность понятий цифровизация и цифровая трансформация.....	205
Тихоновская Ю.О., Тихомирова А.С. Влияние социальной ответственности на индекс человеческого развития.....	208
Фечина А.О. Российская модель финансирования рынка телемедицинских услуг.....	212
Храбрая А.С., Сорокина А.И. Marketing communication analysis of the belarusian educational institutions.....	215
Чувилкин Н.А. Вопросы обеспечения экономической безопасности финансово-кредитных отношений субъектов рынка.....	218
Шевченко Н.В. Маркетинговая оценка надежности иностранных деловых партнеров.....	221
Шумак Ж.Г. Эффективность использования ресурсов в контексте управления ресурсным потенциалом предприятия.....	225

Научное издание

СБОРНИК

научных статей

ХII международной научно-практической конференции
по вопросам финансовой и банковской экономики
**«БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА:
УСТОЙЧИВОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»**

Часть II

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
29 октября 2021 г.

За содержание и достоверность информации
в материалах сборника отвечают авторы

Подписано в печать 16.12.2021. Формат 60×84/16 Гарнитура Times
Усл. печ. л. 13,54. Уч.–изд.л. 15,72. Тираж 16. Заказ № 326 .

Отпечатано в учреждении образования
«Полесский государственный университет»
225710, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23