

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО

МАТЕРИАЛЫ

XVII международной молодежной научно–практической конференции “Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси”

**Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
14 апреля 2023 г.**

Часть I

Пинск 2023

УДК 330
ББК 65
Н 34

Редакционная коллегия:
Дунай В.И. (гл. редактор),
Ржевская Т.А., Маринич Т.В., Штепа В.Н., Чешевик В.Т.

Рецензенты:

Гречишкина Е.А., заведующий кафедрой маркетинга и международного менеджмента,
кандидат экономических наук, доцент;
Давыдова Н.Л., заведующий кафедрой банкинга и финансовых рынков,
кандидат экономических наук, доцент;
Зборина И.М., заведующий кафедрой экономики и бизнеса,
кандидат экономических наук, доцент;
Лисовский М.И., заведующий кафедрой финансового менеджмента,
кандидат экономических наук, доцент;
Рыбалко Ю.А., начальник научно-инновационного отдела,
кандидат экономических наук, доцент;
Тихоновская Ю.А., заместитель декана факультета экономики и финансов по научной работе.

Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы XVII международной молодежной научно–практической конференции, УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 14 апреля 2023 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В. И. Дунай [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2023. – 567 с.

ISBN 978–985–516–770–0(Ч.1)
ISBN 978–985–516–769–4

Приведены материалы участников XVII международной молодежной научно–практической конференции «Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси».
Материалы изложены в авторской редакции.

УДК330
ББК 65

ISBN 978–985–516–770–0 (Ч.1)
ISBN 978–985–516–769–4

© УО «Полесский государственный университет», 2023

БАНКОВСКАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336

РИСКИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В БАНКОВОМ СЕКТОРЕ

А.А. Белевич, 2 курс

Научный руководитель – О.А. Кукса, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

С одной стороны, по своей природе банки консервативны и стараются снизить любые риски. С другой стороны, банки относятся к числу тех компаний, которые сталкиваются с цифровыми технологиями в своей работе на ежедневной основе и сектором, который первым внедряет результаты НТП. Научно-технический прогресс открыл возможности для снижения затрат на использование цифровых технологий. Они позволяют перейти от подхода, основанного на продукте, к подходу, ориентированному на клиента. [1]

В настоящее время принято несколько определений термина «цифровизация». Согласно Gartner, цифровизация представляет собой совершенствование существующих бизнес-моделей, появление новых возможностей для создания добавленной стоимости с помощью цифровых технологий. Она охватывает несколько областей, среди которых: изменения в мышлении, изменения в руководстве, внедрение технологий, цифровизация ресурсов и освоение инноваций. [2]

Внедрение банковских цифровых платформ направлено как на появление новых преимуществ для клиентов, так и на создание собственной экосистемы. Появление сервисов, ориентированных на малый бизнес (например, онлайн-бухгалтерии, оперативного учета, автоматического прогнозирования прибыли), которые смогут в нее входить, позволит гораздо лучше и точнее учитывать потребности потребителей. [3]

Согласно К. Мэтту, цифровая трансформация – это сложный процесс, который включает: изменения в создании стоимости, структурные изменения и использование технологий и финансовых аспектов – и призван решить проблемы, с которыми в настоящее время сталкиваются банки. [2]

Белорусское государство активно поддерживает цифровую трансформацию, сектор финтех-компаний, мобильный формат банковского обслуживания и передовые технологии. С 2017 года в Республике Беларусь взят курс на цифровизацию. Так, был принят Декрет № 8 «О развитии цифровых технологий». Отдельной «цифровой гордостью» страны стал Парк высоких технологий, обсуждалось создание министерства цифровой экономики и учреждения IT-вуза. [4] На данный момент, в целях обеспечения внедрения информационно-коммуникационных и передовых производственных технологий в отрасли национальной экономики и сферы жизнедеятельности общества Советом Министров Республики Беларусь была принята Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 гг.

Цифровая трансформация банков включает:

- дистанционное банковское обслуживание;
- платежные сервисы и приложения;
- карточные продукты и смарт-контракты;
- кросс-партнерство (партнерство по обмену базами клиентов);
- кибербезопасность (защита персональных данных);
- робоэдвайзинг – роботы-советники на основе искусственного интеллекта;
- удаленная идентификация, биометрия (распознавание) для контроля доступа к информации, включая как отпечатки пальцев или сетчатку глаза, так и поведенческую биометрию;
- аналитика персонального подбора услуг под клиента;
- использование платформ искусственного интеллекта. [5]

Трансформационные изменения характеризуются рядом преимуществ, однако в тот же момент сопровождаются новыми рисками: как системными (в случае широкого распространения деятельности банка или новой технологии), так и на микроуровне. Положительные и отрицательные последствия цифровизации приведены в таблице.

Таблица – Положительные последствия и риски цифровизации на микро- и макроуровне.

Уровень	Положительные последствия	Отрицательные последствия (риски)
Микроуровень	удобство использования цифровых технологий	новые операционные (кибер) риски
	более широкий доступ к финансовым услугам	защита прав потребителей
	более низкие транзакционные издержки	вопросы конфиденциальности данных, рекламы и раскрытия информации
	более точная оценка рисков	медленная адаптация к новым конкурентным условиям
	повышение эффективности традиционных участников	появление новых системно значимых институтов
	расширение спектра инструментов финансирования и инвестирования	снижение рентабельности традиционных участников и стоимости бренда
Макроуровень	содействие развитию конкуренции на финансовом рынке	Риск утечки информации и мошенничества
	повышение доступности, качества и ассортимента финансовых услуг	риск сопротивления внедрению цифровой экономики
	снижение рисков и издержек в финансовой сфере	риск реализации программы
	повышение уровня конкурентоспособности страны	риск коррупции

Так новые поставщики услуг, подобных банковским будут подвержены известным банковским рискам – риску ликвидности, кредитному риску, рыночному риску и т.д., – что повлияет на общесистемный риск. Сотрудничество между бигтехами и банками может удлинить посреднические цепочки, что вызывает опасения по поводу распределения рисков.

Помимо финансовых рисков, цифровизация также сопряжена со значительными нефинансовыми рисками как для банков, так и для финтехов и бигтехов. Эти риски связаны с несколькими факторами: большая концентрация на предоставлении основных услуг; чрезмерно автоматизированные или ИТ-ориентированные услуги, которые могут быть более подвержены кибератакам; доверие к технологии, которая может внезапно устареть; ложное чувство безопасности из-за чрезмерного использования искусственного интеллекта. [6]

Одним из наиболее всем известных рисков является значительное снижение необходимости в человеческом ресурсе в связи с широким применением различных программ по автоматизации, следовательно происходит рост безработицы. Идёт постепенное сокращение количества банковских отделений, что влечет за собой опять же сокращение рабочих мест и усложняет взаимодействие с банком потребителей услуг из категории «50+», не ощущающих комфорт при работе с цифровыми каналами. [3] Очень остро стоят вопросы экономической безопасности, а также риски постепенного стирания грани между собственно банковской деятельностью и небанковскими видами деятельности и увеличения скорости создания новых платежных инструментов, опережающих возможности приспособляемости к ней банковской среды. [7] Есть вероятность, что цифровые компании в скором времени могут вытеснить банки, но данный вопрос является дискуссионным.

Таким образом, цифровая реальность практически стала естественной средой для белорусских банков. Согласно информации, представленной на сайте Беларусбанка по состоянию на 13.01.2022, 75% населения Республики Беларусь – 7 млн человек – являются его клиентами и обслуживаются банком дистанционно. Для нашей республики это довольно большой показатель.

Важно помнить, что любая деятельность, будь то финансовая или нефинансовая, несёт за собой определённые риски. Поэтому необходимо обеспечение баланса между контролем безопасности и приемлемыми рисками с использованием новейших технологий. [3]

В ходе проведённого исследования были выделены следующие основные риски цифровизации в банковской сфере:

- операционные (кибер) риски;
- рост безработицы, как следствие сокращения рабочих мест, социальная напряженность в обществе;
- риск угрозы конфиденциальности данных;
- медленная адаптация к новым конкурентным условиям;
- риск постепенного стирания границ между банковской деятельностью и небанковскими видами деятельности.

Список использованных источников

1. Возможности развития и риски банков в цифровой экономике [Электронный ресурс] // cyberleninka. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-razvitiya-i-riski-bankov-v-tsifrovoy-ekonomike>. – Дата доступа: 24.03.2023.
2. Макарова, И.В. Трансформация банковского сектора в условиях цифровизации экономики России [Электронный ресурс] / И.В. Макарова, А.Ю. Павлика // электронный научно-прикладной журнал “Банковское дело”. – 2022. – Т. 335, №1. – Режим доступа: <https://www.bankdelo.ru/expert-opinion/pub/6301> Дата доступа: 20.03.2023.
3. Цифровизация банковской системы: риски и возможности управления финансовыми активами [Электронный ресурс] // cyberleninka. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-bankovskoy-sistemy-riski-i-vozmozhnosti-upravleniya-finansovymi-aktivami>. – Дата доступа: 18.03.2023.
4. Теляк, О.А. Цифровизация экономики: неэкономические аспекты / О.А. Теляк // Интеграція України у європейський та світовий фінансовий простір: збірник тез XIV міжнародної науково-практичної конференції, приуроченої до 80-річчя Львівського інституту ДВНЗ «Університет банківської справи», 21 травня 2020 року / Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»; редакційна колегія: Л.А. Дудинець, Р.К. Шурпенкова. – Львів, 2020. – С. 26-27.
5. Ефимченко, Д.С. Цифровая трансформация как направление развития банковского сектора Республики Беларусь [Электронный ресурс] // электронный периодический научный журнал SCI-ARTICLE.RU. 2021. – Режим доступа: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1612764986>. – Дата доступа: 18.03.2023.
6. Цифровизация и будущее банков: три сценария [Электронный ресурс] // econs.online. – Режим доступа: <https://econs.online/articles/opinions/tsifrovizatsiya-i-budushchee-bankov-tri-stsenariya/>. – Дата доступа: 20.03.2023.
7. Анализ тенденций развития цифрового банкинга [Электронный ресурс] // edoc.bseu.by. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/83861/1/Shumskiy_53_59.pdf. – Дата доступа: 20.03.2023.

УДК 336.7

ОРГАНИЗАЦИЯ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.Р. Босовец, 2 курс

Научный руководитель – **О.А. Кукса**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Аннотация. В данной статье проведен обзор организации банковского надзора в Республике Беларусь на момент 2023 года.

Ключевые слова: организация банковского надзора, регулирование, эффективность.

Под банковским надзором понимается процесс осуществления внешнего контроля, т.е. отслеживания, наблюдения (мониторинга), проверок и анализа деятельности банковских групп и банковских холдингов для поддержания стабильности банковской системы. В Республике Беларусь органом банковского надзора является Национальный банк.

Также система банковского надзора включает в себя:

- регистрацию и лицензирование банков и НКФО;

- осуществление дистанционного надзора за банками на основании отчетности;
- надзора на местах в виде инспекционных проверок;
- применение соответствующих мер надзорного реагирования к банкам в случае нарушения ими банковского законодательства, ухудшения их финансового состояния;
- реорганизацию и ликвидацию банков;
- системный анализ рисков банковского сектора;
- регулирование и контроль в сфере предотвращения легализации доходов, полученных преступным путем, финансирования террористической деятельности и финансирования распространения оружия массового поражения;
- осуществление валютного контроля. [2]

Постоянное регулирование деятельности, осуществляемой органами надзора, позволяет заранее обнаружить проблемы, которые могут вызвать риск неплатежеспособности банков и их банкротство. Для оценки финансового положения банка, как принято, используют периодическую отчетную документацию и ежегодные финансовые отчеты, которые включают в себя годовой баланс, отчет о прибыли и убытках, пояснительную записку. Обычно, ежемесячно или ежеквартально составляются отчеты о соблюдении нормативов безопасного функционирования [5].

Актуальность данной темы обусловлена тем, что работа по совершенствованию банковского надзора требует повышенного внимания к уже имеющимся проблемным аспектам в деятельности банков. Выход белорусских банков на мировой конкурентный уровень должен сопровождаться приведением в соответствие международным стандартам системы банковского регулирования и надзора.

Основным ориентиром совершенствования банковского надзора является приближение к международным стандартам, разрабатываемым Базельским комитетом по банковскому надзору и другими международными финансовыми институтами, а также последовательное внедрение и следование мировой практике к принципам и подходам банковского регулирования и надзора. При этом необходимо уделять достаточно большое внимание развитию информационно-технической базы, что оговорено в концепции развития банковской системы Республики Беларусь и предусмотрено нормативными правовыми актами [6].

Наиболее актуальными направлениями совершенствования банковского надзора являются вопросы развития банковского законодательства, разработка нормативных документов по контролю за банковскими рисками, внедрение методов диагностики проблем кредитных организаций, организация надзора и оценка рисков на консолидированной основе, перевод банковской системы на международные стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности.

В соответствии с Банковским кодексом Республики Беларусь главными целями банковского надзора являются поддержание стабильности банковской системы и защита интересов вкладчиков и иных кредиторов [1].

Главной стратегической задачей банковского надзора является недопущение системных банковских кризисов.

Национальный банк осуществляет постоянный контроль за соблюдением банками банковского законодательства, устанавливает объем и порядок опубликования (представления) информации, используемой для оценки степени надежности банков, а также квалификационные требования и (или) требования к деловой репутации, предъявляемые к кандидатам на руководящие должности в банках, в органах управления банками [2].

Национальный банк Республики Беларусь осуществляет постоянную работу по повышению эффективности банковского надзора и совершенствованию пруденциальных требований и процедур применительно к банковскому сектору Беларуси путем внедрения международных стандартов, в том числе разработанных Базельским комитетом (Базель II и Базель III), а также по их практическому применению [3].

Для повышения эффективности деятельности банков Национальным банком разработаны требования и рекомендации по организации корпоративного управления, управления рисками и внутреннего контроля в банках, Банке развития, банковских группах и банковских холдингах.

Экономические нормативы используются Национальным банком Республики Беларусь для регулирования безопасного поведения банков на финансовом рынке. Национальный банк осуществ-

ляет дистанционный надзор за их выполнением и по мере необходимости проводит контрольные проверки непосредственно в банках.

Реализация функций Национального банка как органа банковского надзора возложена на Главное управление банковского надзора, Главное управление инспекции [2].

Правлением Национального банка утверждаются нормативные правовые акты в области банковского надзора, принимаются решения о государственной регистрации, реорганизации и ликвидации банков, выдаче специальных разрешений (лицензий) на осуществление банковской деятельности, регулировании деятельности банков в целях безопасного и ликвидного ее осуществления, а также определяются порядок формирования резервов банков и порядок применения к банкам мер воздействия (мер надзорного реагирования) [2].

Решения Комитета по надзору Национального банка являются обязательными для исполнения структурными подразделениями Национального банка. Задачами Комитета по надзору Национального банка в части осуществления банковского надзора являются [1]:

- рассмотрение результатов проверок банков, Банка развития;
- рассмотрение результатов дистанционного анализа деятельности банков, включая результаты оперативного мониторинга выполнения банками нормативов безопасного функционирования, иных пруденциальных требований и индикативных параметров, установленных Национальным банком, Основными направлениями денежно-кредитной политики Республики Беларусь;
- рассмотрение результатов анализа перспективных методологических подходов к оценке капитала и рисков банков, предложений по их внедрению в качестве пруденциальных требований;
- определение мероприятий, направленных на совершенствование банковского надзора.

Национальный банк также является членом Группы банковских надзорщиков стран Центральной и Восточной Европы (BSCEE), в состав которой входят органы банковского надзора 24 государств. Основными целями деятельности Группы банковских надзорщиков стран Центральной и Восточной Европы являются поддержание тесного сотрудничества между надзорными органами стран Центральной и Восточной Европы; оказание помощи в проведении исследований, выполнении образовательных программ и осуществлении других мероприятий, связанных с деятельностью членов Группы; обеспечение возможности обмена опытом в области методологии и практики банковского надзора и иной актуальной информацией [2].

Таким образом, на современном этапе деятельность Национального банка Республики Беларусь должна быть направлена на расширение международных связей, а также совершенствование существующих методов и инструментов надзорной деятельности. Банковский надзор должен способствовать формированию эффективной и конкурентной банковской системы государства, отвечающей потребностям общества в квалифицированных финансовых услугах, предоставляемых по приемлемым ценам. Система банковского надзора в Республике Беларусь целом соответствует мировым стандартам.

Список использованных источников

1. Банковский Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]/ Статья 35. Особенности осуществления банковского надзора на консолидированной основе – Режим доступа: https://kodeksy-by.com/bankovskij_kodeks_rb/35.htm Дата доступа: 16.03.2023.
2. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]/ Организация банковского надзора – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/system/supervisorg> Дата доступа: 16.03.2023.
3. Исполнительный комитет Содружества Независимых Государств [Электронный ресурс]/ Информация о регулятивных режимах в сфере банковского регулирования и надзора в государствах – участниках СНГ – Режим доступа: <https://cis.minsk.by/news/8174/informacia-o-regulativnyh-rezimah-v-sfere-bankovskogo-regulirovania-i-nadzora-v-gosudarstvah---ucastnikah-sng> Дата доступа: 18.03.2023.
4. [Cyberleninka](#) [Электронный ресурс] / Банковский надзор на современном этапе: понятие, цели, принципы – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskiy-nadzor-na-sovremennom-etape-ponyatie-tseli-principy> Дата доступа: 24.03.2023.
5. Ханкевич Л.А. Финансовый и налоговый контроль / Л.А. Ханкевич. – Минск: ТетраСистемс. – 2007. – С.66–68.
6. Кравцова, Г.И. Банковский надзор и аудит / Г.И.Кравцова. – Минск: БГЭУ, 1999. – 376 с.

ЭКОСИСТЕМЫ БАНКОВ И ВОЗМОЖНОСТЬ ИХ ВНЕДРЕНИЯ В БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.С. Буряк, 4 курс

Научный руководитель – Н.Л. Давыдова, к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой банкинга и финансовых рынков
Полесский государственный университет

С развитием научно-технического прогресса происходит усложнение и расширение функций банковской системы. В современных условиях банки являются проводниками развития финтех-продуктов. Кроме традиционных финансовых услуг (денежных расчетов, кредитов и вкладов) банки начинают внедрять нефинансовые сервисы, что повышает лояльность к нему и значительно расширяет клиентскую базу. [1]

Цифровая трансформация коммерческих банков напрямую связана с совершенствованием их экосистемы. Формирование и развитие экосистем является результатом развития технологий, которые позволили объединять в рамках одной платформы большое количество сервисов различного профиля. Основной целью экосистем банков является омниканальность, то есть объединение на банковских платформах разнообразной информации о пользователях с дифференцированными каналами коммуникации. [2]

В современных условиях стимулами к цифровизации банков выступают:

- Потребность клиентов в доступности, качеству персонализации продуктов и услуг: клиенты и пользователи ожидают появления финансовых сервисов в любых информационных системах, а также снижения стоимости услуг и повышения их качества, что обусловлено их высокими требованиями к предоставляемым сервисам и возможностям сравнения продуктов и услуг разных поставщиков;

- Попытки потеснить банки, предпринимаемые компаниями традиционной торговли и телекоммуникаций, путём расширения линейки своих услуг до финансовых сервисов.

Одна из ключевых идей, ради которых организуется экосистема – это интеграция всех сервисов в единое ИТ-пространство с единым идентификатором пользователя. Каждый сервис должен знать практически всё, что происходит с пользователем в других сервисах, и обмениваться информацией. Для корпоративных клиентов – это расчётный счёт, бухгалтерия, интернет-эквайринг, электронный документооборот (ЭЦП) с внешними контрагентами.

Привлекая клиентов через разнообразные сервисы своей ИТ-платформы, функционирующей с помощью открытых API, банк пытается удержать их в орбите своей экосистемы, тем самым реализуя как собственные коммерческие интересы, так и интересы своих партнёров. Помимо помощи в продажах для резидентов экосистемы могут существовать определённые привилегии и бонусы по стоимости финансовых услуг, бесплатному доступу к некоторым информационным сервисам, участию в мероприятиях. Преимуществом для партнёров экосистемы является доступ к клиентской базе и техническим ресурсам компании. Следует отметить, что с помощью высокотехнологичных сервисов банк вовлекает в свою систему наиболее оснащённых информационным и человеческим капиталом экономических агентов, которые смогут обеспечить банку стабильный доход. Следовательно, посредством формирования экосистем на основе ИТ-платформ банк из посредника на денежно-кредитном рынке трансформируется в многопрофильный влиятельный информационный центр управления обществом. [3]

В основе цифровизации сервисов и деятельности банков находится дистанционное банковское обслуживание. Дистанционное банковское обслуживание клиентов является привлекательным механизмом взаимодействия между клиентом и банком и одновременно эффективным инструментом борьбы в межбанковской конкуренции. Банк получает доходы как от клиентов напрямую (комиссии за подключение, за обслуживание, за переводы), так и существенно экономит на операционных расходах (содержание офисов, заработная плата), кроме того, значительные доходы банк может получить, используя Интернет-банк для рекламной деятельности своих партнёров, выступая каналом связи между партнёрами банка и клиентами.

Кроме того, ДБО становится основным каналом формирования и развития клиентской экосистемы. Экосистема банков при соответствующем уровне технической поддержки может стать единой точкой общения клиента и с банком, и с государством, и с партнерами, экосистемой, в которой будет все, что нужно для ведения бизнеса.

Таблица – Основные сервисы экосистемы банка для физических и юридических лиц

Сервис	B2C	B2B
Страхование	+	+
Мобильный оператор	+	+
Электронная цифровая подпись, электронный документооборот	+	+
Юридические услуги	+	+
Киберзащита	+	+
Налоговый консалтинг	+	+
Облачные сервисы	+	+
Электронные платёжные системы	+	-
Регистрация бизнеса	-	+
Онлайн-касса	-	+
Бухгалтерия и финансы (бухгалтерский учёт, управление финансами)	-	+
Развитие бизнеса (бизнес-аналитика и консалтинг), PR и коммуникации, маркетинг, клиентская поддержка	-	+

Примечание – Собственная разработка на основании источника. [3]

Национальный банк Республики Беларусь заинтересован в развитии экосистем белорусскими банками [4]. По мнению экспертов, цифровая трансформация банков позволяет сохранить клиентов, расширить банковский бизнес за счёт использования современных каналов, способствует более тесному сотрудничеству с клиентами и чёткому представлению их предпочтений, сокращению операционных затрат и повышению конкурентоспособности за счёт современных цифровых услуг [5;6].

С целью консолидации усилий по развитию цифрового рынка и цифровых бизнесов в Республике Беларусь создана научно-технологическая ассоциация «Конфедерация цифрового бизнеса», с которой Национальным банком Республики Беларусь подписан Меморандум о сотрудничестве. [7]

С учетом основных направлений, принятых Государственной программой «Цифровое развитие Беларуси» на 2021 - 2025 годы, а также определенных во исполнение Меморандума, можно выделить следующие основные направления развития цифрового банкинга в настоящий момент:

- развитие платежного и расчетного пространства;

Важным направлением цифровой трансформации платежной системы является внедрение методологии международного стандарта ISO 20022 «Финансовые услуги. Универсальная схема сообщений для финансовой отрасли», что позволит внедрить единые правила взаимодействия участников рынка финансовых услуг в области расчетов, а также снижения стоимости обработки сообщений и уменьшения вероятности ошибок в данном процессе.

- развитие межбанковской системы идентификации (МСИ);

- применение технологии распределенного реестра (блокчейн);

В рамках данного направления предусматривается внедрение технологии автоматизированного совершения и исполнения контрактов в информационной сети блокчейн, которая обеспечит заключение и исполнение договора в виде электронного документа.

- искусственный интеллект, машинное обучение, большие данные;

Данное направление предусматривает использование технологий обработки больших данных, искусственного интеллекта и машинного обучения. Это связано с интенсивным увеличением объема обрабатываемой банками информации вследствие масштабного внедрения инновационных технологий.

- создание и поддержание необходимого уровня безопасности функционирования цифрового банкинга.

Данное направление обеспечивается разработкой единых стандартов безопасности в области электронного взаимодействия, в том числе созданием Нацбанком Центра мониторинга и реагирования на компьютерные атаки в кредитно-финансовой сфере (FinCERTby), а также путем создания информационных ресурсов, обеспечивающих сбор и анализ информации о компьютерных угрозах, мошенничестве в финансовой сфере, и оперативного информационного взаимодействия между банками, правоохранительными и иными госорганами и организациями, и реагирования на них.

Список использованных источников

1. Финтех и традиционный банкинг: интеграция или противостояние? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vasvel.weebly.com> – Дата доступа: 20.03.2023
2. Столярова, Е. Цифровая экосистема / Е. Столярова // Банковский вестник. – 2020. – № 7. – С. 20–27.
3. Федосеева, В.А. Региональный банк как субъект формирования экосистемы // Российские регионы в фокусе перемен: сборник докладов XIV междунар. Конф. – Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦ УПИ», 2020. – С. 801–805 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42848226_73742349.pdf – Дата доступа: 20.03.2023
4. Нацбанк заинтересован в развитии экосистем белорусскими банками – Калечиц [Электронный ресурс] // ООО «Прайм Пресс». – Режим доступа: https://primepress.by/news/finans/natsbank_zainteresovan_v_razviti_ekosistem_belorusskimi_bankami_kalechits-14490/ - Дата доступа: 20.03.2023
5. Ковалев, М. М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси: монография / М. М. Ковалёв, Г. Г. Головенчик. – Минск : Издат. Центр БГУ, 2018. – 327 с.
6. Голенда, Л. К. Цифровое продвижение банка как фактор повышения его конкурентоспособности / Л. К. Голенда, Н. Н. Говядинова, К. А. Забродская // Тенденции экономического развития в XX I веке : материалы междунар. Ноуч. Конф., Минск, 28 февр. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т. – Минск : Право и экономика, 2019. – с. 324 – 326.
7. Меморандум о сотрудничестве Научно-технологической ассоциации «Конференция Цифрового Бизнеса» и Национального банка Республики Беларусь // Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/payment/kcb/memorandum-s-konfederaciej.pdf> - Дата доступа: 20.03.2023

УДК 336

ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БЕЛАРУСИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Д.А. Велесевич, магистрант

Научный руководитель – О.А. Кукса, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Важнейшей составляющей экономической политики и безопасности страны является денежно-кредитная политика (далее – ДКП). В мировой практике существуют различные методы и инструменты анализа и оценки эффективности ДКП центральных банков. Российские экономисты-исследователи Господарчук Г.Г. и Зеленева Е.С. разработали модель для оценки эффективности ДКП на основе индекса, для расчёта которого используются показатели отклонения фактических значений целевых показателей ДКП от их плановых значений [1]. Для определения эффективности ДКП авторы предлагают использовать следующие модели:

$$E = 1 - \sqrt{\frac{Z_1^2 + Z_2^2 + \dots + Z_n^2}{n}}, \quad (1)$$

где E — индекс эффективности ДКП;

Z — показатель отклонения фактических значений целевого показателя ДКП от его плановых значений, рассчитывается для каждого целевого показателя по формуле (2);

n — количество целевых показателей ДКП.

$$Z = \frac{F-P}{\max(P,\beta)}, \quad (2)$$

где F — фактическое значение целевого показателя ДКП, %;

P — плановое значение целевого показателя ДКП, %;

β — минимальное значение целевого показателя P, определяемое точностью измерения, %.

В моделях (1), (2) показатель Z может быть как положительным, так и отрицательным. Знак показателя зависит от того, в какую сторону произошло отклонение от плана. При отсутствии отклонений $Z = 0$. Показатель E при отсутствии отклонений от плана равен 1, при наличии отклонений он уменьшается. Теоретически при сильных отклонениях от плана, E может стать меньше нуля, хотя на практике такая ситуация выглядит аномальной. Квадратный корень вычитается из единицы для того, чтобы в результате наибольшая эффективность соответствовала 1, а наихудшая — 0.

Показатель β в формуле (2) используется для корректировки целевых показателей, у которых плановое значение близко к нулю или равно нулю. Поскольку плановое значение (P) целевого показателя (Z) расположено в знаменателе формулы (2), его значение, близкое к нулю или равное нулю, приведет к чрезмерно сильному влиянию соответствующего показателя Z на общий индекс E . В качестве показателя β целесообразно использовать погрешность измерения соответствующего целевого показателя ДКП.

Масштаб применения предложенных моделей (1), (2) ограничивается наличием официальных количественно выраженных целей ДКП. При этом количественное выражение целей должно быть точечным.

Предложенные модели (1), (2) позволяют дать только количественную оценку эффективности ДКП. Для получения качественной характеристики эффективности авторами была разработана оценочная шкала (таблица 1).

Таблица 1. – Шкала качественной оценки эффективности ДКП

Уровни эффективности ДКП	Критерии эффективности ДКП, %
Высокая	$75 < E \leq 100$
Хорошая	$50 < E \leq 75$
Удовлетворительная	$25 < E \leq 50$
Низкая	$0 < E \leq 20$
Неэффективная	$E \leq 0$

Примечание – Источник: [1]

В оценочной шкале присутствуют пять вариантов качественных характеристик эффективности ДКП: высокая, хорошая, удовлетворительная, низкая, неэффективная, а также критерии, позволяющие отнести количественную оценку эффективности ДКП к тому или иному качественному уровню. Диапазоны качественных характеристик были сформированы путем деления \max значения количественной оценки эффективности ДКП ($E = 100\%$) на 4 равные части.

Рассчитаем индекс эффективности ДКП Республики Беларусь по формулам 1 и 2, используя прогнозные и фактические значения следующих показателей: прирост потребительских цен и прирост средней широкой денежной массы (рисунок). Данные показатели были определены доступностью данных, используемых в расчётах. Показатель β был принят условно на уровне 1,0%.

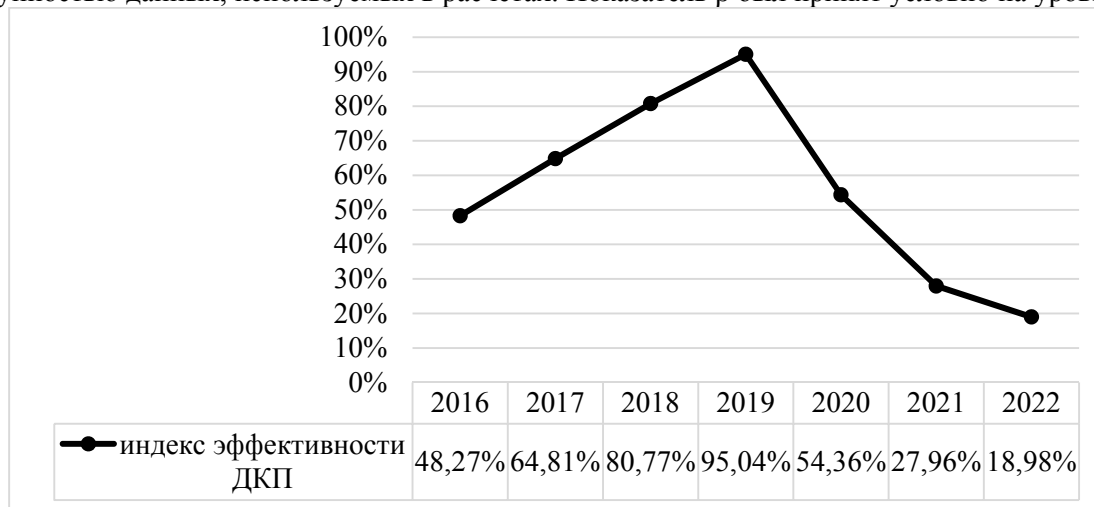


Рисунок – Эффективность ДКП Республики Беларусь в 2016-2022 гг.

Примечание – Источник: составлено на основе данных [2], [3], [4]

На рисунке видна тенденция роста эффективности ДКП Республики Беларусь до 2020 г., с началом которого наблюдается её резкое снижение, обусловленное, прежде всего, ослаблением белорусского рубля, ухудшением внешней и внутренней экономической конъюнктуры, ростом инфляционно-девальвационных ожиданий, шоками предложения на отдельные товары и неэкономические события [5, с. 45].

Таблица 2 отражает качественную оценку эффективности ДКП Республики Беларусь в 2016-2022 гг.

Таблица 2. – Качественная оценка эффективности ДКП Республики Беларусь в 2016-2022 гг.

Год	Значение индекса эффективности ДКП (E)	Соответствующий значению индекса критерий эффективности ДКП, %	Уровень эффективности ДКП
2016	48,27	$25 < E \leq 50$	Удовлетворительная
2017	64,81	$50 < E \leq 75$	Хорошая
2018	80,77	$75 < E \leq 100$	Высокая
2019	95,04	$75 < E \leq 100$	Высокая
2020	54,36	$50 < E \leq 75$	Хорошая
2021	27,96	$25 < E \leq 50$	Удовлетворительная
2022	18,98	$0 < E \leq 20$	Низкая

Примечание – Источник: составлено на основе данных [2], [3], [4]

Расчёт индекса эффективности ДКП, разработанного исследователями Господарчук Г.Г. и Зеленева Е.С., и анализ его динамики за 2016-2022 гг. позволяет сделать вывод о тенденции снижения уровня эффективности ДКП Республики Беларусь. На наш взгляд, полученные данные отражают реальные тенденции в денежно-кредитной сфере и коррелируют с текущими тенденциями в национальной и мировой экономике. Однако оценка эффективности ДКП по использованной методике не является комплексной, поскольку она не отражает влияние проводимых центральным банком мероприятий на развитие экономики, хотя и учитывает многообразие целей и режимов ДКП. Поэтому, более объективная оценка эффективности ДКП выполнена автором в статье “Оценка эффективности денежно-кредитной политики в Республике Беларусь” [6].

Снижение уровня эффективности ДКП (согласно использованной методике) обусловлено превышением фактического уровня инфляции над прогнозируемым. Например, в 2022 году прирост потребительских цен в Республике Беларусь составил 12,8%, более чем в два раза превысив целевой уровень – 6%. На это оказали влияние следующие факторы: ослабление белорусского рубля к российскому, превышение цен на потребительском рынке в Российской Федерации над потребительскими ценами в Республике Беларусь, завышенные инфляционные и девальвационные ожидания населения и бизнеса республики. Калечиц С. В. в докладе “Итоги работы Национального банка за 2022 год по обеспечению макроэкономической стабильности и задачи на 2023 год” отмечает, что пик высокой инфляции пройден, также наблюдается устойчивое снижение индекса потребительских цен и трендовой инфляции [7]. Ввиду сохранения санкционных ограничений, повышения внешнего инфляционного фона, замедления роста мировой экономики и иных факторов Национальный банк продолжит осуществлять ДКП путем монетарного регулирования. Тем не менее, переход к таргетированию инфляции остаётся перспективным направлением.

Список использованных источников

1. Господарчук Г.Г., Зеленева Е.С. Оценка эффективности денежно-кредитной политики центральных банков. Финансы: теория и практика/Finance: Theory and Practice. 2021; № 25(1). – Режим доступа: <https://financetp.fa.ru/jour/article/view/1131>. – Дата доступа: 03.04.2023.

2. Индексы потребительских цен по Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/tseny/potrebitelskie-tseny/operativnye-dannye/indeksy-potrebitelskikh-tsen-po-respublike-belarus/>. – Дата доступа: 03.04.2023.

3. Основные направления денежно-кредитной политики Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/legislation/ondkp>. – Дата доступа: 03.04.2023.

4. Средняя широкая денежная масса, архив с 2015 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/monetarystat/avgbroadmoney>. – Дата доступа: 03.04.2023.

5. Велесевич, Д. А., Теляк, О. А. обзор актуальных инфляционных тенденций в Республике Беларусь / Д. А. Велесевич, О. А. Теляк // Банковская система: устойчивость и перспективы развития: сборник научных статей тринадцатой международной научно–практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики, УО “Полесский государственный университет”, г. Пинск 28 октября 2022 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.] – Пинск : ПолесГУ, 2022. – 383 с.

6. Велесевич, Д. А. Оценка эффективности денежно-кредитной политики в Республике Беларусь / Д. А. Велесевич, О. А. Теляк // Пинские чтения : материалы I международной научно-практической конференции, приуроченной к 925-летию основания города Пинска, 15-16 сентября 2022 г. / Полесский государственный университет; редакционная коллегия: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2022. – С. 6-9.

7. Калечиц, С. В. Итоги работы Национального банка за 2022 год по обеспечению макроэкономической стабильности и задачи на 2023 год [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь – Режим доступа: https://www.nbrb.by/top/pdf/doklad_kalechits_26-01-2023.pdf. – Дата доступа: 03.04.2023.

УДК 336.711

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОАО “АСБ БЕЛАРУСБАНК”

С.А. Вергей, 4 курс

Научный руководитель – Н.Л. Давыдова, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Ресурсный потенциал даёт характеристику способности банка выполнять активные операции, а также предоставлять услуги, обеспечивая необходимый уровень финансовой стабильности. В этом контексте, в первую очередь, набирает актуальность четкое определение концепции ресурсного потенциала банка.

Слово ”потенциал“ происходит от латинской ”*potentialis*“ – возможности, власти. Рассмотрим применение данного термина в экономической сфере. В.В. Лопатин в русском толковом словаре определяет потенциал как ”сочетание средств, возможностей в некоторой области“. Следовательно, потенциал характеризует совокупность ресурсов и возможность их эффективного использования.

На данный момент нет единого подхода к пониманию сущности ресурсного потенциала в банковской науке. Группа российских исследователей в рамках исследования ресурсного потенциала банка определяет его как набор собственных, заёмных и привлеченных средств банка, которые находятся в его непосредственном владении, и используются по своему усмотрению для ведения банковской деятельности [1, с. 173].

Таким образом, в рамках настоящего исследования под ресурсным потенциалом мы будем понимать показатель, отражающий потенциальные возможности по расширению границ используемых видов ресурсов в текущей и деятельности банка.

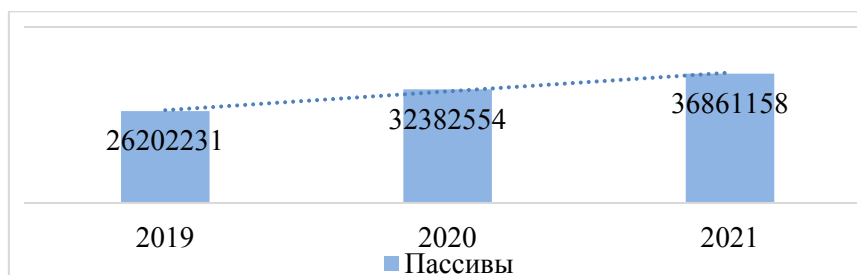


Рисунок 1. – Динамика пассивов ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за 2019 - 2021 г., тыс. руб.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2; 3]

Пассивы – это показатель, который даёт представление об источниках ресурсов банка и его ресурсном потенциале. Динамика изменения пассивов ОАО ”АСБ Беларусбанк“ представлена на рисунке 1.

За анализируемый период наблюдалась положительная динамика объема пассивов. В 2019 г. объем пассивов составил 26 202 231 тыс. руб. В 2020 г. объём пассивов увеличился на 6 180 323 тыс. руб. или на 23,6% и составил 32382554 тыс. руб. В 2021 г. данный показатель увеличился на 4 478 604 тыс. руб. или 19,9% и составил 36 861 158 тыс.руб. Для выявления причин, повлекших за собой данные изменения в структуре ресурсной базы и формирования вывода о данных изменениях необходимо рассмотреть структуру ресурсной базы. Сопоставим собственный капитал и обязательства банка ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за 2019 – 2021 гг. (рисунок 2).



Рисунок 2. – Динамика структуры пассивов ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за 2019 –2021 годы, тыс. руб.
Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2; 3]

Исходя из данных рисунка 2 видно, что большая часть пассивов ОАО ”АСБ Беларусбанк“ приходится на обязательства. Также можно сделать вывод, что за анализируемый период собственный капитал и обязательства увеличиваются. Капитал увеличился на 245 565 тыс. руб. или на 40,7% и составил 3 535 244 тыс. руб. Это указывает на рост уровня надежности банка. Обязательства за анализируемый период увеличились на 10 413 362 тыс. руб. или 45,4% и составили 33 325 914 тыс. руб. Тем не менее, темп роста обязательств за рассматриваемый период превышает темп роста капитала, за счет чего происходит снижение его доли в структуре пассивов.

Структуру собственного капитала ОАО”АСБ Беларусбанк“ рассмотрим на рисунке 3.



Рисунок 3. – Динамика капитала ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за 2019 – 2021 годы, тыс. руб.
Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2; 3]

Наибольший удельный вес в структуре собственного капитала ОАО “АСБ Беларусбанк” за анализируемый период занимает уставный капитал и составляет около 80%. Вторым по величине удельного веса является показатель “Накопленная прибыль”, в течение анализируемого периода он имеет положительную характеристику и в среднем составляет 19%. Остальные показатели занимают незначительную долю в структуре собственного капитала ОАО “АСБ Беларусбанк”.

На рисунке 4 представлена структура обязательств ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за 2019 – 2021 гг.

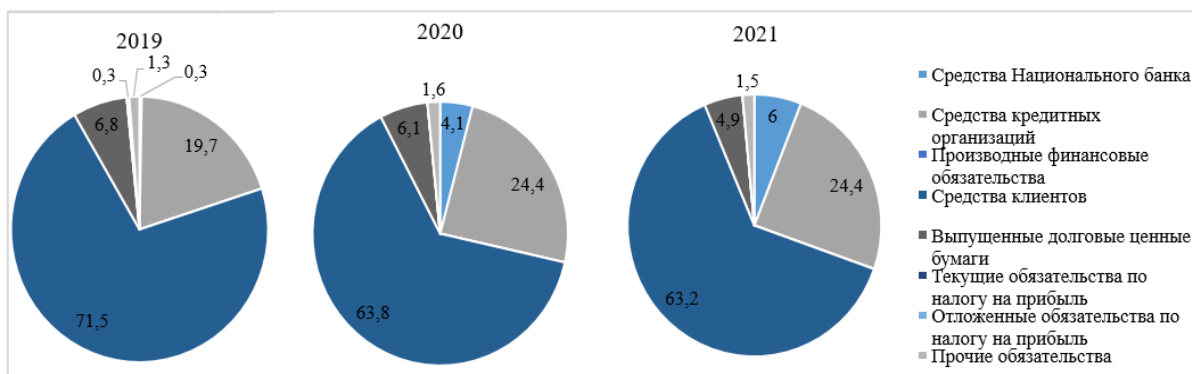


Рисунок 4. – Структура обязательств ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за 2019 – 2021 годы., %

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2; 3]

За анализируемый период наибольший удельный вес в структуре занимают средства клиентов (около 65%). Второй по величине удельного веса является показатель “Средства кредитных организаций” (около 22%). Остальные показатели занимают незначительную долю в структуре обязательств.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- объем пассивов ОАО ”АСБ Беларусбанк“ имеет положительную динамику, а также в структуре пассивов преобладают привлеченные средства;
- в структуре собственного капитала ОАО ”АСБ Беларусбанк“ наибольший удельный вес занимают показатели “Уставный капитал” и “Накопленная прибыль”. В структуре обязательств ОАО ”АСБ Беларусбанк“ наибольший удельный вес занимают средства клиентов и средства кредитных организаций.
- динамика собственного капитала и обязательств ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за анализируемый период положительная, показатели растут с каждым годом.

Следует отметить, что существует проблема, которая заключается в том, что темп роста обязательств банка превышает темп роста капитала, что приводит к снижению доли капитала в структуре пассивов. Это означает, что банк становится более зависимым от привлеченных ресурсов и увеличивается риск невыполнения обязательств перед кредиторами в случае возможных изменений на рынке. Поэтому важно контролировать соотношение между обязательствами и капиталом, чтобы поддерживать финансовую устойчивость банка

Список использованных источников

1. Корпоративное управление и риск-менеджмент в коммерческом банке [Текст] / В. Г. Герасимов, Ж. Л. Абусалимова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 3 (47).
2. Годовая консолидированная финансовая отчетность в соответствии с МСФО 2019 г. [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО ”АСБ Беларусбанк“. – Режим доступа: <https://belarusbank.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.
3. Годовая консолидированная финансовая отчетность в соответствии с МСФО 2021 г. [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО ”АСБ Беларусбанк“. – Режим доступа: <https://belarusbank.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

РАЗВИТИЕ КАРТОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А.А. Волкова, 3 курс

Научный руководитель – Е.С. Пономарёва, к.э.н., доцент
Белорусский государственный экономический университет

Сегодня, в период активного роста фишинга и иного финансового мошенничества, не каждый клиент банка пожелает указывать данные своей банковской карточки на каких-либо сайтах для оплаты интернет-покупок, путёвок, авиабилетов, онлайн-курсов или даже при стандартной операции перевода с карты на карту.

Белорусские банки на основе применения современных технологий создали максимально удобное воплощение обычного текущего счёта в образе виртуальной карты – с её собственным номером, сроком действия, CVV-кодом и даже видом платёжной системы. Теперь население, в том числе и пенсионеры, отказывающиеся от физической карты с ежемесячным обслуживанием, не будут тратить время и энергию на поход в банк или к терминалу, ожидание в очередях к совершению операции, как, например, оплата коммунальных услуг или услуг сотовых операторов.

Виртуальная карта - это особый вид карточного продукта, который используется только для совершения транзакций в интернете.[1] Воспользоваться такой картой в повседневной жизни в обычных магазинах не получится, поскольку она не имеет физического носителя. Однако, если ваш смартфон или «умные» часы поддерживают систему оплаты NFC, то без особого труда клиент может расплачиваться своей виртуальной картой привычным образом безналичным путём.

Виртуальная карта, как и обычный пластик, имеет ряд реквизитов.

Первый неотъемлемый элемент – номер карты, классически состоящий из 16 цифр, сгруппированных по 4. Второй – срок действия карты, по истечению которого воспользоваться ею уже будет нельзя. Далее – имя и фамилия владельца в формате латинского алфавита, хотя в некоторых банках карта выпускается не персонализированная. Четвертый реквизит безопасности карты - CVV-код, который указан в трехзначном формате, и обычно располагается в смартфоне на лицевой стороне карты. [2]

Основные преимущества виртуальной банковской карты: [3]

1. Бесплатное и удобное оформление заявки на открытие карты через интернет-банкинг или на официальном сайте банка.
2. Доступ к международным платёжным системам.
3. Защита от фишинга и прочих мошеннических схем.
4. Возможность ускоренного открытия карты для осуществления экстренной банковской операции, например, международного перевода или установленного платежа.
5. Возможность ограничить размер ежедневных и разовых платежей.
6. Оплата покупок в иностранных магазинах.

Виртуальные карты эмитируются различными платёжными системами: платёжной системой БЕЛКАРТ, партнёрской платёжной системой БЕЛКАРТ-МИР, платёжными системами Visa и MasterCard.

На основании данных о продуктах, полученных с официальных сайтов белорусских банков, можно сделать вывод, что большинство банков предоставляет потребителям возможность открыть виртуальную карту. Виртуальные карты системы БЕЛКАРТ эмитируются практически всеми банками, за исключением «Приорбанк» ОАО и ОАО «Сбер Банк». Эти банки выпускают виртуальные карты платёжных систем Visa и MasterCard. Карты на территории Республики Беларусь выпускаются в четырёх валютах: BYN, EUR, USD, RUB. [4]

Таким образом, 10 банков Республики предоставляют услуги своих виртуальных карт: ЗАО «БСБ Банк», ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Банк Бел ВЭБ», ОАО «Паритетбанк», ОАО «СтатусБанк», «Приорбанк» ОАО, ОАО «Сбер Банк», ОАО «БНБ-Банк», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Технобанк». [5]

Карты всех банков являются бесплатными за выпуск и обслуживание, по некоторым из них может начисляться манибэк от покупок в размере до 0,6% и начисление годовых по остатку до 0,1%.

Таким образом, исходя из характеристик, указанных выше, можно отметить сравнительно выгодные условия открытия и обслуживания виртуальных карт в белорусских банках.

Удобства использования виртуальных карт автор может продемонстрировать на собственном опыте.

При необходимости отправки международного перевода в Чехию были изучены условия его осуществления в разных банках. В одном из банков были привлекательные условия перевода, но не совсем выгодные условия для открытия текущего счёта. В этом случае была оформлена бесплатная виртуальная карта в необходимой валюте.

При желании стать клиентом определённого банка, чьи условия получения физической карты казались непривлекательными, была открыта предлагаемая им виртуальная карта для осуществления банковских операций без комиссий внутри банка.

Потребность открытия мультивалютного счёта и отсутствие интересных условий в банках, привели к необходимости открытия двух отдельных счётов в разных валютах: в белорусских рублях и долларах США с оформлением виртуальной карты. Счёт в долларах США требовался для бронирования номера в отеле и покупки путёвки. Сейчас карта в иностранной валюте используется для безналичной покупки валюты по привлекательному валютному курсу с целью увеличения сбережений в иностранной валюте.

Таким образом, можно сказать об удобстве виртуальных карт и финансовой безопасности, которую они обеспечивают. Карты подтверждаются возможностью работать и выполнять финансовые операции удалённо, не прикладывая к этому особые усилия или какие-либо дополнительные финансовые расходы.

Карты обладают целым рядом выгодных и привлекательных преимуществ, поэтому многие белорусские банки воспользовались современными технологиями и уже предлагают этот банковский продукт, обеспечивая потребителей и клиентов разнообразием видов карт и финансовых условий по ним для выбора наиболее подходящей.

Список использованных источников

1. Тачков Д.И. Виртуальные карты [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://investor100.ru/virtualnye-karty> – Дата доступа: 01.04.2023.
2. Виртуальные карты: как ими пользоваться [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://kinvestor.ru/virtualnye-karty/#:~:text=Виртуальная%20карта%20имеет%20точно%20такого,просто%20передав%20их%20своим%20бухгалтерам%20Фкадровикам> – Дата доступа: 31.03.2023.
3. Виртуальные банковские карты [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://creditar.ru/kreditnye-karty/virtualnye-bankovskie-karty>– Дата доступа: 30.03.2023.
4. Виртуальная карта / [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Приорбанк» ОАО : [сайт]. — URL: <https://www.priorbank.by/offers/cards/visa-internet> (дата обращения: 03.04.2023).
5. Виртуальные карты банков / [Электронный ресурс] // Myfin.by: [сайт]. — URL: <https://myfin.by/raschetnye-karty/virtualnye> (дата обращения: 03.04.2023).

УДК 336.76

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВАЛЮТНОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ

А.А. Деканчук, 3 курс

Научный руководитель – **В.А. Лукашевич**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Валютный рынок – это порядок финансовых взаимодействий, касающихся покупки-продажи иностранной валюты. Валюта – денежная единица конкретной страны, своеобразный инструмент международных расчетов. При употреблении термина «иностранная валюта» для определенной страны имеется в виду валюта любого иностранного государства. Таким образом, иностранная

валюта – это любая форма денег, являющаяся легитимным средством осуществления платежей конкретного зарубежного государства. Валютный курс – стоимость дензнака одной страны, определяемая в денежных знаках других государств [1].

Правовой статус лица или организации, участвующих в процессах валютного рынка, определяет принадлежность к категории «резидент» или «нерезидент». Резидент – физическое лицо, которое постоянно проживает в определенной стране, а также юридическое лицо, зарегистрированное согласно законодательству данной страны и находящееся на ее территории. Нерезидент – физическое лицо, которое проживает за границей, а также юридическое лица, зарегистрированное согласно правовым нормам иностранного государства и функционирующее на его территории.

Валютный рынок выполняет свое назначение в сфере реализации сделок на валютной бирже и в сфере соглашений покупки-продажи иностранной валюты между банками. В Беларуси единственная специализированная организация, занимающаяся торгами иностранной валютой – Белорусская валютно-фондовая биржа. Назначение биржевого валютного рынка состоит в том, чтобы формировать рыночный курс белорусского рубля к иностранным валютам, устанавливать официальный курс национальной валюты согласно результатам биржевых торгов, а также обеспечивать необходимый процесс продажи иностранной валюты и поддерживать ликвидность валютного рынка страны [1].

Валютный рынок является сложной системой, состоящей из множества элементов. Исходя из места проведения, выделяют биржевой рынок, где производится торговля валютой на биржах, и внебиржевой, где торговля валютой ведется в основном между коммерческими банками. По форме расчетов различают наличный и безналичный секторы, а в зависимости от срока проведения операций выделяют текущий и срочный валютный рынок, который делится на фьючерсный и форвардный. Участниками валютного рынка являются юридические и физические лица, и по целям участия в операциях они поделены на пять групп: предприниматели, хеджеры, спекулянты, посредники и органы валютного регулирования [2]. На валютный рынок влияют результаты внешней торговли, возможности привлечения иностранных инвестиций, займов, кредитов и международной финансовой поддержки. Депозиты населения тоже влияют на ситуацию на рынке, которая отражается на динамике банковских вкладов граждан, например, снижается заинтересованность населения в банковских валютных сбережениях на длительные сроки.

История Белорусской валютно-фондовой биржи относительно недолгая и насчитывает 27 лет со дня регистрации ЗАО «Межбанковской валютной биржи». В декабре 1998 государственное учреждение было преобразовано в открытое акционерное общество, сформирован полный перечень сегментов рынка, в которых до сегодняшнего дня проводятся торги. Это валютный сегмент, срочный, фондовый и денежный. По мере развития современных технологий и некоторых сегментов мирового финансового рынка, в марте 2016 года БВФБ наделена функциями Национального форекс-центра, а в 2017 году БВФБ стала одним из информационных узлов сети блокчейн в рамках созданной Национальным банком современной технологии предоставления банковских гарантий [3].

Как и большинство центральных бирж, белорусская выполняет в том числе и регулятивную функцию: на валютном рынке формируется текущий курс белорусского рубля, а на фондовом рынке ведутся торги и формируются котировки ценных бумаг, которые прошли листинг и допущены к размещению и обращению. Белорусская биржа сама не является источником капитала, однако может стать перспективой для развития основной белорусской торговой площадки.

Межбанковский валютный рынок – система объединения банков и иных контрагентов валютного рынка с целью обмена денежными средствами по оптимальным ценам. К межбанковским валютным операциям относятся: конверсионные операции, депозитные операции, предоставление целевых кредитов, предоставление банковских нецелевых финансовых кредитов.

Услуги по осуществлению конверсионных операций это:

- Покупка / продажа валюты на Белорусской валютно-фондовой бирже;
- Покупка / продажа / конверсия валюты на внебиржевом рынке;
- Трехсторонние сделки покупки/продажи валюты;
- Арбитражные сделки;

Статистическая информация Национального банка Республики Беларусь о курсе белорусского рубля к доллару за период 03.03.2023 по 03.04.23: в начале месяца курс был равен 2,8247, затем

был подъем до 2,8473 (10.03.23), за которым последовал спад до 2,8288 (15.03.23) и далее подъем до 2,8708 (21.03.2023), а к концу месяца курс был равен 2,8538 [4].

При анализе статистической информации Национального банка Республики Беларусь о курсе белорусского рубля к евро за тот же период можно отметить, что с начала месяца курс с 3,0025 поднимался до 3,1018 (26.03.2023), затем упал до 3,0495 (27.03.2023) и к концу месяца составил 3,1064 [4].

Изучая тенденцию курса белорусского рубля к 100 российским рублям за тот же период, видно, что в начале месяца курс составил 3,7515, а затем падал, пока к концу не достиг 3,7024 [4].

Можно отметить, что за период 03.03.2023 по 03.04.23 курсы доллара и евро выросли, а российский рубль упал.

Стоимость корзины иностранных валют на 01.04.2023 составила 0,1741, изменения к 31 декабря 2022 -0,99 процентов. Изменения к 31 декабря 2022 курса белорусского рубля к 100 российским рублям составили 1,79, к 1 доллару США составили -4,41 [5].

Отмечается укрепление белорусского рубля к российскому рублю и ослабление белорусского рубля к доллару США.

Индекс номинального курса белорусского рубля к доллару США за период февраль 2023 года к январю 2023 года составил -3,40, к евро -3,00, к российскому рублю 1,13 [6].

Анализируя статистическую информацию Национального банка Республики Беларусь о покупке-продаже иностранной валюты на внутреннем рынке можно отметить следующее. Покупка резиденты за январь – февраль 2023 на ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» составила 287,1 млн. долларов США, на внебиржевом валютном рынке 3673,6 млн. долларов США, нерезиденты по тем же показателям 0,7 и 67,6 млн. долларов США. Продажа резиденты за 2023 январь – февраль на ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» составила 226,3 млн. долларов США, на внебиржевом валютном рынке 3465,6 млн. долларов США, нерезиденты по тем же показателям 0,0 и 437,6 млн. долларов США. Оборот иностранной валюты на сегментах внутреннего валютного рынка за этот же период составил на ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» составил 1984,1 млн. долларов США, на внебиржевом валютном рынке 10845,6 млн. долларов США, общий оборот валютного рынка составил 14842,4 млн. долларов США [7].

Таким образом, данные о состоянии валютного рынка Беларуси характеризуются ростом курса доллара и евро и падением российского рубля, дают возможность отметить, что происходит ослабление национальной валюты, увеличение наличных денег в обороте, увеличение переводных депозитов и депозитов в иностранной валюте. Происходящее в мире не могло не сказаться на белорусской экономике, так как заметно сократилась внешняя торговля из-за введения санкций, сильно пострадали отдельные отрасли страны, оборот внешней торговли товарами снизился, экспорт и импорт так же снижаются, что окажет влияние на валютный рынок.

Список использованных источников

1. Валютный рынок [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/valyutnyj-rynok> ; дата доступа: 25.03.2023.

2. Мировой валютный рынок [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.grandars.ru/student/finansy/valyutnyy-rynok.html> ; дата доступа: 25.03.2023.

3. История белорусской валютно-фондовой биржи, ее формирование в рб и будущие перспективы. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://aigenis.by/news/istoriya-belorusskoj-valjutno-fondovoj-birzhi-ee-formirovanie-v-rb-i-budushhie-perspektivy/> ; дата доступа: 25.03.2023.

4. График изменения официального курса белорусского рубля по отношению к иностранным валютам, устанавливаемого Национальным банком Республики Беларусь, с 03.03.2023 по 03.04.2023 [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/rates/graphic> ; дата доступа: 31.03.2023.

5. Официальные курсы белорусского рубля по отношению к иностранным валютам и стоимость корзины иностранных валют на 03.04.2023 [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/rates/currbasket> дата доступа: 31.03.2023.

6. Индексы курса белорусского рубля по отношению к валютам стран – основных торговых партнеров [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/rates/indices> дата доступа: 31.03.2023.

7. Покупка-продажа иностранной валюты на внутреннем рынке [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/financialmarkets/forexmarket> дата доступа: 31.03.2023.

УДК 336.761.6

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО РИСКА

А.И. Журавель, 2 курс магистратуры, Т.К. Кареткина, 1 курс магистратуры
Научный руководитель – Н.В. Покровская, к.э.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет

На сегодняшний день, несмотря на роль финансовых парадоксов [4] в риск-менеджменте самый популярный способ измерения рыночного риска – показатель value at risk (VaR) или стоимость под риском. VaR – оценка в денежном выражении величины, которую в течении заданного временного промежутка не превысят ожидаемые потери с заданной вероятностью. Величина VaR портфеля с заданной доверительной вероятностью $(1 - \alpha)$ и заданным периодом владения портфелем t – это величина, которая обеспечивает полное покрытие вероятных потерь x за время t с вероятностью $(1 - \alpha)$:

$$P(VaR \geq x) = 1 - \alpha$$

Иными словами, VaR для портфеля – это максимальный ожидаемый убыток, вызванный колебанием цен.

Временной горизонт (t) и доверительный интервал $(1-\alpha)$ являются основными параметрами, ибо без них невозможен расчет и интерпретация величины VaR. [1, с. 298]

Существуют три основных метода расчета VaR:

1. дельта-нормальный метод или ковариационно-вариационный;
2. метод исторического моделирования;
3. метод Монте-Карло.

Дельта-нормальный метод (ковариационно-вариационный метод)

В основе данного метода лежит предпосылка о том, что логарифмическая доходность факторов рыночного риска подчиняется нормальному закону распределения с параметрами μ - математическое ожидание логарифмической доходности и σ^2 – дисперсией логарифмической доходности:

$$\ln\left(\frac{P_{t+1}}{P_t}\right) \sim N(\mu, \sigma^2)$$

При нормальном распределении значение квантиля $k_{(1-\alpha)}$ будет характеризовать соответствующий доверительный интервал $(1 - \alpha)$ для расчета VaR. Таким образом, с вероятностью $(1 - \alpha)$ наименьшая цена следующего дня будет равна:

$$P_{t+1} = P_t(e^{\mu t - k_{(1-\alpha)}\sigma t} - 1)$$

Как известно стоимость облигации обратно пропорциональна процентной ставке. Соответственно, фактор риска облигаций – процентная ставка. В свою очередь, чувствительностью облигации к фактору риска является модифицированная дюрация (MD). Так как на рынке торгуется доходность облигации, то риск для ее держателя – изменение доходности. Следовательно, при расчете VaR следует учитывать модифицированную дюрацию, а вместо приращения цены использовать приращение доходности.

Учитывая вышесказанное, VaR для облигации на временном горизонте T рассчитывается как:

$$VaR = MD \cdot y \cdot PV \cdot k_{(1-\alpha)}\sigma_t \cdot \sqrt{T},$$

где MD – модифицированная дюрация облигации, y – доходность облигации, σ_t – стандартное отклонение приращения доходностей; P – рыночная стоимость.

Для портфеля облигаций расчет VaR следующий:

$$VaR_p = MD_p \cdot y_p \cdot P_p \cdot k_{(1-\alpha)} \cdot \sigma_p \cdot \sqrt{T},$$

где MD_p – средневзвешенная дюрация портфеля; y_p – средневзвешенная доходность портфеля; P_p – средневзвешенная рыночная стоимость портфеля; σ_p – стандартное отклонение приращений доходности портфеля.

Приращение доходности портфеля определяется как:

$$\delta y_t = \ln\left(\frac{y_t}{y_{t-1}}\right),$$

где y_t – доходность портфеля в момент времени t .

Стандартное отклонение в таком случае рассчитывается через матрицу ковариаций между приращениями доходности всех входящих в портфель бумаг как квадрат из дисперсии:

$$\sigma_p^2 = (d_1 \quad \dots \quad d_n) \begin{pmatrix} Cov_{11} & \dots & Cov_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ Cov_{n1} & \dots & Cov_{nn} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} d_1 \\ \dots \\ d_n \end{pmatrix},$$

где Cov_{ij} – ковариация между приращениями доходности i -ой и j -ой бумаги; d_i – вес i -ой бумаги в рыночной стоимости портфеля. [2, с.258]

Метод исторического моделирования

Метод исторического моделирования строится на предположении о том, что поведение рынка в ближайшем будущем будет иметь стационарный характер.

Для расчета приращения доходности портфеля облигаций применяется следующая формула:

$$\delta y_t = \ln \left(\frac{y_t}{y_{t-1}} \right), t = 1, \dots, T,$$

где y_t – доходность портфеля в момент времени t .

Далее найденные T сценариев изменения доходности ранжируются аналогично от большего к меньшему и нумеруются так же от 1 до T . Тогда VaR с доверительным интервалом $(1 - a)$ пакета облигаций будет рассчитываться следующим образом:

$$VaR_p = MD_p \cdot y_p \cdot P_p \cdot \delta y_{(1-a)T} \cdot \sqrt{T},$$

где $\delta y_{(1-a)T}$ – сценарий изменения доходности с ранжированным номером $(1-a)T$. Данный метод прост в реализации, если есть доступ к актуальной выборке. Чем больше выборка, используемая для моделирования, тем точнее оценка VaR. [4, с.189]

Метод Монте-Карло

Основа метода Монте-Карло – модуляция случайных процессов с заданными параметрами. Метод Монте-Карло во многом похож на метод исторического моделирования, однако, есть некоторые существенные различия:

1. изменение цен в данном методе генерируется псевдослучайно исходя из заданных параметров распределения. Например, математического ожидания μ и стандартного отклонения σ – волатильности;
2. количество смоделированных сценариев может достигать до нескольких десятков тысяч.

Суть расчета VaR методом Монте-Карло сводится к моделированию траекторий цены актива с помощью генерации случайных чисел с заданным нормальным распределением с параметрами средней цены (μ) и волатильности (σ). Траектория цен – последовательность смоделируемых цен. Данная последовательность начнется с текущей цены актива, а заканчивается ценой на выбранном шаге (длина шага равняется, например, одному дню). Соответственно, точность модели прямо пропорциональна количеству шагов.

Для расчета дневного VaR методом Монте-Карло необходимо придерживаться следующего алгоритма:

1. по имеющейся выборке рассчитывается средняя цена (μ) и волатильность (σ) цены;
2. используя датчик случайных чисел генерируется нормально распределённая случайная величина z с параметрами, рассчитанными на предыдущем этапе – μ и σ ;
3. определяется траектория цен по формуле $P_t = P_0 e^{z\sigma t - 1}$, где P_0 – сегодняшняя цена актива;
4. на основе траектории цены рассчитывается изменение стоимости портфеля;
5. предыдущие шаги 5 повторяются T раз и получается N сценариев значения ΔV . Данные значения по аналогии с методом исторического моделирования сортируются от большего к меньшему и нумеруются;
6. далее определяется VaR с доверительным интервалом $(1-a)$. Значение VaR с доверительным интервалом $(1-a)$ будет равным изменению с номером $(1-a)T$ (округление до целого принято проводить в меньшую сторону). [5, с.423]

Список использованных источников

1. Энциклопедия финансового риск-менеджмента / под ред. А. А. Лобанова, А. В. Чугунова. 4-е изд., испр. и доп. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 932 с.
2. Чекулаев М.А. Риск-менеджмент: управление финансовыми рисками на основе анализа волатильности. М.: Альпина Паблишер. 2002. 344 с.

3. Lvova N.A., Pokrovskaja N.V., Voronova N.S. Ivanov V.V. The concept of financial paradoxes: origins, essence, potential for development // Proceedings of the 28th IBIMA conference. Seville, 2016. P. 671-680.
4. Saita F. Value at Risk and Bank Capital Management. Elsevier, 2007. 276 с.
5. Skoglund J., Chen W. Financial Risk Management: Applications in Market, Credit, Asset and Liability Management and Firmwide Risk 2015. 576 с.

УДК 336.74

ДЕНЬГИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Е.Е. Катчева, 1 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Изначально социологами и политологами под понятием “институт” понималась социальная составляющая, являющая собой «публичную систему правил, которые определяют должность и положение с соответствующими правами и обязанностями, властью и неприкосновенностью», введенное Дж. Ролзом[1, с. 61]. Также можно представить “институт” как совокупность ролей и статусов, предназначенная для удовлетворения определенной потребности[2, с. 38].

В экономическую науку данный термин ввел социолог и экономист Т. Веблен, став основоположником институционализма. В данном научном направлении экономисты занимаются исследованием форм экономической активности и в качестве предмета своего анализа учитывает всевозможные аспекты жизни общественной и политической, а также культурные и исторические предпосылки, не входящие в перечень экономических явлений, но влияющие на них. Иными словами, институционализм исследует совокупность институтов. Т. Веблен первым использовал данное понятие в своей книге “Теория праздного класса”, однако четкой формулировки не давал. Но то, что Т.Веблен являлся новатором в данной области, не говорит о том, что он был единственным.

Новым витком в экономической истории стало осмысление понятия Д. Нортот: институты – это созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми... Институциональные изменения определяют то, как общества развиваются во времени, и таким образом являются ключом к пониманию исторических перемен»[3, с. 1]. Благодаря институтам взаимоотношения между людьми гармонизируются, жизнь обретает четкую структуру. И наиболее оптимальное сочетание различного рода институтов стремится максимально улучшить развитие экономической системы.

В современных реалиях цифровизации экономики происходит трансформация экономических институтов, в том числе изменение природы денег как таковых, поскольку существует такой уникальный феномен в истории экономики как цифровые финансовые активы – криптовалюта. Их появление воспринимается как новый этап развития денег и многими экономистами и политиками рассматривается как начало новой эпохи – эпохи криптоэкономики. Вот, почему сейчас важно обратиться к теории денег К. Маркса и переосмыслить ее на нынешний лад.

Самым главным моментом теории денег является их рассмотрение не с точки зрения денег как товара, а с точки зрения выхода их за данные рамки. Деньги выделились из товарного мира в виде особого товара, в это же время став своеобразным отражением стоимости всех остальных товаров и инструментом товарообращения. Невозможно ограничиться констатацией того факта, что деньги – это лишь товар, ибо это понесет за собой невозможность исследования их внутренней специфической природы, процесса дематериализации денег и феномена замены денег реальных криптовалют. Необходимо понять особенность природы денег и различие между товаром и деньгами.

По поводу понимания сущности денег существует два противоположных мнения: одна часть ученых, таких как А. Монкретьен или У. Стэффорд, считает, что деньги являются товаром, материальной ценностью. Деньги должны иметь свое материальное воплощение либо свободно обмениваться на некоторые материальные ценности. Данная концепция называется металлизмом. В свою очередь Дж. Кейнс и представители второй концепции, носящей название хартализм, понимают деньги как выразитель доверия между обществом и индивидуумом, выступая в виде результата соглашения, где их ценность измеряется их количеством в обращении.

Необычность денег заключается в том, что неважно, чем они могут являться или в какой форме существуют: это, в первую очередь, знак, символ, всеобщий эквивалент ценности остальных объектов товарного мира. Таким образом они, выполняя данную функцию, не являются полноценным товаром в привычном понимании этого слова, играя роль “зеркала” стоимости. Но лишь когда они создают удобные условия для обмена товаров и признаются всеми членами общества и государством, они становятся всеобщим эквивалентом расчетов и обмена и становятся экономическим институтом. «Их товарная форма возникновения выступает как вещественная форма данного института, но в ходе эволюции ее утрачивает (сначала вещевая форма, после драгоценно-металлическая, далее бумажная, электронная и виртуальная)»[4, с. 10].

Но стоит ли считать криптовалюту полноценными деньгами? На наш взгляд, появление криптовалюты априори трансформирует привычное понятие денег, но как таковыми деньгами она не является. Виртуальная валюта не может отразить стоимость какого-либо товара напрямую, поскольку ее стоимость определяется реальными деньгами. Но поскольку она задается математическими алгоритмами и конечна в своем количестве, то схожа с золотыми деньгами и иногда имеет альтернативное название “цифровое золото”. Создание криптовалюты является созданием непрозрачного высокорискованного товара, поскольку создатель – майнер – нацелен на анонимную аудиторию. На основе этих данных можно заключить, что криптовалюта пока не может считаться деньгами в полной мере.

Список использованных источников

1. Целищева, В. В. Теория справедливости: Пер. с англ. / Науч. Ред. И предисл. / В. В. Целищева. – Изд. 2-е. – М. : Издательство ЛКИ, 2010. – 536 с.
2. Голованов, О. С. Краткий словарь по обществознанию / О. С. Голованов. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ., 2003. – 69 с.
3. Нестеренко, А. Н. Институты и экономический рост: историческое введение: Пер. с англ. / предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. / А. Н. Нестеренко – М. : Фонд экономической книги Начала, 1997. – 180 с.
4. Павлова, Ю. А. Необходимость переосмысления теории денег К. Маркса в условиях цифровизации экономики / Ю. А. Павлова // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2019. – № 1-2. – С. 7–10.

УДК 336.741.242.1

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ

Н.С. Пальчик, К.М. Павлова, 3 курс

Научный руководитель – **В.А. Лукашевич, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Деньги - это больше не только золото, бумага, монеты и безналичные записи на счетах в банках. Все более деньги приобретают цифровую форму, и все большее число центральных банков рассматривают возможность выпуска своих собственных цифровых валют [1].

Валюта – денежная единица, то есть единица измерения денег, используемая для выражения цен товаров и услуг, для установления номиналов денежных знаков, для определения стоимости (курса) иностранных валют.

По мнению Европейского центрального банка, цифровая валюта дополнит, а не заменит физическую наличность и безналичные деньги.

Цель нашей работы – исследовать цифровую валюту, ознакомиться с преимуществами и недостатками её использования, а также о возможностях внедрения цифровой валюты в Республике Беларусь.

Цифровая валюта – это электронные, а не физические деньги или безналичные деньги определенной страны. Электронные версии валюты уже доминируют в финансовых системах большинства стран. Существует три основных разновидности цифровой валюты: криптовалюта, стабильные монеты и цифровая валюта центрального банка, известная как CBDC(ЦВЦБ)[2].

Цифровая валюта Центрального банка (CBDC), или национальная цифровая валюта, - это просто цифровая форма бумажной валюты страны. Вместо печати бумажных купюр и чеканки монет

центральный банк выпускает электронные токены, стоимость которых поддерживается полным доверием и кредитом правительства.

Это означает, что «10 фунтов стерлингов в цифровой валюте Великобритании всегда будут стоить столько же, сколько банкнота в 10 фунтов стерлингов», - объясняет Банк Англии в Соединенном Королевстве[3].

Преимущества и недостатки цифровой валюты.

Преимущества. Первое - более быстрые платежи. Используя цифровую валюту, вы можете совершать платежи намного быстрее, чем с помощью текущих средств, банковские переводы, которые могут занять несколько дней у финансовых учреждений для подтверждения транзакции.

Более дешевые международные переводы. Международные валютные операции не являются дешевыми. С физических лиц взимается высокая комиссия за перевод средств из одной страны в другую, особенно когда речь идет о конвертации валют. Цифровые активы могут разрушить этот рынок, сделав его более быстрым и менее дорогостоящим.

Доступ 24/7. Существующие денежные переводы часто занимают больше времени в выходные дни и в нерабочее время, потому что банки закрыты и не могут подтвердить транзакции. С цифровой валютой транзакции выполняются с одинаковой скоростью 24 часа в сутки, семь дней в неделю.

Более эффективные государственные платежи. Если бы правительство разработало CBDC, оно могло бы мгновенно отправлять людям такие платежи, как возврат налогов, пособия на детей и талоны на питание, вместо того, чтобы пытаться отправить им чек по почте или использовать предоплаченные дебетовые карты[5].

Говоря о недостатках, первое, что мы можем отметить это сложность в обучении. Цифровые валюты требуют работы со стороны пользователя, чтобы научиться выполнять фундаментальные задачи, такие как открытие цифрового кошелька и надлежащее безопасное хранение цифровых активов. Система должна стать проще, чтобы *цифровые валюты* получили более широкое распространение.

Дорогостоящая транзакция. Криптовалюты используют блокчейн, где компьютеры должны решать сложные уравнения для проверки и записи транзакций. Это требует значительного электричества и становится дороже, поскольку транзакций становится больше. Однако для CBDC этого, вероятно, не существовало бы, поскольку центральный банк, скорее всего, контролировал бы его, и сложные процессы согласования не нужны.

Волатильность цен. Цены и стоимость криптовалют могут внезапно измениться. Именно поэтому предприятия неохотно используют ее в качестве средства обмена [5].

Ненадежность. В отношении электронных денег пока не существует систем регулирования, что в значительной степени оказывает существенное влияние на их надежность.

Касаемо внедрения цифровой валюты в Республике Беларусь, национальный банк изучает возможность введения цифровой версии белорусского рубля. Об этом было заявлено во время круглого стола «Перспективы внедрения цифровых валют центральных банков». По словам заместителя начальника управления исследований и стратегического развития НБРБ Михаила Демиденко, такое решение не исключено, однако на данный момент еще не принято. «Как правило, перед введением цифровой валюты центральные банки проходят очень долгий путь. Все начинается с написания концепции цифровой валюты, – пояснил он. – Она достаточно долго и широко обсуждается с субъектами экономики, представителями бизнеса, банков, экспертным сообществом. Потом решаются вопросы, каков оптимальный дизайн этой валюты, на платформе он будет собственной или международной разработки». Далее должен быть запущен пилотный проект, который предполагает ограниченное количество участников, чтобы определить достоинства и недостатки дизайна цифровой версии валюты, выбрать наиболее удобную платформу, и лишь затем предполагается принятие решения о введении виртуального белорусского рубля [6].

Перспектива цифровой валюты. *Надежное средство платежа* Михаил Демиденко охарактеризовал цифровую валюту центробанка как более надежное средство платежа, чем криптовалюты, поскольку вторые «имеют очень волатильную стоимость и, по сути, не регулируются государством». Но главное отличие заключается в том, что цифровая валюта – это законное платежное средство, и оно обладает всеми функциями денег. При этом такая валюта сочетает в себе свойства как наличных, так и безналичных денег. Операции с ней могут иметь большую анонимность, чем

безналичные платежи. К тому же цифровая валюта при наличии технических решений может передаваться и обращаться без доступа к связи.

На данный момент более 80% мировых центробанков изучают вопрос о цифровых валютах в различной степени – от исследования до тестирования. В частности, пилотные проекты в этом направлении запущены Центробанком России, Национальным банком Казахстана, Европейским центральным банком, а в Китае уже проводят тестирование цифрового юаня.

Спикер при этом подчеркнул, что большинство проектов центральных банков по изучению цифровых валют ориентированы на внутренние потребности, такие как совершенствование системы расчетов, решение проблем национальных платежных систем [7].

В заключении важно отметить, что цифровая валюта находит распространение в повседневной жизни. Также влияние политических изменений в отношениях между странами, безусловно, затронет и развитие цифровой валюты. Компании переходят на цифровые контракты, инвесторы покупают биткойны, банки и правительства наблюдают за потенциальным применением цифровой валюты. Пока она уверенно распространяется на глобальном уровне, повышая интерес к себе. Наконец, использование цифровых валют может рассматриваться не только как альтернатива традиционной наличности, но и как эффективная замена сложных, медленных и дорогих трансграничных платежных систем. Введение цифровых денег должно преследовать цель получения новых возможностей, а не ухода от существующих проблем.

Список использованных источников

1. Understanding Digital Currency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.crfonline.org/education/digital-currency/#:~:text=The%20essence%20of%20digital%20currency,a%20spatially%20separated%20ledger%20form>.
2. What are central bank digital currencies? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.weforum.org/agenda/2022/08/what-are-central-bank-digital-currencies/>
3. Цифровые валюты и безналичные деньги – сходства и различия / В. М. Пищулов. – Текст: непосредственный // Банковское дело. – 2023. - № 1 (347). – С. 40-47
4. Digital Currency: The Future Of Your Money [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/digital-currency/#:~:text=Benefits%20of%20Digital%20Currency&text=Using%20digital%20currency%2C%20you%20can,currncy%20transactions%20are%20very%20expensive>.
5. Что думают в Нацбанке о введении цифрового белорусского рубля? Комментарий эксперта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/cto-dumaut-v-nacbanke-o-vvedenii-cifrovogo-belorusskogo-rubla-kommentarij-eksperta>
6. Задумались о белорусском digital-рубле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/cifrovoj-belorusskij-rubl-nacbank/>

УДК 336

РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ МАКРОПРУДЕНЦИАЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ: ОПЫТ РФ

М.В. Парфенова, аспирант

Научный руководитель – **Н.А. Львова**, д.э.н., профессор
Санкт-Петербургский государственный университет

В условиях санкционного кризиса в России, а также обозначившихся в марте 2023 г. признаков системного кризиса в мировой экономике (в первую очередь, в недружественных странах), внимание научного сообщества и Банка России в большей степени сосредоточено на вопросах поддержания финансовой стабильности. Оценка эффективности инструментария макропруденциальной политики, исследование возможных ограничений его применения в текущих условиях и выявление путей по совершенствованию методологической основы для принятия решений о контрциклических мерах являются на сегодняшний день актуальными темами для исследования.

В зависимости от объекта регулирования Банк России на сегодняшний день разделяет инструменты макропруденциальной политики на две группы: структурные и циклические [1, с. 6]. Последние призваны повысить устойчивость финансовой системы в фазе спада кредитного цикла и включают национальную антициклическую надбавку, надбавки к коэффициентам риска для активов, учитывающихся при расчете нормативов достаточности капитала, и макропруденциальные лимиты.

Примечательно, что антициклическая надбавка (далее – АН, в международной практике также – контрциклический буфер капитала, англ. – countercyclical capital buffer, ССyВ) – инструмент, предложенный Банковским комитетом по банковскому надзору в рамках пакета Базеля III, – до сих пор не использовался Банком России в контрциклическом регулировании. Это объясняется несравнимо более высокими темпами роста розничного кредитования по сравнению с корпоративным. Установление АН может привести к сокращению корпоративного кредитования в связи с воздействием инструмента на совокупный кредитный портфель банков (не только на розничную компоненту), что отрицательно скажется на состоянии экономики [1, с. 7].

Вместо АН основным инструментом для охлаждения рынка розничного кредитования до недавнего времени являлись надбавки к коэффициентам риска по соответствующим активам. С января этого года новым дополнительным инструментом для регулирования ускоренного роста высокорискованного необеспеченного кредитования, наметившегося с середины 2022 г., стали макропруденциальные лимиты (степень риска определяется значениями показателей долговой нагрузки заемщиков и срочности кредита). Предполагается, что данный инструмент не будет напрямую воздействовать на капитал банков, но сбалансирует структуру их портфелей потребительских кредитов.

Таким образом, меры по повышению устойчивости финансовой системы к шокам кредитного цикла в России можно считать секторальными.

В этой связи интерес представляет вопрос применимости АН как инструмента общего характера в его исходной концепции. Установление АН, в соответствии с методическими рекомендациями БКБН, определяется прежде всего значением индикатора кредитного цикла – кредитного разрыва, или кредитного гэпа (англ. – credit-to-GDP gap), который представляет собой отклонение текущего значения отношения кредита к ВВП от его долгосрочного тренда [2, р. 8–14]. В случае если кредитный гэп принимает значение, превышающее максимально допустимое (значение, соответствующее долгосрочному тренду), это служит обоснованием необходимости установления контрциклического буфера капитала. Надбавка применяется к совокупным банковским активам.

В реальной практике регуляторов наблюдаются отклонения от данной рекомендации.

Во-первых, не все регуляторы устанавливают буфер капитала в зависимости от значения кредитного гэпа. Например, в Дании, Норвегии, Ирландии и ряде других стран ЕС АН устанавливались при отрицательных значениях кредитного гэпа – при принятии решения центральные банки руководствовались другими показателями [3, с. 4]. Примечательно, что в Банке России для принятия решения об установлении АН также используется целый набор показателей фазы кредитного цикла: оцениваются как различные модификации кредитного гэпа в зависимости от периметра определения кредитного предложения (в широком определении включается также внешний долг нефинансовых организаций) и получателей кредита (нефинансовые организации, физические лица), так и вспомогательные параметры, определяющие состояние банковского сектора (нормативы достаточности капитала) и условия кредитования (темпы прироста кредитов в разрезе по субъектам, срокам кредитования, валюте, а также показатели качества ссудной задолженности). Это не противоречит положению БКБН, но все же не в полной мере согласуется с исходной концепцией. В докладе Банка России 2019 г. о результатах практики использования показателя кредитного разрыва [3, с. 21– 29] показано, что в странах с формирующимся рынком кредитный гэп может быть нерелевантным показателем. При структурных сдвигах меняется равновесное значение отношения долга к ВВП, гэп принимает отрицательное значение, в то время как в действительности наблюдается кредитный бум [3, с. 7– 8].

Во-вторых, отклонением можно считать применение надбавки не ко всем активам, взвешенным по уровню риска, а к отдельным сегментам. В обзоре практики применения мер макропруденциальной политики международными регуляторами [4, с. 9] в качестве примера

приводится Швейцария, где в 2013–2014 гг. буфер устанавливался как процент от взвешенных по риску ипотечных кредитов. В этом аспекте применение АН требует обоснование применимости кредитного гэпа в секторальном разрезе. Интересно, что в контексте России есть исследования, направленные на поиск индикаторов кредитных циклов по отдельным сегментам кредитного рынка, альтернативные общему кредитному гэпу. Среди недавно опубликованных работ в качестве примера можно привести исследование А. Буровой [5] в которой впервые делается оценка показателя коэффициента обслуживания долга сегмента частных нефинансовых компаний России на основе детальных данных по ссудам. В литературе концепция и вариант расчета показателя была впервые предложена М. Дремманом и М. Юзелиусом еще в 2012 г. [6]. Показатель интерпретируется как долговое бремя, налагаемое задолженностью на частный нефинансовый сектор (нефинансовые компании и домохозяйства).

Учитывая сложный механизм финансовой системы, в том числе структуру и динамику различных сегментов кредитного рынка, секторальную направленность применяемых мер макропруденциальной политики России, представляется актуальным развитие инструмента АН в этом направлении.

Список использованных источников

1. Макропруденциальная политика банка россии: концепция проведения и планируемые решения: информационно-аналитический материал [Электронный ресурс]. М. : Центральный банк Российской Федерации. 2022. URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/140208/material_20220920.pdf (дата обращения: 31.03.2023)
2. Basel Committee on Banking Supervision. Guidance for national authorities operating the countercyclical capital buffer [Электронный ресурс] // Bank for International Settlements [сайт]. December 2010. URL: <https://www.bis.org/publ/bcbs187.pdf> (дата обращения: 31.03.2023).
3. Об определении стадии кредитного цикла и порядке установления национальной антициклической надбавки к капиталу: доклад для общественных консультаций [Электронный ресурс]. М. : Центральный банк Российской Федерации. 2019. URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/72455/Consultation_Paper_190617.pdf (дата обращения: 31.03.2023)
4. Данилова, Е.О., Елизарова, Н.Б. Макропруденциальная политика: теоретические аспекты и практический опыт Банка России / Е.О. Данилова, Н.Б. Елизарова // Деньги и кредит. – 2017. – № 6. – С. 5–17.
5. Бурова, А. Измерение коэффициента обслуживания долга в россии: оценка на данных кредитного реестра / А. Бурова // Деньги и кредит. – 2022. – № 3. – С. 72–88.
6. Drehmann, M., Juselius, M. Do debt service costs affect macroeconomic and financial stability? / M. Drehmann, M. Juselius // BIS Quarterly Review. – September 2012. – P. 21–35.

УДК 336.71

РАЗВИТИЕ КРЕДИТНОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.А. Смирнова, 3 курс

Научный руководитель – **В.А. Лукашевич, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Актуальность темы обусловлена процессами развития кредитной системы Республики Беларусь, которые приобретают все большую значимость из-за внедрения новых механизмов и технологий совершенствования самой кредитной системы: происходит расширение видов участников некредитных финансовых организаций (лизинговая деятельность, микрофинансовая деятельность, внебиржевой рынок Форекс), видов предоставляемых услуг: микрозаймы, сделки на изменение во времени цены базового актива, лизинг как долгосрочная аренда. Кредитный рейтинг Республики Беларусь на уровне В+ с прогнозом «развивающийся» предполагает возможность разнонаправленного движения рейтинга: неизменность, повышение или понижение на горизонте 12–18 месяцев. Республика Беларусь предпринимает некоторые меры по повышению своего кредитного рейтинга, но остаются проблемы в развитии финансового сектора кредитной системы страны, которые будут приведены ниже. В позитивных факторах рейтинговой оценки отмечается относительно высокий уровень благосостояния, умеренный уровень госдолга [1].

С институциональной точки зрения кредитная система – это система кредитно-финансовых учреждений, обслуживающих кредитные отношения (банки, финансовые компании, фондовые и валютные биржи, страховые компании и т. п.) [5].

Кредитная система функционирует через кредитный механизм, представляющий собой систему связей: между кредитными институтами и различными секторами экономики по аккумулярованию денежного капитала и инвестированию; между самими кредитными институтами по перераспределению денежного капитала в рамках действия рынка капитала.

Для большинства промышленно развитых зарубежных стран характерна следующая структура кредитной системы:

- Центральный банк, государственные и полугосударственные банки.
- Банковский сектор (коммерческие, сберегательные, инвестиционные, ипотечные и специализированные торговые банки).
- Страховой сектор (страховые компании и пенсионные фонды).
- Специализированные небанковские кредитно-финансовые институты (инвестиционные компании, финансовые компании, благотворительные фонды, трастовые отделы коммерческих банков, ссудо-сберегательные ассоциации, кредитные союзы) [3].

В Республике Беларусь функционирует двухуровневая банковская система, которая состоит из Национального банка (первый, высший уровень) и совокупности коммерческих банков (второй уровень).

Помимо первого и второго звеньев кредитной системы в Республике Беларусь можно условно выделить и третий уровень. К третьему уровню кредитной системы можно отнести такие специализированные кредитно-финансовые учреждения, как страховые организации, лизинговые компании, РУП “Белпочта”, негосударственные страховые фонды, как например, Народный пенсионный фонд Вест, Белорусский народный страховой пенсионный фонд, страховая компания “Приор-Лайф”. Необходимо отметить, что в Республике Беларусь этот сегмент финансовой системы недостаточно развит. В настоящее время такие институты, как пенсионные фонды, небанковские кредитно-финансовые организации и другие, находятся в стадии своего роста; эти институты уже прошли стадию становления и закрепились в структуре кредитной системы страны.

Национальный банк Республики Беларусь — это центральный банк Республики Беларусь [6]. Национальный банк регулирует кредитные отношения и денежное обращение, определяет порядок расчетов, обладает исключительным правом эмиссии денег. Основными целями деятельности Национального банка являются поддержание ценовой стабильности, обеспечение стабильности банковской системы Республики Беларусь, обеспечение эффективного, надежного и безопасного функционирования платежного рынка Республики Беларусь и оказания платежных услуг [2].

Основу деятельности коммерческих банков составляет осуществление пассивных операций (по привлечению временно свободных на рынке денежных средств) и активных операций (возмездное размещение на рынке среди нуждающихся лиц привлечённых средств) [2].

В Республике Беларусь основной вес в кредитно-финансовой системе занимает именно банковская система. Подтверждением этого является тот факт, что более 80% активов организаций финансового сектора белорусской экономики приходится на активы коммерческих банков. По состоянию на март 2023 года на территории Республики Беларусь действовал 21 банк и 4 небанковские кредитно-финансовые организации [7]. При этом Национальным банком в качестве системно значимых признаны следующие банки (системно значимый банк – это кредитная организация, которая влияет на финансовую устойчивость всей банковской системы [8]): «Сберегательный банк "Беларусбанк"», «Белагропромбанк», «Белгазпромбанк», «БПС-Сбербанк», «Приорбанк», «Белвнешнэкомбанк», «Белорусский банк развития и реконструкции "Белинвестбанк"».

Существенным препятствием развитию кредитной системы и кредита в Беларуси служит значительный дисбаланс между банковским и небанковским секторами. В первую очередь это связано с неразвитой инфраструктурой небанковского сектора, в составе которого отсутствуют многие кредитные институты, распространенные в мировой практике, такие как пенсионные, взаимные и паевые фонды, факторинговые и форфейтинговые компании. Не созданы правовые основы для формирования инвестиционных и венчурных фондов [4]. Со стороны государства требуется сделать акцент на ускоренное развитие небанковских сегментов финансового рынка, что заложит ос-

нову для постепенного формирования сбалансированной структуры финансового сектора, снизит степень доминирования банковской системы.

Таким образом в Республике Беларусь функционирует два уровня структуры кредитной системы, предназначенной для распределения финансовых активов. Вместе с тем нужно отметить значительный дисбаланс в кредитной системе между банковским и небанковским секторами.

Совершенствование кредитной системы Беларуси должно быть направлено на повышение роли кредита в развитии экономики и осуществляться комплексно.

Список использованных источников

1. Акра подтвердило долгосрочный кредитный рейтинг Республики Беларусь на уровне В+, прогноз «развивающийся». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.acra-ratings.ru/press-releases/3839/> (дата обращения: 14.03.2023).
2. Банковский кодекс Республики Беларусь от 25 октября 2000 г. № 441-3.
3. Кредитная система Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=786950> (дата обращения: 14.03.2022).
4. Нацбанк отменяет регулирование ставок по кредитам и депозитам. Или нет? [Электронный ресурс]. URL: <https://banki24.by/news/3039-nacbank-otmenyaet-regulirovanie-stavok> (дата обращения: 15.03.2022)
5. Организация деятельности коммерческого банка: учеб. пособие / Г. С. Чеботарева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 120 с
6. Развитие финансово-кредитной системы Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/9084817/page:16/> (дата обращения: 14.03.2022).
7. Сведения о банках и небанковских кредитно-финансовых организациях, действующих на территории Республики Беларусь, их филиалах. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nbrb.by/system/banks/list> (дата обращения: 14.03.2022).
8. Системно значимые банки в России — привилегии и ответственность. [Электронный ресурс]. URL: https://sovcombank.ru/blog/umnii-potrebitel/sistemno-znachimie-banki-v-rossii--privilegii-i-otvetstvennost?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.by%2F (дата обращения: 14.03.2022).

УДК 336.77(476)

ОБЗОР ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРЕДИТНОГО РИСКА В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.В. Чернак, 3 курс

Научный руководитель – **О.А. Кукса**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Банковский риск — это не имманентно присущее банку свойство, не столько неизбежность отрицательного хода событий, сколько деятельность, которая может привести к достижению отрицательного результата [1, с. 9].

Банковский риск – объективно существующая в присущих банковской деятельности условиях неопределенности потенциальная возможность (вероятность) понесения банком потерь (убытков), неполучения запланированных доходов и (или) ухудшения ликвидности и (или) наступления иных неблагоприятных последствий для банка вследствие возникновения различных событий, связанных с внутренними и (или) внешними факторами деятельности банка [2].

Коммерческая деятельность банков в значительной степени связана с рисками, что снижает её доходность и определяет необходимость чётко и эффективно управлять банковскими рисками. Управление банковскими рисками осуществляется в три основных этапа: выявление и оценка риска; мониторинг риска; его минимизация. Эффективное управление рисками позволяет спрогнозировать риск, не допустить его появления и обеспечить положительный финансовый результат для банка. По причине высокой значимости банков в экономике государства управление рисками осуществляется как на уровне отдельных банков (внутреннее управление), так и на уровне всей банковской системы в лице центрального регулятора – Национального банка Республики Беларусь.

Основными видами банковских рисков, выделяемых Национальным банком Республики Беларусь, в соответствии с Инструкцией об организации системы управления рисками, утверждённой

постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 29.10.2012 № 550, являются: кредитный риск, страновой риск, рыночный риск (в том числе фондовый, валютный, товарный), процентный риск банковского портфеля, риск ликвидности, операционный риск (правовой, киберриск), стратегический риск, репутационный риск, риск концентрации [2].

Именно кредитный риск является одним из самых крупных в банковской деятельности. Такой риск способствует возникновению убытков у банка в результате неисполнения (ненадлежащего исполнения) должником своих кредитных обязательств. Так как основную долю активных операций банка составляют кредитные операции, то наличие кредитного риска отрицательно сказывается на доходной части бака, что подчёркивает его значимость, необходимость в качественной оценке и эффективном управлении.

Для оценки кредитного риска в банковской системе Республики Беларусь приведём структурно-динамический анализ задолженности по кредитам, выданным банками секторам экономики, что позволит определить тренды кредитного рынка, а также выявить долю просроченной задолженности по кредитам за исследуемый период (таблица 1):

Таблица 1. – Динамика показателей задолженности секторов экономики по банковским кредитам за 2020-2022 гг.

Показатели	01.01.2021		01.01.2022		01.01.2023	
	Сумма, млн. руб.	УВ, %	Сумма, млн. руб.	УВ, %	Сумма, млн. руб.	УВ, %
Задолженность секторов экономики:	58 746,5	100	60 471,4	100	62 175,8	100
- в национальной валюте	30 961,8	52,70	33 244,8	54,98	39 408,2	63,38
- в иностранной валюте	27 784,7	47,30	27 226,5	45,02	22 767,6	36,62
Государственные коммерческие предприятия	21 759,3	37,04	20 564,5	34,01	21 273,9	34,22
Частный сектор	18 617,9	31,69	20 906,1	34,57	21 541,1	34,65
Физические лица	15 702,5	26,73	16 469,6	27,24	16 975,5	27,30
Небанковские финансовые организации	2 666,8	4,54	2 531,2	4,19	2 385,4	3,84
Краткосрочные кредиты	16 403,8	27,92	19 623,5	32,45	23 647,7	38,03
Долгосрочные кредиты	42 182,5	71,80	40 708,5	67,32	38 392,0	61,75
Просроченная задолженность по кредитам	126,8	0,22	100,2	0,17	167,8	0,27

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3; 4]

Приведённые данные в таблице 1 свидетельствуют о непрерывном увеличении сумм кредитов, выдаваемых банками в период с 2020 по 2022 год (базисный темп прироста составил – 5,8%). Такая тенденция является положительной для экономики, так как кредитные ресурсы обеспечивают финансирование реального сектора и получение доходов для банков. В связи с переориентацией в 2022 году внешнеторговых потоков и переходом на расчёты в российских рублях, для снижения валютных рисков организации ускоренными темпами сокращали задолженность по кредитам в иностранной валюте [5, с. 9]. Исходя из этого, удельный вес выданных кредитов в иностранной валюте сократился на 10,68 пп. по сравнению с 2020 годом и составил 36,62 %, что также вызвано проведением эффективных мероприятий по девальютизации, связанной с повышением доступности и большей привлекательности кредитов в белорусских рублях. В 2020 году основным кредитополучателем являлись государственные коммерческие предприятия, в 2022 – частный сектор, удельный вес кредитования физических лиц был увеличен на 0,57 пп. Данные изменения обусловлены повышением финансовой поддержки субъектов малого и среднего бизнеса со стороны банков, активизацией потребительского кредитования населения за счёт уменьшения процентных ставок по кредиту. Преобладание сумм долгосрочных кредитов над краткосрочными (61,75% и 38,03% соответственно) является положительным для экономики, однако можно проследить сокращение

удельного веса долгосрочного кредитования в 2022 году по сравнению с 2020 годом на 10,06 пп., что негативно сказывается на реализации долгосрочных инвестиционных проектов.

Достаточно значимым показателем в оценке кредитного риска является доля просроченной задолженности по кредитам в общей задолженности. В 2022 году он составил 0,27%, что на 0,10 пп. больше по сравнению с 2021 годом и на 0,05 пп. — с 2020 [5, с. 7]. Надо отметить низкий уровень просроченной кредитной задолженности, что положительно характеризует соответствующую деятельность банков и положение с кредитным риском. Увеличение данного показателя носит отрицательный характер для банковской системы, так как увеличение доли просроченной задолженности свидетельствует о снижении финансовой способности кредитополучателей отвечать по принятым обязательствам.

Исходя из статистических данных, наибольшие объёмы просроченной задолженности характерны для частного сектора и в национальной валюте, что обусловлено большей распространённостью таких кредитов [4]. Краткосрочные кредиты больше подвержены кредитному риску, так как они предполагают полное их погашение до одного года включительно, однако не все кредитополучатели (в особенности юридические лица) могут получить за такой короткий период необходимый доход для уплаты задолженности и начисленных процентов.

Структурно-динамический анализ необслуживаемых активов за 2020-2022 гг. представлен в таблице 2:

Таблица 2. – Структурно-динамический анализ необслуживаемых активов в банковском секторе Республики Беларусь за 2020-2022 гг.

Показатели	01.01.2021		01.01.2022		01.01.2023	
	Сумма, млн. руб.	УВ, %	Сумма, млн. руб.	УВ, %	Сумма, млн. руб.	УВ, %
Необслуживаемые активы	3 457,1	4,83	4 028,3	5,30	3 856,0	4,91
СЗБ1	3 227,5	93,36	3 823,6	94,92	3 250,4	84,29
СЗБ2	159,0	4,60	172,0	4,27	559,8	14,52
НСЗБ	70,6	2,04	32,6	0,81	45,8	1,19
Государственные банки	2 631,1	76,11	3 198,6	79,40	2 455,7	63,69
Иностранные банки	750,5	21,71	801,8	19,90	1 383,2	35,87
Частные банки	75,5	2,18	27,9	0,69	17,2	0,45
Реструктуризированная задолженность IV	3 027,3	87,57	2 157,7	53,56	2 235,2	57,97
V группа риска	347,3	10,05	1 629,4	40,45	1 395,2	36,18
VI группа риска	82,5	2,39	241,1	5,99	225,6	5,85
Национальная валюта	1 238,3	35,82	1 388,6	34,47	1 809,4	46,92
Иностранная валюта	2 218,8	64,18	2 639,7	65,53	2 046,7	53,08
Юридические лица	3 325,8	96,20	3 931,0	97,58	3 664,8	95,04
Физические лица	130,4	3,77	96,4	2,39	113,1	2,93
Банки	0,9	0,03	0,9	0,02	78,1	2,03

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [6]

В 2022 году необслуживаемые активы составили 3 856 млн. рублей, что на 4,28% меньше по сравнению с 2021 годом. Их доля в общих активах составила 4,91% (при пороговом значении 10% [5, с. 7]). Наибольший удельный вес необслуживаемых активов приходится на банки системной значимости 1, что определено масштабами их деятельности и ролью в банковском секторе страны. По форме собственности наибольший удельный вес необслуживаемых активов сосредоточен в государственных банках (63,69%). По группам риска наибольший удельный вес занимает реструктуризированная задолженность IV группы риска (57,97%). Наибольший удельный вес необслуживаемых активов сформирован в иностранной валюте. Основным контрагентом являются юридические лица.

Таким образом, по результатам расчётов доля просроченной задолженности в 2022 году составила 0,27%. Данный показатель является невысоким, что позволяет сделать вывод о низком кредитном риске в банковской системе Республики Беларусь и положительной деятельности банков в области кредитования. Однако проведённый динамический анализ свидетельствует о негативных тенденциях повышения кредитного риска.

Адекватная кредитная политика, тщательный отбор кредитополучателей, качественная оценка кредитоспособности клиентов, контроль за их финансовым состоянием, подбор высококвалифицированных специалистов – всё это является ключевыми элементами эффективного управления рисками и обеспечивает в первую очередь успешное кредитование, приносящее доходы банку.

Список использованных источников

1. Петрукович, Н.Г. Анализ деятельности банков: для студентов I ступени высшего образования экономических специальностей [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс / Н.Г. Петрукович; УО "Полесский государственный университет". – Пинск: ПолесГУ, 2021. – 76 с.

2. Об утверждении Инструкции об организации системы управления рисками: постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 29 октября 2012 г. № 550// Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/search?searchText> – Дата доступа: 15.03.2023.

3. Статистический бюллетень № 1(259) 2021 / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2021. – Режим доступа – https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat_bulletin_2021_1.pdf – Дата доступа: 16.03.2023.

4. Статистический бюллетень № 1(283) 2023 / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2023. – Режим доступа – https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat_bulletin_2023_01.pdf – Дата доступа: 16.03.2023.

5. Калечиц, С.В. Итоги работы Национального банка за 2022 год по обеспечению макроэкономической стабильности и задачи на 2023 год / С.В. Калечиц // Банкаўскі веснік. – 2023. — № 1 (714). — С. 3–10.

6. Обзор деятельности и характеристика устойчивости функционирования банков Республики Беларусь: информационный сборник 2022-2021 / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <https://www.nbrb.by/publications/banksector> – Дата доступа: 16.03.2023.

УДК 336.713

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ЗАО "АЛЬФА-БАНК" НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.Г. Юнчиц, 4 курс

Научный руководитель – **Н.Л. Давыдова, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Для оценки конкурентных позиций банка на розничном рынке проводится комплексный анализ, который включает в себя сравнение с конкурентами, анализ показателей деятельности и понимание общей динамики рынка. Это может помочь выявить сильные и слабые стороны банка, а также определить потенциальные возможности для улучшения его позиций на розничном рынке.

Для оценки конкурентных позиций ЗАО "Альфа-Банк" был проведен анализ банковской конкурентной среды с использованием информации рейтингового агентства *BIK Ratings*.

Анализ показал, что ЗАО "Альфа-Банк" занимает высокие позиции в рэнкинге банков Республики Беларусь и с каждым годом поднимается в списке рэнкинга, улучшая свои показатели деятельности. А по критериям рентабельность активов и рентабельность собственного капитала ЗАО "Альфа-Банк" и вовсе занимает лидирующие позиции в 2020-2021 годах что говорит о высокой эффективности использования ресурсов банка.

На основании финансовой отчетности банка за 2019-2021 годы был проведен анализ розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк", который показал успешную работу банка на розничном рынке Беларуси. Банк успешно привлекает средства населения и активно занимается кредитованием физических лиц, что подтверждает положительную динамику роста доходов и эффективности в розничном сегменте. Наблюдается неоднозначная тенденция изменения расходов розничного сегмен-

та и снижение процентных доходов, однако рост комиссионных доходов и чистых доходов от операций с иностранной валютой компенсируют это снижение.

Для анализа конкурентоспособности ЗАО "Альфа-Банк" на розничном рынке, сопоставим основные показатели его деятельности с банками-конкурентами (таблица 1). В качестве банков-конкурентов рассмотрим ЗАО "Банк ВТБ" и ОАО "Белагропромбанк".

Таблица 1. – Анализ основных показателей деятельности розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк", ЗАО "Банк ВТБ" и ОАО "Белагропромбанк" за 2021 г., тыс. руб.

Показатели	ЗАО "Альфа-Банк"	ЗАО "Банк ВТБ"	ОАО "Белагропромбанк"
Активы	300 327	671 939	1 034 648
Обязательства	1 284 680	428 156	3 430 886
Кредиты физическим лицам	323 952	615 004	772 955
Средства клиентов - физ. лиц	1 306 004	420 754	3 416 236
Доходы сегмента	184 720	181 295	447 901
Расходы сегмента	136 357	156 411	410 271
Прибыль розничного сегмента	48 363	24 884	37 630

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании [1; 2; 3]

Как видно из данных таблицы 1, ЗАО "Альфа-Банк", уступает банкам-конкурентам по таким абсолютным показателям как размер активов розничного сегмента и объем кредитов физическим лицам. По показателям размер обязательств розничного сегмента и объем средств клиентов физических лиц, ЗАО "Альфа-Банк" находится на 2 месте превосходя ЗАО "Банк ВТБ". ЗАО "Альфа-Банк" имеет наименьшие расходы и наибольшую прибыль в розничном сегменте, что свидетельствует о высоком качестве услуг и успешной стратегии управления банком. Кроме того, ЗАО "Альфа-Банк" занимает второе место среди конкурентов по размеру доходов в розничном сегменте. Размер прибыли розничного сегмента у ЗАО "Альфа-Банк" значительно выше, чем у других банков, что свидетельствует о успешной стратегии управления банком, о высоком качестве предоставляемых услуг и о том, что банк находится на верном пути развития.

Далее в таблице 2 сравним результаты показателей эффективности розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк" и конкурентов.

Таблица 2. – Анализ показателей эффективности розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк", ЗАО "Банк ВТБ" и ОАО "Белагропромбанк" за 2021 г.

Показатели	ЗАО "Альфа-Банк"	ЗАО "Банк ВТБ"	ОАО "Белагропромбанк"
Рентабельность активов сегмента	16,1	3,7	3,6
Рентабельность доходов сегмента	26,2	13,7	8,4
Рентабельность затрат сегмента	35,5	15,9	9,2
Коэффициент эффективности затрат сегмента	1,4	1,2	1,1

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании [1; 2; 3]

Как видно из данных таблицы 2, ЗАО "Альфа-Банк" имеет несомненное преимущество перед ЗАО "Банк ВТБ" и ОАО "Белагропромбанк" по всем показателя эффективности розничного сегмента: рентабельность активов, рентабельность доходов, рентабельности затрат и коэффициент эффективности затрат. Это свидетельствует о более успешной стратегии управления, высоком качестве предоставляемых услуг и более эффективной работе с клиентами.

Далее был проведен анализ видов кредитов предлагаемых банками ЗАО "Альфа-Банк", ЗАО "Банк ВТБ" и ОАО "Белагропромбанк", который показал следующее: ЗАО "Альфа-Банк" сфокусирован на конкретных видах кредитов, что позволяет банку предоставлять наиболее востребо-

ванные и качественные продукты в этой сфере. Однако банки-конкуренты имеют более широкую линейку кредитных продуктов, к примеру, кредиты на покупку автомобиля, недвижимость.

При анализе конкурентных позиций ЗАО "Альфа-Банк" на розничном рынке было выявлено, что банк занимает прочные позиции в рейтинге банков, и ежегодно улучшает свои показатели деятельности. Однако, при сравнении с банками-конкурентами, выявлено, что объемы активов и обязательств в розничном сегменте ЗАО "Альфа-Банк" меньше, а также ограничен выбор видов кредитования. Наряду с этим отмечается снижение процентных доходов розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк".

Для улучшения конкурентных позиций на розничном рынке, ЗАО "Альфа-Банк" можно принять ряд мероприятий. В первую очередь, банк может расширить своё предложение видов кредитования, чтобы удовлетворить потребности большего числа клиентов. Кроме того, банк может улучшить качество обслуживания клиентов, внедрить новые технологии и сервисы, повысить уровень безопасности услуг. Также, ЗАО "Альфа-Банк" может провести рекламные акции для привлечения новых клиентов и удержания существующих.

Такие мероприятия помогут ЗАО "Альфа-Банк" улучшить свои показатели деятельности, привлечь больше клиентов и укрепить свои позиции на розничном рынке.

Таким образом, проведенная оценка конкурентных позиций ЗАО "Альфа-Банк" на розничном рынке Республики Беларусь показала, что банк является успешным и конкурентоспособным на рынке, имеет свои сильные стороны и уникальные преимущества, но банки-конкуренты также имеют свои сильные стороны и конкурентные преимущества. Также, банку необходимо расширять спектр предоставляемых кредитных продуктов, внедрять новые виды кредитования с более выгодными условиями как для банка, так и для клиента, чтобы улучшить свои конкурентные позиции на розничном рынке.

Список использованных источников

1. Финансовая отчетность ЗАО "Альфа-Банк" в соответствии с МСФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alfabank.by/about/reporting/> – Дата доступа: 30.03.2023.

2. Финансовая отчетность ЗАО "Банк ВТБ" в соответствии с МСФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.by/o-banke/finansovaya-otchetnost/finansovaya-otchetnost?type=5> – Дата доступа: 30.03.2023.

3. Финансовая отчетность ОАО "Белагропромбанк" в соответствии с МСФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belapb.by/rus/about/pokazateli-deyatelnosti-i-finansovaya-otchetnost/finansovaya-otchetnost-po-mezhdunarodnym-standartam/godovaya-konsolidirovannaya-finansovaya-otchetnost-po-msfo/> – Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 336.7

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО "АСБ БЕЛАРУСБАНК" НА РЫНКЕ РОЗНИЧНЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

А.Д. Юрковец, 4 курс

Научный руководитель – **Н.Л. Давыдова, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Качество и доступность розничных банковских услуг являются одним из основных направлений экономического развития банковского сектора Республики Беларусь. Значимость таких операций как привлечение денежных средств во вклады и кредитование физических лиц повышается с каждым разом.

Из данных таблицы 1 видно, что общая сумма вкладов физических лиц за период снизилась. Из них срочные депозиты в период 2019-2021 гг., занимавшие в 2021 г. 79% от общей суммы вкладов, уменьшились. Данная тенденция является негативной, поскольку срочные депозиты позволяют проводить операции по размещению ресурсов на более длительные сроки. Объемы средств, размещенных на текущих/расчетных счетах и в депозитах до востребования, занимали от 19 до 21% в структуре вкладов физических лиц за анализируемый период. Прирост данного показателя на

12,8% вызван снижением экономической активности населения в связи с пандемией коронавируса. В целом за анализируемый период наблюдалась разнонаправленная динамика.

Таблица 1. – Динамика объемов вкладов физических лиц в разрезе видов в ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за период 2019-2021 гг., тыс. бел. руб.

	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп прироста 2020/2019, %	Темп прироста 2021/2020, %
Срочные депозиты	7 052 924	6 065 632	6 387 110	-14,0	5,3
Текущие/расчетные счета и депозиты до востребования	1 648 928	1 860 374	1 685 625	12,8	-9,4
Вклады физических лиц	8 701 852	7 926 006	8 072 735	-8,9	1,9

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1; 2; 3]

Таким образом, физические лица продолжают активно использовать депозитные сберегательные инструменты, однако их динамика снижается, что является отрицательной тенденцией для поддержания стабильности ресурсной базы и наращивания клиентского потенциала ОАО ”АСБ Беларусбанк“.

Кредитование физических лиц является одним из активно развивающихся направлений деятельности ОАО ”АСБ Беларусбанк“ (Таблица 2).

Таблица 2. – Динамика объемов кредитования и просроченной задолженности по кредитам, выданным физическим лицам в ОАО ”АСБ Беларусбанк“ за 2019-2021 гг., тыс. бел. руб.

	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп прироста 2021/2019, %
Кредиты населению	5 420 458	6 685 679	7 534 200	39,0
Просроченные менее 5 дней	370	-	-	-
Просроченные от 6 до 30 дней	17 831	22	3	-99,983175
Просроченные от 31 до 90 дней	4 253	26 019	26 405	520,9
Просроченные от 91 до 180 дней	2 429	2 850	1 929	-20,6
Просроченные более 180 дней	2 555	9 652	6 675	161,3
Просроченная задолженность	27 438	38 543	35 012	27,6

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1; 2; 3]

Проанализировав данные таблицы 2 можно сделать следующие выводы:

1) По объему кредитования сумма выданных кредитов в 2021 г. составила 7 534 200 тыс. бел. руб., что на 39 п.п., больше, чем показатель в 2019 г. Стремительный рост данного показателя говорит о востребованности кредитных продуктов банка физическими лицами, что, в свою очередь, является положительной динамикой для развития ОАО ”АСБ Беларусбанк“.

2) Доля просроченных кредитов занимала наименьший удельный вес в составе кредиторской задолженности (1%), однако показатель увеличился за анализируемый период. Основной причиной наличия просроченной задолженности по кредитам являются финансовые трудности у кредитополучателей (падение уровня доходов, невозможность справиться со своей кредитной нагрузкой, потеря работы, непредвиденные расходы).

3) Просроченная задолженность сроком менее 5 дней и 6-30 дней в основном наблюдалась в 2019 г. Можно сделать вывод, что физические лица имеют наибольшие проблемы с возвратом сумм основного долга по кредитам преимущественно на срок свыше 30 дней.

4) Наибольший прирост просроченной задолженности физических лиц наблюдался в 2020 г. Задолженность сроком 31-90 дней, занимавшая наибольший удельный вес среди просроченных задолженностей (в 2021 г. – 75,4%), выросла в 6 раз. Данный рост говорит о продлении сроков невозврата клиентами, что может быть вызвано недостатком денежных средств в связи с последствиями неблагоприятной эпидемиологической обстановки в стране.

5) Задолженность сроком 91-180 дней за рассматриваемый период снизилась на 500 тыс. бел. руб., или 20,6 п.п., и в 2021 г. составила 1 929 тыс. бел. руб., что говорит в первую очередь о существенных усилиях банка, предпринятых в направлении востребования кредитных ресурсов.

Таким образом, кредитование физических лиц является в ОАО "АСБ Беларусбанк" достаточно востребованным направлением деятельности. Показатель кредитования физических лиц имеет положительную динамику, при этом выплаты по кредитам осуществляются в 99% случаев, остальные (1%) относятся к просроченным платежам по кредитам, что является положительной тенденцией для банка.

ОАО "АСБ Беларусбанк" отражает выручку от проведения операций по розничному банковскому бизнесу в годовой консолидированной финансовой отчетности. Рассмотрим ее динамику в таблице 3.

Таблица 3. – Динамика суммы выручки по сегменту розничного банковского бизнеса в разрезе операций в ОАО "АСБ Беларусбанк" за период 2019-2021 гг., тыс. бел. руб.

	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп прироста 2021/2019, %
Операции по обслуживанию банковских платежных карт	2 096	2 189	2 505	19,5
Расчетные операции	64 844	90 866	103 924	60,3
Операции кредитного характера	1 223	1 165	-	-
Операции с ценными бумагами	407	309	276	-32,2
Проведение валютно-обменных операций	265	332	383	44,5
Прочие операции	838	1 042	1 505	79,6
Итого полученные комиссионные доходы	69 673	95 903	108 593	55,9

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1; 2; 3]

Исходя из таблицы 3 можно сделать следующие выводы:

1) Общий объем комиссионных доходов банка увеличился, что свидетельствует об эффективном управлении финансовыми ресурсами банка.

2) Наибольший удельный вес в структуре выручки от операций с физическими лицами занимали расчетные операции, выручка по которым возросла наиболее существенно. Рост доходов свидетельствует о расширении количества клиентов банка и высокой их активности в проведении операций.

3) Операции по обслуживанию банковских платежных карточек за рассматриваемый период имели постоянно увеличивающийся темп роста доходов. Рост данного показателя вызван увеличением выпускаемых банковских карт клиентам, что говорит о высоком спросе на данный вид услуги.

4) Выручка по валютно-обменным операциям увеличилась на 44,5 п.п. Это говорит о том, что операции по обмену валюты за анализируемый период были востребованы клиентами банка – физическими лицами.

Таким образом, в розничном секторе ОАО "АСБ Беларусбанк" преобладающими видами деятельности являются кредитование физических лиц и привлечение средств во вклады. Доходы по операциям с физическими лицами продолжает расти, в том числе по обслуживанию банковских карточек, расчетным и валютно-обменным операциям. Несмотря на рост кредитования клиентов, риск невозврата денежных средств остается проблемой в розничном сегменте. Депозитный портфель банка, несмотря на небольшой отскок в 2021 г., продолжает снижаться, что говорит о необходимости активации работы ОАО "АСБ Беларусбанк" в данном направлении.

Список использованных источников

1. Годовая консолидированная финансовая отчетность в соответствии с МСФО 2019 г. [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО "АСБ Беларусбанк". – Режим доступа: <https://belarusbank.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

2. Годовая консолидированная финансовая отчетность в соответствии с МСФО 2020 г. [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО "АСБ Беларусбанк". – Режим доступа: <https://belarusbank.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

3. Годовая консолидированная финансовая отчетность в соответствии с МСФО 2021 г. [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО "АСБ Беларусбанк". – Режим доступа: <https://belarusbank.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

УДК 657

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ «КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ»

Е.А. Базилюк, 3 курс
Научный руководитель – И.П. Якубова, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В процессе хозяйственной деятельности у предприятия возникают обязательства, которые влекут за собой обязанность уплаты определенной суммы денежных средств. Обязательства появляются в силу установления договорных отношений различного характера, заключение которых необходимо для эффективного производственного процесса.

Одним из видов обязательств является дебиторская и кредиторская задолженность. Трактовки понятия кредиторской задолженности несколько различны у разных авторов. Различные трактовки приведены в таблице 1.

Таблица 1. – Понятия термина ”кредиторская задолженность“

Содержание понятия	Автор, источник
Кредиторская задолженность — это денежные средства, временно привлеченные предприятием, фирмой, подлежащие возврату юридическим или физическим лицам, у которых они заимствованы и которым они не выплачены.	Борисов А.Б. [1, С. 49]
Кредиторская задолженность – это вид обязательств, характеризующих: 1) сумму долгов, причитающихся к уплате организацией в пользу других юридических и физических лиц в результате хозяйственных взаимоотношений с ними; 2) счета, причитающиеся к получению в связи с поставками в кредит или оплатой в рассрочку.	Бакаев А. [2, С. 102]
Кредиторская задолженность – задолженность самой организации юридическим или физическим лицам, которые являются для данной организации кредиторами.	Яшина Н.И. [3, С. 126]
Под кредиторской задолженностью следует понимать стоимостную оценку обязательств организации перед третьими лицами, возникших в процессе хозяйственной деятельности и подлежащих уплате или взысканию в определенные сроки.	Носова Ю.А. [4, С. 78]
Кредиторская задолженность – денежные средства, временно привлекаемые предприятием как кредит и подлежащие возврату по месту выдачи.	Щадилова С. Н. [5, С. 149]

Примечание – Источник: собственная разработка на основании изучения экономической литературы.

Таким образом, на основании изученной отечественной и зарубежной экономической литературы, обобщив вышеприведенные трактовки можно сказать, что кредиторская задолженность – это задолженность предприятия физическим и юридическим лицам, бюджету, а также внебюджетным фондам по выполнению взятых на себя обязательств.

Изучив существующие классификации из различных источников, можно представить следующую классификацию кредиторской задолженности в таблице 2.

Таблица 2. – Классификация кредиторской задолженностей

Критерий классификации	Вид задолженности	Признаки
По продолжительности периода	Долгосрочная	Срок погашения более 12 месяцев
	Краткосрочная	Срок погашения менее 12 месяцев
По содержанию обстоятельств	Задолженность, связанная с приобретением или реализацией товаров, работ, услуг	Задолженность перед поставщиками и покупателями
	Задолженность, не связанная с приобретением или реализацией товаров, работ, услуг	Задолженность перед внебюджетными и бюджетными фондами, налоговой, и т.д.
По степени оценки суммы	Фактические	Возникают из договора, строго и однозначно подсчитана
	Оценочные	Точная сумма не может быть определена до наступления определенной даты и условий
По валюте платежа	Выраженная в белорусских рублях	
	Выраженную в иностранной валюте	Возникает в основном при внешне-торговых операциях
По степени срочности оплаты	Срочная	Платежи в бюджет, выплата заработной платы, уплата процентов по кредиту
	Текущая	Платежи за полученные или проданные товары
По срокам погашения	Нормальная	Срок оплаты по договору ещё не наступил
	Просроченная	Задолженность, не оплаченная в установленный договором срок

Примечание – Источник: собственная разработка на основании изучения экономической литературы.

По нашему мнению, представленная классификация будет способствовать правильному определению правового режима данного объекта учета, организации аналитического и синтетического учета кредиторской задолженности.

В заключении можно сделать следующие выводы:

– под кредиторской задолженностью с экономической точки зрения, понимают задолженность предприятия физическим и юридическим лицам, бюджету, а также внебюджетным фондам по выполнению взятых на себя обязательств;

– представленная классификация кредиторской задолженности будет способствовать правильной организации аналитического и синтетического бухгалтерского учета.

Список используемых источников

1. Борисов А.Б. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / Борисов А.Б. – Минск: Книжный дом, 2005. – 142 с.
2. Бакаев. А. Толковый бухгалтерский словарь учеб. пособие / А. Бакаев – Минск: Вышэйшая школа, 2006 г. – 176 с.
3. Яшина Н. И. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / Яшина Н. И. – Минск: Вышэйшая школа, 2012 г. – 231 с.
4. Носова Ю. А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / Носова Ю. А. – Минск: Книжный дом, 2015. – 171 с.
5. Щадилова С. Н. Основы бухгалтерского учета : метод. пособие-учеб. по курсу "Бухгалт. учет и коммер. расчеты" / С. Н. Щадилова; Моск. гос. инж.-физ. инт (техн. ун-т), Заоч. шк. - М. : ЗФМШ МИФИ, Б. г. (1997). – 495 с.

НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ: ПОДХОДЫ К СУЩНОСТИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Д.А. Билида, 3 курс

Научный руководитель – М.Н. Галкина, ассистент
Полесский государственный университет

Все субъекты хозяйствования, которые осуществляют свою деятельность на территории Республики Беларусь, обязаны вести налоговый учет. Данный учет необходим для формирования достоверной и полной информации об налогооблагаемых хозяйственных операциях, которые осуществил налогоплательщик в течение отчетного периода, а также обеспечения информацией заинтересованных в ней лиц (внутренних и внешних пользователей) для контроля за начисленными и уплаченными в бюджет налогами.

Прежде, чем перейти к разработке совершенствований налогового учета, следует определиться с категорией «налоговый учет». Существует большое количество трактовок понятия «налоговый учет» разными авторами во всем мире. В таблице 1 проводится сравнение сущности категории разными авторами с целью выявления схожих элементов и различий в них.

Таблица 1. – Сравнение определений категории «налоговый учет» в разных источниках

Источник	Содержание
Е.Ф. Киреева [1, с. 72]	Налоговый учет – это система отражения хозяйственных операций с целью получения показателей, используемых в налогообложении
Е.З. Макеева [2, с. 7]	Налоговый учет – это система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным НК
Налоговый Кодекс Республики Беларусь [3]	Налоговый учет – это осуществление плательщиками (иными обязанными лицами) учета объектов налогообложения и определения налоговой базы по налогам, сборам (пошлинам) путем расчетных корректировок к данным бухгалтерского учета, если иное не установлено налоговым законодательством
Е. А. Лешина [4, с.7]	Налоговый учет – это ведущее звено информационной системы финансово-экономической деятельности предприятия, формируемое на принципах бухгалтерского учета в целях определения доли изъятий доходов в пользу государственного бюджета

НК Республики Беларусь и Е.З. Макеева имеют достаточно схожие моменты в своих определениях, однако в источнике Е.Ф. Киреева определение понятия «налоговый учет» показывает тесную взаимосвязь между бухгалтерским учетом и налоговым учетом. Именно в трактовке Е.А. Лешина указывается, что налоговый учет базируется на принципах бухгалтерского учета.

В настоящее время, бухгалтерский и налоговый учет тесно взаимосвязаны, а точнее, последний следует из первого. Это связь прослеживается еще с истории учета, который существовал ранее как одна единая система, то есть не предусматривалось выделение в его составе налогового, управленческого и финансового учета. Основные отличительные признаки налогового и бухгалтерского учета приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Отличительные признаки бухгалтерского и налогового учета в нормативно-правовых актах

Отличительный признак	Бухгалтерский учет	Налоговый учет
Нормативная база	Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности»	Налоговый Кодекс Республики Беларусь
Цель (задача)	Достоверно отразить результаты деятельности в финансовой отчетности	Правильно и своевременно рассчитать размер, подлежащих к уплате в бюджет налогов
Отчетный период	Годовой, квартальный и т.д.	Годовой, квартальный и т.д.
Формы отчета	Установлены Национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности: баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об изменении собственного капитала	Установлены налоговым законодательством
Получатель отчета	Руководитель, инвесторы, кредиторы и иные заинтересованные лица	Руководитель, налоговые органы

Бухгалтерский учет, как и налоговый, регулируют документы, принятые в нашей стране и обязательные к соблюдению на всей территории Республики Беларусь. По целям учетов, как говорилось ранее, можно увидеть, что из бухгалтерского учета следует налоговый учет. Формы отчетности также регламентированы соответствующими документами.

Направлениями совершенствования налогового учета в организации могут стать регистры, которые можно разработать самостоятельно. Создание налогового регистра по земельному налогу может значительно сократить время на поиск информации по каждому конкретному участку и станет дополнительным пунктом в защите позиции налогоплательщика (например, при проведении налоговой проверки). Регистр по земельному налогу представлен в таблице 3.

Таблица 3. – Налоговый регистр по земельному налогу

№ п/п	Местонахождение земельного участка	Кадастровый номер земельного участка	Дата возникновения права на земельный участок	Дата прекращения права на земельный участок	Площадь земельного участка	Кадастровая стоимость за 1 кв.м.	Льгота
1	2	3	4	5	6	7	8

*Примечание. Регистр составляется по каждой категории земельных участков

Еще одним путем совершенствования налогового учета является автоматизация работы главного бухгалтера по расчетам, связанным с налогами. Несмотря на то, что в настоящее время во всех организациях установлена программа «1С», налогообложение ведется отчасти вручную, потому что программа не может отследить все изменения, связанные с налогообложением. Поэтому бухгалтерия должна постоянно отслеживать эти изменения и с помощью IT-отдела может постоянно совершенствовать данную программу.

Эти направления могут значительно сэкономить время на поиск необходимой информации о налогах и время на последующее составление налоговых деклараций, также помогут своевременно находить ошибки и быстро предпринимать действия по их устранению.

Список использованных источников

1. Киреева, Е.Ф. Налоги и налогообложение: учеб. пособие / Е.Ф. Киреева [и др.]; под общ. ред. Е.Ф. Киреевой. – Минск: БГЭУ, 2019. – 439 с.
2. Макеева, Е.З. Налоговый учет: учеб. Пособие / Е.З. Макеева [и др.]. – «Прометей», 2020. – 22 с.
3. Налоговый Кодекс Республики Беларусь (доп. И ред.) 19 декабря 2002 г. № 166-З // Зарегистрировано в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь 31.12.2021 № 2/920.
4. Лешина, Е.А. Налоговый учет: учебное пособие / Е. А. Лешина [и др.]; под общ. ред. М. А. Суркова. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – 143 с.
5. Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 № 57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» // Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020. - Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 02.04.2023.

УДК 657

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

У.А. Болобосова, 2 курс

Научный руководитель – **М.Н. Галкина, ассистент**

Полесский государственный университет

Учетная политика является важным элементом бухгалтерского учета, которая определяет основные принципы и методы учета, принятые в организации. Она является инструментом регулирования деятельности организации и осуществления полной и достоверной финансовой отчетности.

В современных условиях очень важно правильно и качественно составлять учётную политику, так как она формирует набор правил, по которым организация пользуется при: регистрации фактов хозяйственной жизни, проведении инвентаризации, оценке активов, обязательств, доходов, расходов и капитала, ведении бухгалтерских регистров и использования счетов бухгалтерского учета, составление финансовой отчетности.

В начале исследования данной темы необходимо раскрыть экономическое содержание понятия “учетная политика” с точки зрения различных авторов (таблица 1).

Таблица 1. – Сущность категории “учетная политика”

Автор, ссылка	Определение
Закон №57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» [4]	Учетная политика – это совокупность способов организации и ведения бухгалтерского учета, принятая организацией.
Недашковская Н. С. [2, 13]	Учетная политика это – регламентированная совокупность способов ведения учета, по которым разрешена вариантность их использования исходя из особенностей своей деятельности.
Климович Л.П. [1, 267]	Учетная политика это – совокупность способов ведения бухгалтерского учета – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной жизни.
Касаева, Т. В. [5, 120]	Учетная политика это – важнейший документ организации, который представляет собой совокупность способов ведения бухгалтерского учета, применяемых последовательно из года в год.
Кузьмицкая Т.В. [6, 51]	Учетная политика это – совокупность конкретных методов и форм ведения бухгалтерского учета, принятая организацией, исходя из общеустановленных правил и особенностей своей деятельности.

Наиболее раскрытым и полным мы считаем определение Климович Л.П. и Законе №57-3 «О бухгалтерском учете и отчетности». Таким образом, учетную политику можно характеризовать как регламентированную совокупность способов ведения бухгалтерского учета (первичное наблюдение, стоимостное измерение, текущая группировка и итоговое обобщение фактов хозяйственной деятельности).

Учетная политика для целей бухгалтерского учета включает в себя аспекты, отраженные в таблице 2.

Таблица 2. – Аспекты учетной политики, по мнению разных авторов

Автор, источник	Аспекты
Н.С. Недашковская, [2, 13]	1) методический, 2) организационный, 3) технический.
Т.В. Кузьмитская, [6, 52]	1) методический, 2) технический, 3) организационный.
Т.В. Касаева, [5, 104]	1) организационно-технический, 2) методический, 3) налоговый.

Самыми эффективными аспектами учетной политики, рекомендуемыми авторами таблице 2, на наш взгляд являются организационно-технический, методический и налоговый, так как они, на наш взгляд, наиболее полно обеспечивает целостность системы учета. Сравним их с аспектами из Российской Федерации (таблица 3).

Таблица 3. – Сравнительная характеристика аспектов учетной политики

Республика Беларусь	Российская Федерация
<p>1.Организационно-технический аспект закрепляет применяемую форму бухгалтерского учета, рабочий план счетов, формы первичных учетных документов, разрабатываемых в организации.</p> <p>2.Методический аспект прописывает способы и методы ведения бухгалтерского учета.</p> <p>3.В налоговом аспекте прописываются распределение налоговых вычетов по НДС, распределение косвенных затрат при исчислении налога на прибыль и др. [5, 104]</p>	<p>1.Организационно-технический аспект предполагает раскрытие информации об организации бухгалтерской службы, рабочем плане счетов, формах первичных документов, регистров и документов для внутренней бухгалтерской отчетности, порядка проведения инвентаризаций активов и обязательств, методов оценки активов и обязательств, правил документооборота, контроля над хозяйственными операциями и т. д.</p> <p>2.Методический аспект учетной политики предполагает выбор и обоснование одного из нескольких способов ведения учета исходя из вариантов, определенных в положениях по ведению бухгалтерского учета. Если по конкретному вопросу в нормативных правовых актах не установлены способы ведения учета, то организация самостоятельно их разрабатывает в соответствии с иными положениями или МСФО. [9, 23]</p>

Таким образом учетная политика – регламентированная совокупность способов, а так же самый важный элемент ведения бухгалтерского учета. Она определяет основные принципы, методы и требования учета, принятые в организации, и обеспечивает достоверность финансовой отчетности. Необходимо обобщить то, что целью любой организации является получение максимальной прибыли, и сделать это нужно соблюдая законодательство, а так же правильно принимать

управленческие решения. И именно правильно составленная учетная политика собирает в себе все необходимое для качественной работы организации: перечень нормативно-правовой базы, рабочий план счетов, правила корреспонденции счетов, налоговые ставки и порядок их отчисления, проведение инвентаризации, пользование резервами, исправление ошибок и даты составления отчетности.

Список использованных источников

1. Климович, Л.П., Ивакина, И.И. Бухгалтерский учет: учебное пособие для студентов направления подготовки «Экономика», профиля «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» очной, очной сокращенной, заочной и заочной сокращенной форм обучения – Красноярск: СибГТУ, 2014. – 322 с.
2. Недашковская, Н.С. Бухгалтерский учет: курс лекций – Барановичский государственный университет, 2018. –173с
3. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь/ pravo.by [Электронный ресурс]-<https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057>
4. Касаева, Т. В. К 28 Теоретические основы бухгалтерского учета: конспект лекций – Витебск : УО «ВГТУ», 2018. – 105 с.
5. Кузьмицкая Т.В., Мазуренко О.М. «Экономика и управление на предприятии»: учебно-методический комплекс – ФТУГ, 2019. – 257 с.
6. Закон № 57-3 «О бухгалтерском учете и отчетности» от 12.07.2022 г.
7. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика» № 80 от 10.12.2013г. с изменениями и дополнениями с 2022г.
8. Левкович, О. А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О. А. Левкович, И. Н. Бурцева. — 13-е изд., перераб. И доп. — Минск: Амалфея, 2020. — 632 с.
9. Бухгалтерский учет: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Дмитриева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 319 с.

УДК 657

КРАТКОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ И СОСТАВ

К.В. Гродель, 2 курс

Научный руководитель – **А.Г. Бондарь, ассистент**

Полесский государственный университет

На современном этапе развития производственного процесса главная роль отводится учету краткосрочных активов, так как любой хозяйствующий субъект имеет кругооборот средств, скоростью движения которых во многом определяется эффективность всей предпринимательской деятельности. Операции с денежными средствами и запасами носят массовый характер, затрагивают практически все сферы финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта и наиболее уязвимы с точки зрения нарушений и злоупотреблений.

Для цели бухгалтерского учета важно понимать, что относится к краткосрочным активам. Приведем интерпретацию различных авторов к данной категории.

Таким образом, мы можем заметить, что взгляды авторов на сущность краткосрочных активов различаются. Единое мнение сводится к тому, что все авторы признают оборотный характер краткосрочных активов, то есть они потребляются в течение одного производственного цикла. Краткосрочные активы - это активы, которые являются непременным условием для осуществления деятельности любой организации вне зависимости от форм собственности и организационной структуры и оказывают существенное влияние на платежеспособность организации.

Таблица 1. – Подходы к определению сущности краткосрочных активов

Автор, ссылка	Определение
Сергеев И.В., Веретенникова И.И. [1]	Краткосрочные активы часть средств производства, которые единожды участвуют в производственном процессе и свою стоимость сразу и полностью переносят на производимую продукцию.
Шеремет А.Д. [2, с. 48]	Краткосрочные активы - это имущество, способное превращаться в денежные средства в течение одного производственного цикла.
Романова Л.Е., Давыдова Л.П., Коршунова Г.В. [3, с. 151]	Краткосрочные активы часть средств, вложенная в текущие активы, возобновляемые с определенной регулярностью для обеспечения эффективности деятельности.
Головачев А.С. [4, с. 219]	Краткосрочные активы совокупность денежных средств, авансированных в предметы труда в процессе производства и обслуживания процесса реализации готовой продукции, а процессе обращения.
Акулич В.В. [5, с. 54]	Краткосрочные активы – это денежные средства, авансированные в краткосрочные производственные фонды и фонды обращения.

Для целей бухгалтерского учета возможно применение классификации краткосрочных активов, предложенной в рисунке.



Рисунок – Классификация краткосрочных активов

Таким образом, предложенная классификация помогает конкретизировать объект краткосрочных активов для целей бухгалтерского учета.

В бухгалтерском балансе, утвержденном Постановлением Министерством финансов Республики Беларусь от 12.12.2016 г. “О составлении индивидуальной бухгалтерской отчетности”, отражается информация о всех активах и обязательствах, в том числе и краткосрочных активах.

Приведем сравнительную характеристику состава краткосрочных активов по различным странам.

Таблица 2. – Состав краткосрочных активов различных стран

Республика Беларусь	Российская Федерация	США	Литва
Запасы; Краткосрочная дебиторская задолженность; Денежные средства и эквиваленты денежных средств; Краткосрочные финансовые вложения; Налог на добавленную стоимость по приобретенным товарам, работам, услугам; Долгосрочные активы, предназначенные для реализации; Расходы будущих периодов; Прочие краткосрочные активы.	Запасы: сырьё, материалы и т.д.; Дебиторская задолженность; Денежные средства – расчетные и валютные счета; Вложения кроме денежных эквивалентов; Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям.	Товары и материалы на складах; Краткосрочные займы и долги, которые должны быть погашены в течение года; Денежные средства на текущих счетах и в кассе; Краткосрочные ценные бумаги (акции, облигации, депозитные сертификаты); Векселя и чеки, находящиеся в обращении.	Активы, предназначенные для продажи; Дебиторская задолженность; Денежные средства: наличные деньги и деньги на текущих счетах в банках; Краткосрочные инвестиции; Прочие текущие активы.

В Республике Беларусь в состав краткосрочных активов входит наибольшее количество позиций. Общим для всех проанализированных стран является то, что в состав краткосрочных активов входят денежные средства и эквиваленты денежных средств.

Краткосрочные активы являются источниками хозяйственной деятельности предприятия, непосредственно участвуя в производственном цикле для получения доходов от реализации продукции с целью получения прибыли и использования ее в следующем производственном цикле и осуществления расширенного воспроизводства.

Список использованных источников

1. Сергеев, И.В. Экономика организаций (предприятий) [Электронный ресурс] /itim.by/ Режим доступа: <https://itim.by/grodno/images/files/0610.pdf>/ Дата доступа: 28.03.2023
2. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев, – М.:ИНФРА-М, 2013, - 208с.
3. Романова, Л.Е. Экономический анализ // Л.Е. Романова, Л.П. Давыдова, Г.В. Коршунова. – СПб.: Питер, 2011. – 336 с.
4. Головачев, А.С. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / А.С. Головачев. – Минск: Вышэйшая школа, 2015. – 688 с.
5. Акулич, В. В. Эффективность использования краткосрочных активов / В. В. Акулич // Планово-экономический отдел. - 2012. - № 10. - С. 53 - 58.
6. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учеб. для вузов / Г.В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 519 с
7. Чорба, П.М. К вопросу о трактовке сущности оборотных средств / П.М. Чорба // Финансы. –2015. – №7. - С. 53 - 54.
- 8.. Пономаренко, П.Г. Бухгалтерский учет: учеб. для вузов / П.Г. Пономаренко, А.В. Медведев, А.Н. Трофимова, Н.Н. Затолгутская, Н.В. Пузенко ; под ред. П.Г. Пономаренко. - Минск: Выш. шк., 2013. - 543 с.

ТРЕБОВАНИЯ К СОСТАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И МСФО

А.О. Дорошко, 3 курс

Научный руководитель – Н.В. Добрыдень, ассистент
Полесский государственный университет

Приближение финансовой системы Республики Беларусь к международным стандартам финансовой отчетности требует ее совершенствования и возникает необходимость стандартизации бухгалтерского учета Республики Беларусь.

Предпосылкой развития бухгалтерского учета и отчетности в Республике Беларусь является формирование единой методологии, объединяющей в себе принципы, методы формирования и представления бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также их приближение к требованиям МСФО.

Результаты проведенного исследования требований к составлению отчетности организаций Республики Беларусь и требований к отчетности международных стандартов представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Сравнительная характеристика требований к составлению и представлению бухгалтерской (финансовой) отчетности в законодательстве Республики Беларусь и в МСФО

Предмет сравнения	Республика Беларусь	МСФО
1	2	3
Определение	Отчетность – система стоимостных показателей об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации, а также иная информация, отражающая финансовое положение организации на отчетную дату, финансовые результаты деятельности и изменения финансового положения организации за отчетный период	Финансовая отчетность – отчетность, предназначенная для удовлетворения потребностей тех пользователей, которые не имеют возможности требовать от организации подготовки отчетов, отвечающих их частным информационным потребностям
Состав бухгалтерской отчетности	– бухгалтерский баланс; – отчет о прибылях и убытках; – отчет об изменении собственного капитала; – отчет о движении денежных средств; – отчет об использовании целевого финансирования; примечания к отчетности	– отчет о финансовом положении по состоянию на дату окончания периода; – отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе за период; – отчет об изменениях в собственном капитале за период; – отчет о движении денежных средств за период; – примечания, состоящие из краткого обзора основных принципов учетной политики и прочей пояснительной информации
Примечание: в международной практике допускается использовать наименования отчетов, отличные от принятых в стандарте. Например, организация может использовать название «Отчет о совокупном доходе» вместо названия «Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе». В отечественной практике наименования финансовой отчетности не изменены		
Форма бухгалтерского баланса	Бухгалтерский баланс имеет горизонтальный вид	Бухгалтерский баланс (отчет о финансовом положении) может иметь как горизонтальную, так и вертикальную форму

Окончание таблицы 1

1	2	3
Отчетный период	Отчетный период установлен строго с 1 января по 31 декабря	Финансовый год не привязан к календарному. Организация может самостоятельно установить период
Срок представления отчетности	Организации представляют годовую отчетность установленным пользователям, в том числе налоговым органам по месту постановки на учет, не позднее 31.03 года, следующего за отчетным	Компания должна представить свою финансовую отчетность в течение 6 месяцев с отчетной даты
Валюта	По национальным стандартам отчет составляется только в рублях	Международная отчетность составляется в функциональной валюте (в которой компания получает выручку и производит расчеты)
Язык отчетности	Составление осуществляется на русском или белорусском языке	МСФО не устанавливают требований к языку отчетности, может оформляться на английском языке
Особенности оформления	Все хозяйственные операции отражаются в учете соответствующим образом, независимо от экономической значимости	В первую очередь, отражаются операции, имеющие наибольшее экономическое влияние на финансовый результат. Причем суждение бухгалтера в данном вопросе является определяющим фактором.

Примечание – Источник: собственная разработана на основе [1-3]

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что белорусское законодательство по организационно-техническим и методическим аспектам составления отчетности не предоставляет какой-либо вариативности и имеет более конкретное регулирование, которое предусматривает составление отчетности организациями по единым правилам. Что касается МСФО, то здесь по отдельным аспектам дается право выбора самим организациям, нет жесткого регулирования.

В таблице 2 представлены причины различий между национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности и МСФО.

Таблица 2. – Причины, обуславливающие различия между белорусской отчетностью и МСФО

Аспект сравнения	Республика Беларусь	МСФО
Исторические предпосылки	Переход от плановой к социально ориентированной рыночной экономике	Сложившаяся практика для типов экономик с развитым фондовым рынком, защитой частной собственности
Цель	НСБУ имеет целью отражение имущественного положения предприятия	МСФО имеет целью отражение реального финансового положения предприятия
Пользователи	Министерство по налогам и сборам, органы государственного управления и статистики	Инвесторы и финансовые институты, управленческий персонал

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод, что отчетность по МСФО удовлетворяет потребности заинтересованных пользователей в достоверной информации и представляет интерес и практическую ценность для зарубежных инвесторов гораздо в большей степени, нежели отчетность, составленная по национальным стандартам. МСФО отражают реальное положение дел и наиболее удобны для интерпретации. Национальные стандарты хоть и более детализированы, но опираются на формализм, а также в большей степени направлены на интересы регулирующих органов.

Трудности применения МСФО в Республике Беларусь вытекают из отличий мировых и национальных стандартов. Основная сложность – отсутствие в МСФО четких правил отражения конкретных хозяйственных операций, когда в сложившейся белорусской практике предусмотрено четкое регулирование всего учетного процесса. Таким образом, несмотря на существенную проделанную работу законодательства Республики Беларусь по части сближения с МСФО, все же были и остаются отличия.

Список использованных источников

1. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности "Индивидуальная бухгалтерская отчетность": утв. Министерством финансов Респ. Беларусь от 12.12.2016. №104 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/>– Дата доступа: 24.03.2023.
3. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г., № 57-3 (в ред. от 17.07.2017 г. № 52-3) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.

УДК 657.1.011.56

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А.И. Иванюк, А.С. Севашко, 3 курс
Научный руководитель – **М.И. Бухтик, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

В современном мире в условиях стремительного развития информационных технологий актуальным становится вопрос использования данных передовых технологий в различных сферах деятельности, и, в частности, в бухгалтерском учёте, который является ядром системы управления любым объектом хозяйствования [7]. Этому способствует процесс цифровизации и автоматизации экономики.

Цифровизация – это современное определение, под которым подразумевают процесс оцифровывания всех видов жизнедеятельности человека, в том числе использование цифровых технологий ведения бизнеса и воздействия на общественную жизнь; преобразование всех видов данных в цифровую форму [2].

В процессе становления цифровой экономики в Республике Беларусь сформировалось ясное представление о необходимости инновационного изменения организации информационной системы субъектов хозяйствования, так как *информация* – это стратегический ресурс, который при грамотном использовании позволяет эффективно осуществлять предпринимательскую деятельность [8].

Цифровизация влияет не только на процедуры ведения бухгалтерского учета, но и на приёмы и методы, используемые при проверке бухгалтерской отчётности, аудите. С появлением диджитал технологий проверка бухгалтерской отчетности ускорилась и упростилась, повысив свою эффективность [3].

Цель цифровизации в бухгалтерском учёте: увеличение скорости процессов сбора и обработки информации, формирование условий для доступности и оперативности информации для пользователей при росте её достоверности [2].

Автоматизация бухгалтерского учёта упрощает работу бухгалтеров и имеет следующие преимущества: автоматическое заполнение реквизитов, быстрая обработка больших массивов информации, представление аналитических данных в удобном для восприятия виде (рисунки, графики, таблицы), сокращение количества бумажных носителей, моментальный обмен данными между руководством и подчинёнными, исключение арифметических ошибок, возможность быстрого реагирования на изменение законодательства [6].

К популярным цифровым технологиям, которые могут применяться в бухгалтерском учете, относятся:

- ♦ *облачные технологии* (виртуальная память на Яндекс-Диск, Drop-Box, Google-drive), которые подразумевают предоставление компьютерных ресурсов, таких как память и вычислительные мощности в качестве Интернет-сервиса;

- ♦ *технология блокчейн*, представляющая собой цепочку «блоков», закрепленную цифровой подписью, в которой каждый блок системы имеет прямую связь с предыдущим блоком;

- ♦ *технологии бесконтактной идентификации учетной информации* (технологии штрихового кодирования, речевого ввода данных, машинного зрения) [9].

Применение *блокчейна* в бухгалтерском учёте даёт возможность повышения прозрачности учета, путем регистрации данных каждой транзакции в общей государственной базе. Данная технология обеспечит упрощение учета, т.к. отпадает необходимость повторных хозяйственных операций. Важной особенностью технологии «блокчейн» является неизменность введенных данных, что в свою очередь исключает возможность фальсификации учетных данных [9].

В процессе функционирования цифровой экономики возникают новые объекты учёта, с которыми ранее не приходилось сталкиваться. Вся современная бизнес-среда стремится быть виртуальной, так как именно такой тренд диктует цифровая экономика. Разумеется, подобные виртуальные предприятия имеют свою специфическую форму активов, обязательств и капитала [4]. До некоторого времени криптовалюта не являлась полноценным средством платежа, однако, стремительное развитие экономических процессов в данном направлении стало толчком для принятия правительством ряда нормативно-правовых актов, связанных с оборотом криптовалюты.

Одним из таких нормативно-правовых актов является Декрет №8 «О развитии цифровой экономики». Он создаёт беспрецедентные условия для развития ИТ-отрасли и даёт серьёзные конкурентные преимущества стране в создании цифровой экономики XXI века. В этом документе подробно описываются все аспекты деятельности по майнингу, приобретению и отчуждению токенов.

Что касается бухгалтерского учёта, декрет №8 гласит: «Возникшие (добытые) в процессе майнинга или приобретенные иным способом токены признаются активами. Размещение юридическими лицами созданных ими токенов приводит к возникновению обязательства перед владельцами этих токенов. Операторы криптоплатформ, операторы обмена криптовалют, иные организации, осуществляющие деятельность с использованием токенов, отражают в бухгалтерском учете совершаемые ими операции, а также составляют бухгалтерскую и (или) финансовую отчетность в порядке, установленном Министерством финансов» [5].

Под *токеном* понимается запись в реестре блоков транзакций (блокчейне), иной распределенной информационной системе, которая удостоверяет наличие у владельца цифрового знака (токена) прав на объекты гражданских прав и (или) является криптовалютой [1].

Актуальные тенденции требуют использование цифровых технологий во всех сферах экономики, в том числе и в бухгалтерском учёте. А так как данная сфера является одной из наиболее консервативных, она требует особенного подхода. В белорусском законодательстве возникает определение криптовалюты, которая выступает в роли инновационного объекта учёта. Технология «блокчейн» отвечает всем современным требованиям и является основным направлением цифровизации бухгалтерского учёта. Данная технология предоставляет возможность решения многих проблем в сфере учёта финансово-хозяйственных операций. В том числе, «блокчейн» решает проблемы учёта сферы виртуального бизнеса.

Список использованных источников

1. Алексеенко, А. П. Понятие криптовалюты в законодательстве Республики Беларусь / А. П. Алексеенко // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – Т. 9, № 3(32). – С. 353-355.

2. Афанасьева, Е. Ю. Автоматизация и цифровизация бухгалтерского учета: сходства и различия / Е. Ю. Афанасьева // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2021. – № 6. – С. 9-14.

3. Василенко, М. Е. Цифровизация в бухгалтерском учете и аудите / М. Е. Василенко, П. С. Терновая // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, № 3(32). – С. 354-356.

4. Давыдова, О. А. Проблемы и пути совершенствования бухгалтерского учета в цифровой экономике / О. А. Давыдова // Экономика и управление. – 2019. – № 4(162). – С. 70-76.

5. Декрет Президента Республики Беларусь от 21.12.2017 N 8 «О развитии цифровой экономики». – Минск. – 2017. – 33 с.

6. Евсюкова, О. В. Роль и значение бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики / О. В. Евсюкова, О. А. Юрьева // Молодой исследователь Дона. – 2019. – № 6(21). – С. 108-112.
7. Коржова, О. В. Реализация в бухгалтерском учете информационных технологий в сфере цифровой экономики / О. В. Коржова, Л. В. Маркова // Научное обозрение. Педагогические науки. – 2019. – № 4-4. – С. 49-52.
8. Лагуновская, Е. О. Основные направления развития бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики в Республике Беларусь / Е. О. Лагуновская // Вестник науки. – 2020. – Т. 4, № 5(26). – С. 109-115.
9. Малсюгенова, З. В. Бухгалтерский учет и проблемы цифровизации на практике и теории / З. В. Малсюгенова, Ф. М. Узденова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 34(2). – С. 303-305.

УДК 336.778.5

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

А.И. Карпенко, младший научный сотрудник
Институт экономики Национальной академии наук Беларуси

В настоящее время ни одна организация не может функционировать без ведения бухгалтерского учета, поскольку только данные бухгалтерского учета обеспечивают полную информацию об имущественном и финансовом состоянии организации. Экономический и финансовый анализ результатов хозяйственной деятельности предприятия позволяет разработать конкретную стратегию и тактику по ее развитию.

Немаловажное значение для любого предприятия имеет выбор поставщика. Выбор поставщика – одно из наиболее ответственных решений в процессе работы. Ведь качество товара и своевременность его поставки хозяйству во многом зависит от обоснованности этого решения. От знания своего поставщика зависит успех в деятельности на современном рынке. Чем лучше хозяйство будет знать своего поставщика, его ассортимент товаров, цены, гарантию качества, своевременность и в полном объеме поставок товаров, тем надежней будет их совместная деятельность [1, с.393].

В настоящее время рынок закупок сырья, материалов, комплектующих для большинства организаций, характеризуется как рынок покупателя, т.е. при большом количестве продавцов на рынке существует не так много покупателей, в роли которых в данном случае выступает служба закупок.

Оценка качества поставщиков может осуществляться с различными целями. От цели оценки в значительной степени зависят методика и инструментарий оценки. Наиболее распространены следующие цели:

Ранжирование имеющихся поставщиков; выстраивание эффективных отношений с поставщиками. Оценка качества имеющихся поставщиков для целей ранжирования можно проводить на основе измерения показателей качества продукции и услуг, поставляемых ими предприятию.

Выбор наилучшего поставщика из ряда кандидатов. Могут применяться различные методы – от самооценки простейших показателей качества до полномасштабных аудитов качества. Принципиально важно, чтобы инструментарий исследования обеспечивал сопоставимость результатов, получаемых по всем поставщикам.

Определение динамики качества поставщика. Исследование проводится через определенные промежутки времени. Важно, чтобы результаты, получаемые с каждым циклом исследования, были сопоставимы, т.е. получены с использованием одного и того же инструментария.

Выработка рекомендаций поставщикам по улучшению качества. Данный пункт так же имеет важное значение, поскольку непосредственно потребители иногда будут лучше осведомлены, чем сам поставщик о слабых сторонах того или иного продукта.

Определение соответствия поставщика тем или иным стандартам. Организация может выдвигать по отношению к своим поставщикам требование по соответствию тем или иным стандартам. Такое исследование тоже, как правило, проводится в форме аудита с привлечением специалистов организации и сторонних экспертов.

Для улучшения организации расчетов с поставщиками и подрядчиками рекомендуются следующие мероприятия:

1. Создать комиссию по работе с задолженностью, в обязанности которой входят систематическое наблюдение за состоянием расчетной дисциплины, проведение регулярных сверок расчетов с поставщиками.

2. Производить анализ состава и структуры кредиторской задолженности по конкретным поставщикам, а также по срокам образования задолженности или сроках их возможного погашения, что позволит своевременно выявлять просроченную задолженность и принимать меры к ее взысканию.

3. Постоянно следить за соотношением расчетов с поставщиками и подрядчиками, так как значительное преобладание дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия и делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования, а превышение кредиторской задолженности может привести к неплатежеспособности предприятия [2, с.219].

Дебиторскую и кредиторскую задолженность необходимо держать под постоянным контролем. Просроченный долг может представлять угрозу финансовому благополучию страховщика, а также привести к нежелательным налоговым последствиям.

Поэтому основным способом контроля за состоянием дебиторской и кредиторской задолженности должна быть регулярная (лучше – ежемесячная) сверка расчетов с контрагентами.

Действенной мерой контроля за состоянием дебиторской и кредиторской задолженности является регулярная сверка расчетов с контрагентами.

Особое значение имеет управление дебиторской задолженностью, поскольку она ведет к прямому отвлечению денежных средств из оборота и невозможности гасить вовремя задолженность перед кредиторами.

Поэтому предприятию необходимо научиться управлять долгами дебиторов, чтобы не утратить полученной прибыли и уменьшить риск финансовых потерь.

Можно использовать ряд способов предотвращения неоправданного роста дебиторской задолженности, возврата долгов и снижения потерь при их невозврате:

- избегать дебиторов с высоким риском неоплаты, например, испытывающих финансовые трудности;
- периодически пересматривать предельную сумму отпуска товаров, в долг исходя из финансового положения покупателя и своего собственного;
- определить срок просроченных платежей на счетах дебиторов, сравнить этот срок с показателями прошлых лет.

Управлять дебиторской задолженностью можно путем стимулирования покупателей за досрочную оплату счета, сделать это можно путем предоставления скидки, если платеж осуществляется ранее договорного срока.

Для того, чтобы упорядочить расчеты с контрагентами рекомендуем чаще проводить сверку счетов и относиться к ней более ответственно.

Результаты бухгалтерского сличения, проведенного инициатором проверки, должны полностью соответствовать данным второй стороны.

В ином случае в конце акта в обязательном порядке фиксируются обнаруженные несоответствия или расхождения.

Наличие акта сверки взаимных поставок без указания в нем факта погашения сторонами взаимных задолженностей не прекращает обязательства сторон и не освобождает их от необходимости погашения указанных задолженностей в дальнейшем.

При заключении договора по товарообменным операциям, когда обмен неравноценный типичны ошибки такого рода: стороны не указывают в договоре мены, что обмен неравноценный и одна из сторон сделки должна сделать доплату. А затем такая доплата производится. Тогда она отражается в учете получателя как внереализационный доход, увеличивая налогооблагаемую прибыль. Поэтому бухгалтеру нужно следить за правильностью составленного договора.

Таким образом, вышеизложенные предложения будут способствовать совершенствованию организации расчетов и их учета, снижению дебиторской задолженности и укреплению финансового состояния

Список использованных источников

1. Сосько, М. В. Совершенствование сводного учета расчетов с поставщиками и подрядчиками / М. В. Сосько, Е. В. Гостилович // Материалы межд. студ. науч. конф., Гродно, 26 апреля 2012 г. / ГГАУ ; коллектив авторов. – Гродно, 2012. – Ч. 1. – С. 393 – 394.

2. Поломошина, С. А Проверка правильности расчетов с поставщиками и подрядчиками / С. А. Поломошина // Финансы : теоретические аспекты, проблемы и перспективы развития: сборник статей по материалам II-й Международной научно практической конференции кафедры финансов и контроля в сельском хозяйстве, Горки, 4-6 июня 2014г. / БГСХА ; редкол. : Н.В. Великоборец (гл. ред) [и др.]. – Горки, 2014. – С. 219 - 221.

УДК 658

РАЗВИТИЕ СОСТАВА И НОМЕНКЛАТУРЫ СТАТЕЙ РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ В РАЗРЕЗЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СИСТЕМЫ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ ЧП "ОМЕГА ПИНСК"

Е.П. Куриль, магистрант, 1 курс
Научный руководитель – И.П. Якубова, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Эффективность принятых управленческих решений зависит от регламентированной системы статей расходов, связанных с процессом реализации товаров.

Для построения номенклатуры статей расходов, связанных с процессом реализации товаров в соответствии с попроцессной организацией учета и выделенных бизнес-процессов в системе товародвижения необходимо проанализировать применяемую номенклатуру статей расходов в настоящее время в практике ЧП "Омега Пинск".

Для торговых организаций производственный процесс – это процесс продвижения товаров от производителей до потребителей. Поэтому носителем затрат является в первую очередь сам процесс продвижения товаров до потребителя.

Рассмотрим бизнес-процессы всей системы товародвижения, но с позиций управленческого учета и той информации, которая необходима для принятия управленческих решений. Нами в системе товародвижения выделены следующие основные бизнес-процессы: бизнес-процесс снабжения, бизнес-процесс хранения и бизнес-процесс реализации.

По результатам проведенного исследования в торговой организации ЧП "Омега Пинск" в бизнес-процессе снабжения нами были выделены следующие статьи (таблица 1).

Таблица 1. – Статьи и субстатьи расходов, связанных с процессом реализации товаров бизнес-процесса снабжения

Статьи	Субстатьи
1. Оформление и формирование заказов товаров	1. Представительские расходы 2. Информационные и консультационные услуги. 3. Материалы
2. Заработная плата работников отдела снабжения	1. Заработная плата основных работников 2. Заработная плата вспомогательного персонала 3. Страховые взносы
3. Транспортные расходы	1. Транспортные услуги сторонних организаций за перевозку 2. Погрузочно-разгрузочные работы 3. Экспедирование грузов
4. Невозмещаемые расходы	1. Налоги и пошлины 2. Страхование грузов 3. Штрафы, пени уплаченные поставщикам

Примечание – Источник: собственная разработка

Построение номенклатуры статей расходов, связанных с процессом реализации товаров по бизнес-процессам ЧП "Омега Пинск" позволит оценить и сопоставить получаемую эффективность с затраченными ресурсами на осуществление конкретного бизнес-процесса.

Предлагаемый нами перечень статей бизнес-процесса хранения приведен в таблице 2.

Таблица 2. – Статьи и субстатьи расходов, связанных с процессом реализации товаров бизнес-процесса хранения

Статьи	Субстатьи
1. Заработная плата складских работников	1. Заработная плата основных работников 2. Отчисления на социальные нужды
2. Содержание и аренда складских помещений и оборудования	1. Арендные платежи 2. Коммунальные услуги 3. Амортизация 4. Ремонт
3. Предпродажная подготовка товаров	1. Материалы на предпродажную подготовку 2. Плата за хранение сторонним организациям
4. Потери товаров и технологические отходы	1. Естественная убыль в пределах норм 2. Потери сверх норм при отсутствии виновных

Примечание – Источник: собственная разработка

Формирование расходов по бизнес-процессу хранения позволит контролировать состав расходов, определять эффективность их осуществления, сопоставлять с расходами бизнес-процесса снабжения и рассчитывать модель оптимальной партии закупки и хранения товаров.

Следующим бизнес-процессом, завершающим систему товародвижения в торговой организации является бизнес-процесс реализации товаров. Предлагаемый нами перечень статей бизнес-процесса реализации приведен в таблице 3.

Таблица 3. – Статьи и субстатьи расходов, связанных с процессом реализации товаров бизнес-процесса реализации

Статьи	Субстатьи
1. Заработная плата торгового персонала	1. Заработная плата основных работников 2. Заработная плата вспомогательного персонала 3. Отчисления на социальные нужды
2. Содержание и аренда торговых помещений и оборудования	1. Арендные платежи 2. Коммунальные услуги 3. Амортизация 4. Ремонт
3. Тара и упаковка	1. Упаковочные материалы
4. Реклама товаров	1. Образцы товаров, переданные покупателям 2. Материалы для оформления витрин и стендов 3. Прочие рекламные мероприятия
5. Потери товаров и технологические отходы	1. Естественная убыль в пределах норм 2. Потери сверх норм при отсутствии виновных
6. Прочие расходы	1. Налоги 2. Штрафы, пени уплаченные покупателям 3. Экспертиза и лабораторный анализ товаров 4. Спецодежда

Примечание – Источник: собственная разработка

Таким образом, нами построена номенклатура статей расходов, связанных с процессом реализации товаров, возникающих непосредственно в процессе выполнения всех бизнес-процессов, направленных на выполнение основной цели торговой организации - получение прибыли.

Обобщая вышеизложенное, нами построена номенклатура статей расходов, связанных с процессом реализации товаров с попроцессной организацией управленческого учета для ЧП "Омега Пинск" (таблица 4).

Таблица 4. – Номенклатура статей расходов, связанных с процессом реализации товаров с попроцессной организацией управленческого учета для ЧП "Омега Пинск"

Наименование статей	Бизнес-процесс "Снабжение"	Бизнес-процесс "Хранение"		Бизнес-процесс "Реализация"	
		Перем.	Пост.	Перем.	Пост.
1. Оформление и формирование заказов товаров	+				
2. Заработная плата	+	+	+	+	+
3. Транспортные расходы	+				
4. Невозмещаемые расходы	+				
5. Содержание и аренда складских помещений и оборудования			+		+
6. Предпродажная подготовка товаров		+			
7. Тара и упаковка				+	
8. Реклама товаров					+
9. Потери товаров и технологические отходы		+		+	
10. Прочие расходы				+	+

Примечание – Источник: собственная разработка

Приведенный перечень статей сформировался на основе целесообразности их осуществления в каждом бизнес-процессе. Таким образом, применение построенной нами номенклатуры статей расходов, связанных с процессом реализации товаров в соответствии с попроцессной структурой всей системы товародвижения в ЧП "Омега Пинск" позволит:

- максимально учесть все понесенные расходы как организацией в целом, так и по структурным подразделениям, отвечающим за выполнение отдельных бизнес-процессов;
- использовать для расчета показателей, характеризующих эффективность осуществляемой деятельности;
- проводить анализ для усиления контроля над всей системой товародвижения.

Список использованных источников

1. Официальный сайт ЧП "Омега Пинск" [Электронный ресурс] – Режим доступа: // <http://www.omegaservis.by/> – Дата доступа: 23.03.2023.
2. Якубова, И.П. Сегментарная отчетность о затратах на производство промышленных организаций–Минск : Ковчег, 2018 – 332 с.
3. Якубова, И.П. Направления совершенствования бухгалтерской отчетности о выпуске и затратах на производство продукции промышленных предприятий – Черкаси : ЧННІ ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – 362 с.

ОПЛАТА ТРУДА: СУЩНОСТЬ, ФОРМЫ, СИСТЕМЫ

К.В. Кухта, 2 курс

Научный руководитель – М.Н. Галкина, ассистент

Полесский государственный университет

Учёт расчётов с персоналом по оплате труда является очень важной составной частью бухгалтерского учета. Важно не только правильно отражать расчеты по заработной плате в бухгалтерском учете, но и правильно рассчитывать сумму, причитающуюся к выплате каждому работнику, а также своевременно удержать из заработной платы суммы обязательных или иных удержаний. [1]

Таблица 1. – Сущность категории по мнению разных авторов

Автор	Сущность категории
Г. Э. Слезингер [2]	Оплата труда – это обязанность работодателя по выплате наемному работнику заработанных им средств за выполнение работы (или оказание услуги) в соответствии с условиями трудового договора.
Трудового кодекса Российской Федерации[3]	Оплата труда — это сумма вознаграждений сотрудника за его труд.
В.С. Райгородская, Д.В. Зайцев, В.А. Гусейналиев[4, с. 100]	Оплата труда представляет собой цену на рынке труда, плату, за которую потенциальный работник предлагает работодателю выполнить то или иное задание.
Е.В. Щемелева[5, с. 145]	Оплата труда – стоимостное выражение затрат труда, которое зависит от количества и качества произведенной продукции с учётом персональной подготовки работника и условий труда.

Исходя из анализа приведенных выше понятий, на наш взгляд наиболее полно сущность категории раскрыла Е.В. Щемелева.

В разных странах существуют свои формы и системы оплаты труда.

Таблица 2. – Формы и системы оплаты труда в разных странах

Страна	Формы	Системы
Беларусь [1]	Повременная, сдельная.	Прямая сдельная, сдельно-премиальная, сдельно-прогрессивная, косвенно-сдельная, аккордная, простая повременная.
Россия [6]	Денежная, не денежная – натуральная.	Тарифная, сдельная, повременная, бестарифная, смешанная.
Германия [7]	Сдельная, повременная.	Простая сдельная, сдельно-премиальная, косвенно-сдельная, аккордная, простая повременная, повременно премиальная.
Узбекистан [8]	Денежная.	Тарифная, бестарифная.
Казахстан [9]	Повременная, сдельная и аккордная.	Простая повременная, повременно-премиальная, прямой сдельной, сдельно – премиальной, сдельно – прогрессивной, косвенно – сдельной.

Самой распространённой формой по оплате труда является сдельная, а самой распространёнными системами по оплате труда являются: сдельная, аккордная, тарифная, повременная.

В настоящее время существует два метода правового регулирования по оплате труда работников в Республике Беларусь и в Российской Федерации.

Таблица 3. – Методы правового регулирования по оплате труда работников в Республике Беларусь по сравнению с Российской Федерацией.

Название страны	Название	Сущность
Республика Беларусь [10]	Централизованное (государственное) регулирование	Метод государственного регулирования оплаты труда заключается в установлении на законодательном уровне размера минимальной заработной платы, тарифной ставки первого разряда (месячной и часовой) и порядка ее повышения, нормативов включения средств, направляемых на оплату труда, в затраты, включаемые в себестоимость товаров (работ, услуг)
	Децентрализованное (договорное) регулирование	Договорное регулирование оплаты труда осуществляется посредством установления условий оплаты труда работников в коллективных договорах (соглашениях), а также трудовых договорах (трудовых контрактах).
Российская Федерация [11]	Государственное (централизованное) регулирование	Централизованное регулирование применяется для установления государством обязательных для сторон любого трудового договора норм оплаты.
	Договорное (коллективное и индивидуальное) регулирование	Договорное регулирование заключается в том, что оплата труда является предметом соглашения, причем, чем больше экономической и правовой свободы у сторон трудового договора, – тем шире радиус этого соглашения.

Сравнивая две страны по методам правового регулирования, мы пришли к выводу, что в Республике Беларусь и в Российской Федерации существуют одинаковые методы правового регулирования – договорное регулирование. Но они отличаются своей сущностью.

Список использованных источников

1. Бухгалтерский учет расчетов с персоналом по оплате труда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://multiurok.ru/files/bukhghaltierskii-uchiet-raschietov-s-piersonalom-p.html> – Дата доступа: 21.03.2023
2. Сущность оплаты труда и заработной платы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://poisk-ru.ru/s31249t9.html> – Дата доступа: 21.03.2023
3. Формы оплаты труда и правила начисления [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.business.ru/article/1928-formy-oplaty-truda-i-pravila-nachisleniya-vidy> – Дата доступа: 21.03.2023
4. Райгородская, В.С. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли / В.С. Райгородская, Д.В. Зайцев, В.А. Гусейналиев. – Москва : Учебное пособие, 2018. – 100 с.
5. Щемелева, Е.В. Бухгалтерский учёт и аудит / Е.В. Щемелева. – Минск : Учебное издание, 2022. – 145 с.
6. Формы и системы оплаты труда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://assistentus.ru/oplata-truda/forma-i-sistema/> – Дата доступа: 21.03.2023
7. Система оплаты труда в Германии [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.tinlib.ru/delovaja_literatura/evropeiskie_sistemy_oplaty_truda/p3.php – Дата доступа: 21.03.2023
8. Какие существуют формы и системы оплаты труда в 2023 году [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://www.bss.uz/article/508-kakie-sushchestvuyut-sistemy-oplaty-truda#ttl1>– Дата доступа: 21.03.2023
9. Формы и системы заработной платы в Казахстане [Электронный ресурс]– Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/economy/00096244_0.html – Дата доступа: 21.03.2023
10. Калюта Н.В. Методы правового регулирования оплаты труда как одного из факторов производства в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/41816/1/116_.pdf – Дата доступа: 21.03.2023

11. Метод правового регулирования заработной платы [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://jurkoms.ru/ucheba/ponyatie-zarabotnoy-plati-po-trudovomu-pravu-metodi-pravovogo-regulirovaniya-zarabotnoy-plati> – Дата доступа: 21.03.2023

УДК 657

ЗАПАСЫ ОРГАНИЗАЦИИ: ПОДХОДЫ К СУЩНОСТИ, КЛАССИФИКАЦИИ И ОЦЕНКЕ

А.А. Макаренко, 2 курс

Научный руководитель – М.Н. Галкина, ассистент
Полесский государственный университет

Запасы являются важным элементом организации и могут оказать значительное влияние на её финансовые показатели. Кроме того, правильный учет запасов помогает управлять производственными процессами, оптимизировать затраты на производство и снижать риски потерь и излишков. В связи с этим, вопросы учета запасов являются одними из наиболее важных в бухгалтерском учете и требуют постоянного внимания со стороны бухгалтеров и руководства организации.

Понятие запасов в научной литературе определено различными авторами по-разному (таблица 1).

Таблица 1. – Сущность категории «запасы»

Авторы	Определение
П.Г. Пономаренко; Е.П. Пономаренко [1, с. 179]	Запасы – это краткосрочные материальные активы, которые приобретены и/или произведены для реализации, или задействованы в процессе производства продукции, выполнение работ, оказание услуг.
Кузнецова А.А. [2, с. 1-2]	Запасы – это материалы и продукция, составная часть оборотных фондов предприятия, отражаемые в активе баланса, не используемые в данный момент в производстве, хранимые на складах или в других местах и предназначенные для последующего использования.
НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ бухгалтерского учета и отчетности «Запасы» [3, с. 6]	Запасы – активы, от использования (реализации) которых организация предполагает получение экономических выгод в течение периода не более 12 месяцев или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев, а также специальная (защитная), форменная и фирменная одежда и обувь.

Таким образом, можно сделать вывод, что все авторы считают, что запасы организации являются активами, которые хранятся на складах и используются для производства продукции или оказания услуг, а также для удовлетворения потребностей клиентов. Существуют множество и других трактовок понятия запасов. Большинство понятий возникали в процессе развития бухгалтерского учета и используется многими специалистами в данной области.

В целом, понятие запасов в бухгалтерском учете связано с оценкой стоимости материальных ценностей на складах организации, их учетом и отражением в бухгалтерской отчетности. В зависимости от типа организации и ее деятельности, запасы могут иметь различные характеристики и формы учета.

С точки зрения бухгалтерского учета (п 2.2 разд. 1 НСБУ №64) [3, с. 6-7] к запасам относятся следующие активы:

- сырье, материалы, покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия, топливо, запасные части, тара (за исключением тары, используемой организацией для технологического процесса производства (технологическая тара) и для хозяйственных нужд);
- инвентарь (в том числе тара, используемая организацией для технологического процесса производства (технологическая тара) и для хозяйственных нужд), хозяйственные принадлежности, инструменты, специальная оснастка (специальный инструмент, специальные приспособления, специальное оборудование), специальная (защитная), форменная и фирменная одежда и обувь;

- незавершенное производство, полуфабрикаты собственного производства;
- готовая продукция;
- товары;
- отгруженная продукция, отгруженные товары, выручка от реализации, которых определенное время не может быть признана в бухгалтерском учете.

Классификация запасов относится к процессу классификации предметов, хранящихся в запасах, на основе различных критериев, таких как стоимость, спрос и использование. Это помогает организациям оптимизировать управление запасами, определяя, какие предметы являются наиболее важными и требуют более тщательного контроля. Запасы в научной литературе классифицированы по нескольким признакам (таблица 2).

Таблица 2. – Классификационные признаки запасов

Автор	Группировка признаков
П.Г. Пономаренко; Е.П. Пономаренко [1, с. 180]	- По стадиям кругооборота ресурсов; - По степени обработки и технологическому назначению; - По значимости в создании продукции; - По месту нахождения; - По принадлежности организации.
П.Я. Папковская [4, с. 150]	- По назначению в процессе производства; - По способу приобретения; - По техническому содержанию.
З.И. Кругляк М.В. Калининская [5, с. 17]	- По принадлежности; - По степени оплаты; - По срокам хранения; - По применению норм естественной убыли; - По обременению; - По каналам поступления.

Данные классификации имеют свои особенности и применяются в зависимости от конкретных условий деятельности организации. Классификация запасов помогает организации правильно управлять своими запасами, оптимизировать затраты на производство и минимизировать риски потерь и излишков.

Различные страны имеют свои собственные правила и стандарты бухгалтерского учета, включая оценку запасов. Ниже приведены некоторые примеры оценки запасов в разных странах.

В США используется метод FIFO (First-In, First-Out) для оценки запасов. Этот метод предполагает, что первые поступившие товары будут первыми проданы, а последние - последними. Это означает, что стоимость проданных товаров будет основываться на более высоких ценах закупки.

В Великобритании используется метод LIFO (Last-In, First-Out) для оценки запасов. Этот метод предполагает, что последние поступившие товары будут первыми проданы, а первые - последними. Это означает, что стоимость проданных товаров будет основываться на более низких ценах закупки.

В Германии используется метод средневзвешенной стоимости для оценки запасов. Этот метод предполагает, что стоимость запасов определяется путем деления общей стоимости запасов на общее количество единиц.

В Китае также используется метод средневзвешенной стоимости для оценки запасов. В отличие от Германии, Китай позволяет использовать метод LIFO для некоторых отраслей, таких как нефтепереработка и химическая промышленность.

Есть страны, в которых используются одинаковые методы оценки запасов. В Казахстане, в Украине и в Беларуси используется метод средневзвешенной стоимости для оценки запасов, который является наиболее распространенным и простым методом. Однако, в отраслях с большими колебаниями цен на сырье и материалы, таких как нефтепереработка и химическая промышленность, также допускается использование метода LIFO или FIFO.

В заключении, необходимо отметить, что у методов есть свои преимущества и недостатки, и выбор метода зависит от многих факторов. Страны могут иметь свои особенности в использовании методов оценки запасов в бухгалтерском учете, но в целом они все стремятся к максимальной точности и объективности в оценке стоимости запасов.

Список использованных источников

1. Пономаренко, П.Г. Бухгалтерский учет и аудит: учебное пособие / П.Г. Пономаренко, Е.П. Пономаренко. – Минск : Вышэйшая школа, 2021. – 487 с.
2. Кузнецова А.А. Теория управления запасами предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.erej.ru/upload/iblock/477/477ac222a80958099d0aa804fc497239.pdf> – Дата доступа: 07.03.2023.
3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 28.12.2022 г. № 64 «О бухгалтерском учете запасов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22339296&p1=1> – Дата доступа: 07.03.2023.
4. Папковская, П.Я. Бухгалтерский финансовый учет в АПК: учеб. пособие / П.Я. Папковская [и др.] ; под ред. П.Я. Папковской. – Минск: БГЭУ, 2022. – 505 с.
5. Экономическая сущность и классификация запасов, как объекта бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-suschnost-i-klassifikatsiya-zapasov-kak-obekta-buhgalterskogo-ucheta> – Дата доступа: 17.03.2023.

УДК 657

ГОТОВАЯ ПРОДУКЦИЯ: СУЩНОСТЬ И ОЦЕНКА

И.В. Максимук-Супрунович, 2 курс

Научный руководитель – **М.Н. Галкина, ассистент**

Полесский государственный университет

Основной целью предпринимательской деятельности принято считать удовлетворение потребностей покупателя, посредством производства и предложения товаров или услуг, на которые существуют спрос, и которые приносят производящему предприятию прибыль. Заключительным этапом производственного процесса является изготовление готовой продукции и последующая её реализация. Средства, полученные от реализации готовой продукции, – это основной источник дохода. Следовательно, мы можем сделать вывод, что учёт выпуска готовой продукции и её реализация является одним из ключевых этапов в системе организации бухгалтерского учёта.

Для дальнейшего исследования данной темы особую значимость играет раскрытие экономического содержания понятия “готовая продукция” с точки зрения различных авторов (таблица 1).

Таблица 1. – Сущность категории “готовая продукция”

Авторы	Определение
О. А. Левкович [1, с. 323]	Готовая продукция — изделия и полуфабрикаты, полностью законченные обработкой, соответствующие действующим стандартам или утвержденным техническим условиям, принятые заказчиком или на склад и снабженные сертификатом или другим документом, удостоверяющим их качество.
Постановление Национального статистического комитета РБ от 12.10.2012 № 182 «Об утверждении формы государственной статистической отчетности 12-п» [2]	Готовая продукция — это изделия и полуфабрикаты, полностью законченные обработкой, соответствующие действующим стандартам или утвержденным техническим условиям, в том числе по комплектности, принятые на склад или заказчиком и снабженные сертификатом или другим документом, удостоверяющим их качество.
Б. А. Райзберг [3, с. 124]	Готовая продукция — продукция, завершённая в производстве и подготовленная к продаже или отправке заказчику, к вывозу из предприятия-изготовитель.
Е. П. Козлова [4, с. 467]	Готовая продукция — конечный продукт производственного процесса организации.
Н. С. Стражева [5, с. 231]	Готовая продукция — такая продукция, которая полностью прошла все стадии обработки и укомплектовки, соответствует ГОСТам (техническим условиям), сдана на склад готовой продукции и снабжена сертификатом качества.

Наиболее подробными мы считаем определения, представленные Левкович и постановлением Национального статистического комитета.

Мы наглядно проанализировали полноту и точность определения исследуемого всеми авторами понятия (таблица 2).

Таблица 2. – Анализ сущности категории “готовая продукция”

Источник	О. А. Левкович	Постановление Национального статистического комитета РБ	Б. А. Райзберг	Е. П. Козлова	Н. С. Стражева
Изделия и полуфабрикаты, полностью законченные обработкой	+	+	+	-	+
Соответствует действующим стандартам и техническим условиям	+	+	-	-	+
Принята заказчиком или на склад	+	+	-	-	+
Снабжена сертификатом или другим документом, удостоверяющим их качество	+	+	-	-	+
Конечный продукт производственного процесса	-	-	-	+	-
Изделия, выпущенные основными цехами и предназначенные для реализации сторонним покупателям	-	-	+	-	-

Проведя анализ, мы можем сказать, что “готовая продукция” в первую очередь является изделием или полуфабрикатом, которые были полностью закончены обработкой, такого мнения придерживается 4 из 5 выбранных нами авторов. В определении Левкович, Стражевой, а также в постановлении Национального статистического комитета Республики Беларусь общим для готовой продукции является то, что продукт соответствует действующим стандартам и техническим условиям, принят заказчиком на склад и снабжен сертификатом или другим документом, удостоверяющим его качество. Реже в определении используется формулировки, представленные Козловой, которая утверждает, что готовая продукция – это конечный продукт производственного процесса, и Рейзбергом, где под готовой продукцией понимаются изделия, выпущенные основными цехами и предназначенные для реализации сторонним покупателям.

Каждый автор со своей точки зрения характеризует “готовую продукцию”, но при этом не затрагивает все категории. На наш взгляд, готовая продукция – это конечный продукт производственного процесса, полностью законченный обработкой, снабжённый необходимыми документами, удостоверяющими полное соответствие ГОСТ, предназначенный для реализации и впоследствии переданный заказчиком или на склад.

Способ оценки готовой продукции зависит напрямую от особенностей предприятия, включая специфику его производственной и хозяйственной деятельности, цели экономической политики на относительно долгий промежуток времени.

Таблица 3. – Методы оценки готовой продукции

Автор	Методы оценки	Характеристика метода
Петрова А.Н. [6]	1. Оценка по справедливой стоимости	Цель оценки справедливой стоимости заключается в том, чтобы определить цену, по которой была бы осуществлена обычная сделка по продаже актива или передаче обязательства между участниками рынка на дату оценки в текущих рыночных условиях.
Чеченкова Е. В.[7]	2. Оценка по сумме прямых затрат	Оценивая готовую продукцию по сумме прямых затрат, то есть, не включая косвенные затраты.
О.П. Полонская, В.Ю.Брык, А.М. Зеленская [8]	3. Учет готовой продукции по плановой стоимости	Метод учета готовой продукции по нормативной (плановой) стоимости предполагает использование учетных цен, по которым продукция в течение отчетного периода приходится на склад и списывается в реализацию.
Н. В. Комина [9]	4. Учет готовой продукции по фактической себестоимости	Сумма фактических затрат на производство. Фактическая себестоимость формируется из групп затрат: материальных затрат, затрат на заработную плату и отчисления из неё, амортизацию основных средств.

Таким образом из проанализированных методов оценки готовой продукции можно выделить учёт готовой продукции по фактической себестоимости как наиболее эффективный, так как он затрагивает наибольшее количество аспектов, составляющих стоимость готовой продукции, тем самым делая оценку более качественной и детализированной.

Список использованных источников

1. Левкович, О. А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О. А. Левкович, И. Н. Бурцева. – 13-е изд., перераб. и доп. – Минск: Амалфея, 2020. – 632 с.
2. Об утверждении формы государственной статистической отчетности 12-п «Отчет о производстве промышленной продукции (работ, услуг)» и указаний по ее заполнению: постановление Национального статистического комитета Респ. Беларусь, 12 окт. 2012 г., № 182 // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 7/2223.
3. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева; под общ. ред. Б. А. Райзберга. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2010. – 511 с.
4. Козлова, Е. П. Бухгалтерский учет в организациях / Е. П. Козлова, Т. Н. Бабченко, Е. Н. Галанина. – 3-е изд. Доп. И перераб. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 752 с.
5. Стражева, Н. С. Бухгалтерский учет: новая редакция / Н. С. Стражева, А. В. Стражев. – Минск: Современная школа, 2008. – 476 с.
6. Петрова, А. Н. Концепция справедливой стоимости / А. Н. Петрова, В. И. Баженова // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2017. – № 5. – С. 95
7. Чеченкова, Е.В Эволюция понятия «Себестоимость» / Е.В Чеченкова // . – 2012.
8. Полонская, О.П. Способы оценки готовой продукции / О.П. Полонская, В.Ю Брык, А.М. Зеленская // Естественно-гуманитарные исследования. – 2022. – № 39 (1). – С. 446
9. Комина, Н.В. Бухгалтерский учет и аудит: конспект лекций для студентов специальности 1 – 27 01 01 – 01 «Экономика и организация производства (машиностроение)»: Н.В.Комина.-Минск.БНТУ, 2015

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ УЧЁТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

Д.А. Малибошко, С.С. Дашкевич, 3 курс
Научный руководитель – **М.И. Бухтик**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Формирование учётной политики является одним из основных условий при создании организации. В общем смысле, учётная политика – это совокупность способов организации и ведения бухгалтерского учета, принятая организацией [1]. Она формируется единожды при создании организации и неизменна на протяжении всей жизни компании, за исключением ряда случаев, к которым можно отнести:

- изменение законодательства;
- принятия решения о ликвидации организации либо о её реорганизации;
- при повышении правдивости и уместности информации после применения новой учётной политики.

Изменения в учётной политике организации должны быть обоснованы, подписаны главным бухгалтером организации, руководителем организации или индивидуальным предпринимателем, оказывающими услуги по ведению бухгалтерского учета и составлению отчетности, и утверждены руководителем организации и иными лицами, уполномоченными на то законодательством или учредительным документом этой организации.

Учётная политика организации включает:

- применяемые организацией виды учётной оценки;
- план счетов бухгалтерского учета организации;
- разработанные организацией для применения формы первичных учётных документов;
- применяемую организацией форму бухгалтерского учета;
- порядок проведения инвентаризации активов и обязательств организации;
- иные способы организации и ведения бухгалтерского учета.

При формировании учётной политики организации по конкретному направлению ведения и организации бухгалтерского учета осуществляется выбор одного способа из нескольких допускаемых законодательством и нормативными актами по бухгалтерскому учету. Если по конкретному вопросу в нормативных документах не установлены способы ведения бухгалтерского учета, то при формировании учётной политики осуществляется разработка организацией соответствующего способа.

Способы ведения бухгалтерского учета, избранные организацией при формировании учётной политики, применяются с 1 января года, следующего за годом утверждения соответствующего организационно-распорядительного документа. При этом они применяются всеми филиалами, представительствами и иными подразделениями организации (включая выделенные на отдельный баланс) независимо от их места нахождения.

Таким образом, учётная политика нужна для того, чтобы сделать свободный выбор из ряда вариантов, установленных законодательством. Хороший выбор способов ведения бухучета позволит регламентировать многие процессы бизнеса, повысить эффективность использования ресурсов предприятия, обезопасить себя от досадных ошибок, снизить риски претензий со стороны налоговых органов, сделать отчетность более прозрачной, а бизнес более привлекательным для инвесторов.

Можно выделить две основные группы факторов, влияющих на формирование учётной политики организации: внутренние, на которые организация может повлиять, и внешние, не поддающиеся её влиянию.

Внутренние факторы, в свою очередь, также можно проклассифицировать на следующие категории:

- Организационные, описывающие организационную структуру компании. К ним можно отнести организационно-правовую форму; отраслевую принадлежность, вид и масштаб деятельности и т.п.

- Финансовые факторы определяют финансовое состояние организации. К таковым относится финансовая стратегия и устойчивость организации, а также ценовая, сбытовая и товарная политики.

- Технические факторы подразумевают технико-технологический уровень производства организации. Среди них можно выделить совершенствование и внедрение технологий, автоматизация производственного процесса и т.п.

- Кадровые факторы характеризуются такими аспектами, как уровень квалификации персонала и формы оплаты труда.

Из внешних факторов можно выделить следующие:

- Экономические факторы выражаются в предпринимательской активности в стране; доходах и покупательской способности населения; уровне конкуренции; валютном курсе и международных экономических связях.

- Политические и правовые факторы характеризуются политической стабильностью в стране; уровнем формирования нормативно-правовой базы в стране и ролью страны на международной арене.

- Социальные и демографические факторы основаны на психологии потребителей, их социальной ориентации и установках, а также на численности населения страны.

Таким образом, формирование учётной политики находится под влиянием двух групп факторов: внешних и внутренних. Внутренние факторы непосредственно влияют на деятельность организации, в то время как внешние факторы определяют общий климат для развития организации. При формировании учётной политики организации, данные факторы необходимо рассматривать в совокупности и неразрывно друг от друга.

Список использованных источников

1. О бухгалтерском учёте и отчётности: Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 57-3.

УДК 657.6

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЙСТВУЮЩЕЙ ПРАКТИКИ СОСТАВЛЕНИЯ И В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

Д.С. Мартинович, 3 курс

Научный руководитель – **Н.В. Добрыдень**, ассистент,

Полесский государственный университет

Отчет о движении денежных средств является одним из важнейших элементов финансовой отчетности коммерческих организаций. Он позволяет оценить изменения в денежных потоках организации за определенный период времени. Информационный ресурс отчета о движении денежных средств имеет важную практическую значимость, поскольку данные отчета дают возможность реально оценить финансово-экономическое состояние организации, определить потребность в привлечении заемного капитала, и в целом, рационализировать денежные потоки.

В Республике Беларусь отчет о движении денежных средств (форма №4) составляется в обязательном порядке и с соблюдением требований Закона «О бухгалтерском учете и отчетности» №57-3 от 12 июля 2013 г. и национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность» №104 от 12.12.2016 г. (далее НСБУиО №104).

В международной практике действуют: МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» и МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств», в которых закреплен порядок составления отчета о движении денежных средств и требования к раскрытию необходимой информации.

Несмотря на то, что в законодательстве Республики Беларусь в сфере бухгалтерского учета и отчетности проделана определенная работа по сближению национального учета и отчетности с МСФО, все же по отдельным аспектам отчет о движении денежных средств отличается от отчета, составленного в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика отчета о движении денежных средств, составленного в соответствии с национальными нормативными правовыми актами и МСФО.

Таблица 1. – Сравнительная характеристика порядка составления и информационного содержания отчета о движении денежных средств в Республике Беларусь и согласно МСФО

Предмет сравнения	Отчет о движении денежных средств, составленный согласно требований	
	НСБУиО №104	МСФО (IAS) 7
Цель отчета о движении денежных средств	Представление пользователям сведений об источниках поступлений денежных средств и направлениях их использования, а также об остатках денежных средств на начало и конец отчетного периода	Предоставление пользователям отчетности основы для оценки способности предприятия генерировать денежные средства и эквиваленты денежных средств, а также потребности предприятия в использовании этих потоков денежных средств
Методы составления	Прямой	Прямой и косвенный
Форма	Имеет стандартизированную форму; показатели, по которым отсутствуют числовые значения, прочеркиваются.	Строго регламентированной формы не имеет; представлены только те строки, по которым произошло движение денежных средств, незаполненные строки отсутствуют
Определение «эквиваленты денежных средств»	Эквиваленты денежных средств - финансовые вложения в высоколиквидные долговые ценные бумаги других организаций, установленный срок погашения которых не превышает трех месяцев	Представляют собой краткосрочные высоколиквидные инвестиции, легко обратимые в заранее известные суммы денежных средств и подверженные незначительному риску изменения их стоимости
Сфера применения	Все организациями (за исключением НБ, банков, ОАО «Банк развития Республики Беларусь», небанковских кредитно-финансовых организаций, банковских групп, страховых организаций, бюджетных организаций)	Настоящий стандарт в равной мере применяется ко всем организациям
Классификация денежных потоков	Денежный поток по текущей деятельности; инвестиционной деятельности; финансовой деятельности	Денежный поток по операционной деятельности; инвестиционной деятельности; финансовой деятельности
Валюта	Показатели отчета приводятся в тысячах белорусских рублей в целых числах	Отчетность составляется в той валюте, в которой организация получает выручку и производит расчеты (функциональная валюта)
Отчетный период	Календарный год (с 01.01 по 31.12) или квартал	Устанавливается самостоятельно; некоторые организации предпочитают отчитываться, например, за период, составляющий 52 недели.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1, 2]

Таким образом, одно из важных отличий состоит в том, что в Республике Беларусь установлена стандартизированная форма отчета о движении денежных средств, а в международных стандартах такой формы нет, следовательно, организация сама разрабатывает форму, следуя правилам, про-

писанным в МСФО. Форма отчета о движении денежных средств по международным стандартам финансовой отчетности менее громоздка, чем форма отчета согласно действующего законодательства Беларуси.

Следующее отличие заключается в методе составления отчета о движении денежных средств. МСФО предусматривает два метода представления денежных потоков: прямой и косвенный. Прямой метод позволяет получить достаточно полную информацию о поступлениях и выплатах денежных средств в организации. Косвенный метод подразумевает корректировку прибыли из отчета о финансовых результатах на суммы изменений стоимости активов и пассивов, не приводящих к движению денег (например, амортизации).

В Республике Беларусь возможно использование лишь прямого метода составления отчета о движении денежных средств. Рассмотрим преимущества и недостатки составления отчета прямым и косвенным методами (таблица 2).

Таблица 2. – Преимущества и недостатки составления отчета о движении денежных средств прямым и косвенным методами

Метод	Преимущества	Недостатки
Прямой метод	<ul style="list-style-type: none"> - показывает основные источники поступлений и расходования денежных средств; - концентрирует внимание на те статьи, которые генерируют наибольший приток или отток денежных средств; - устанавливает взаимосвязь между объемом продаж и денежной выручкой за отчетный период 	<ul style="list-style-type: none"> - не позволяет раскрыть взаимосвязи величины финансового результата и изменения абсолютно размера денежных средств, по нему нельзя установить причину, почему возникает ситуация, когда прибыльное предприятие является неплатежеспособным
Косвенный метод	<ul style="list-style-type: none"> - позволяет объяснить причины расхождений между финансовыми результатами и свободными остатками денежной наличности; - возможность контролировать наиболее проблемные места в деятельности организации; - позволяет увидеть куда ушла прибыль и амортизация, а также дополнительно привлеченный заемный капитал 	<ul style="list-style-type: none"> - для составления отчета косвенным методом понадобится привлекать дополнительные данные бухгалтерского учета (внутренние регистры)

Таким образом, результаты проведенного исследования показали, что прямой метод требует больших затрат, кроме того зависимость между отчетом о финансовых результатах и движением денежных средств не раскрывается. Косвенный метод же позволяет определить данную взаимосвязь и является более простым в учете.

Сегодня проблема эффективности управленческого учета денежных потоков особенно актуальна, так как денежные потоки позволяют функционировать предприятию во всех аспектах его хозяйственной деятельности. Управление денежными потоками позволяет обеспечить финансовую стабильность организации и снизить потребность в заемных средствах; разумное управление потоками денежных средств ведет к ускорению оборачиваемости капитала организации. Для эффективности управления денежными потоками считаем целесообразным в примечаниях к отчетности коммерческой организации включать заполненную форму таблицы отчета о движении денежных средств, составленного косвенным методом.

Список использованных источников

1. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность»: утв., М-вом финансов Республики Беларусь от 12.12.2016 г. № 104 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология Проф. 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2023.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств» [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2017/01/main/MSFO_IAS_7.pdf – Дата доступа: 26.03.2023.

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ЗАПАСОВ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

А.А. Ништ, 2 курс

Научный руководитель – М.Н. Галкина, ассистент
Полесский государственный университет

Инвентаризация товарно-материальных ценностей является важнейшим элементом системы бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта. Инвентаризация выполняет контрольную функцию, так как помогает обеспечить контроль за наличием и состоянием материально-производственных запасов, обеспечить сохранность ценностей. Также необходимость проведения инвентаризации подтверждается закреплением данного требования на законодательном уровне. Инвентаризацию проводят все предприятия и организации независимо от форм собственности, вида деятельности и режимности работы.

Для исследования данной темы большое значение имеет раскрытие экономического содержания понятия “запасы” с точки зрения различных авторов (таблица 1).

Таблица 1. – Сущность категории “запасы”

Авторы	Определение
В.Э. Керимов [1]	Запасы – совокупность предметов труда, используемых в производственном процессе.
Е.П. Козлова [2]	Запасы – сырьё, материалы, комплектующие изделия, тара, топливо, которые используются в одном акте производства и поэтому всю свою стоимость сразу передают на изготовленную из них продукцию.
С.Н. Поленова [3]	Запасы – важнейшая часть оборотных активов организации, необходимая для осуществления производственно-хозяйственной деятельности организации.
А.Н. Стерлигова [4]	Запасы – это то, что приготовлено, собрано для последующего потребления.
Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 28.12. 2022 г. № 64 “О бухгалтерском учете запасов” [5]	Запасы - активы, от использования (реализации) которых организация предполагает получение экономических выгод в течение периода не более 12 месяцев или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев, а также специальная (защитная), форменная и фирменная одежда и обувь.

На наш взгляд сущность категории “запасы” наиболее полно раскрыто автором Е.П. Козловой и Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 28.12. 2022 г. № 64 “О бухгалтерском учете запасов”.

Таблица 2. – Виды инвентаризации

Авторы	Виды инвентаризации
В.Н. Лемеш [6, с.21]	В зависимости от времени проведения инвентаризации бывают плановые и внеплановые. По полноте охвата объектов: полные, частичные, сплошные и выборочные.
И.В. Мешалкина Л.А. Иконова [7, с.134]	Обязательная, инициативная, натуральная и документальная.
В.М. Никитин Д.А. Никитина [8, с.349]	Полная и частичная.

По нашему мнению наиболее подробно виды инвентаризации перечислены авторами В.Н. Лемеш, И.В. Мешалкиной и В.М. Иконовой.

Таблица 3. – Методика проведения инвентаризации в некоторых странах

Страна	Методика проведения инвентаризации
Республика Беларусь [7, с.133]	Действующими нормативными документами определено, что не менее одного раза в год должна проводиться инвентаризация следующих материальных ценностей: основных средств, нематериальных активов, незавершенного строительства, сырья, материалов, готовой продукции и других активов. Инвентаризация незавершенного производства и полуфабрикатов должна проводиться не менее двух раз в год.
Российская Федерация [9, с.101]	Число инвентаризаций в году, даты их проведения, перечень имущества и обязательств, подлежащих проверке, устанавливаются организацией, кроме инвентаризаций, проводимых в обязательном порядке.
Казахстан [10]	Сроки инвентаризации зависят в основном от типа организации и вида проверяемого имущества. -продовольственные продукты - один раз в квартал; -драгоценные металлы, включая редкие камни - 2 раза в год (1 января и 1 июля); -транспортные средства и промышленное оборудование - не ранее 1 октября один раз в год и более; -недвижимость, а также строительные объекты - не менее одного раза в год после 1 октября.

На наш взгляд наиболее полно инвентаризация проводится в таких странах как Республика Беларусь и Казахстан.

Список использованных источников

1. Керимов В.Э. Бухгалтерский учет. 9-е изд. - 2020. - 582 с.
2. Козлова Е.П., Бабченко Т.Н., Галанина Е.Н. Бухгалтерский учет в организациях. - 6-е изд. - 2008. - 768 с.
3. Поленова С.Н. Бухгалтерский учет и отчетность. - 2021. - 402 с.
4. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок. - Москва: 2008. - 430 с.
5. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь // minfin URL: https://minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_281222_64.pdf (дата обращения: 23.03.2023).
6. Лемеш В.Н. Отчетность. - Минск: ООО "Информпресс", 2002. - 145 с
7. Мешалкина И.В., Иконова Л.А. Бухгалтерский учет. - Минск: 2018. - 174 с.
8. Никитин В.М., Никитина Д.А. Теория бухгалтерского учета. - Москва: Дело и сервис, 2008. - 570 с.
9. Хахонова Н.Н., Алексеева И.В. Бухгалтерское дело. - Москва: 2010. - 502 с.
10. Порядок проведения инвентаризации в Казахстане // Pro Sklad URL: <https://prosklad.kz/blog/poryadok-provedeniya-inventarizacii-v-kazahstane> (дата обращения: 30.03.23).

УДК 657.371:004.9 (476)

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.В. Панковец, В.С. Буценко, 3 курс

Научный руководитель – **М.И. Бухтик**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Один из основных способов первичного наблюдения в бухгалтерском учете - инвентаризация, которая позволяет при правильном ее проведении получить реальную картину о состоянии активов и обязательств организации, выявить активы, частично потерявшие свое первоначальное назначение (потребительские свойства) и устаревшие морально, выявить наличие или отсутствие договоров с материально ответственными лицами [1].

Проблема проведения инвентаризации состоит в наличии риска появления ошибок, вызванных человеческим фактором. В результате это может привести к расхождениям в бухгалтерской отчетности [2].

Для небольших предприятий применение ручной сверки объектов не всегда затруднительный процесс, но для больших организаций это может привести к ряду затруднений.

Решением этой проблемы является автоматизация процесса инвентаризации, которая заключается в использовании специального программного обеспечения и технических средств для идентификации. В зависимости от их типа и используемого программного обеспечения средства могут охватывать отдельные этапы процесса инвентаризации или весь процесс [2].

На территории РБ используется старый метод, такой как нанесение маркером номер на объект учета. На российском рынке часто пользуются штрих кодами, в то время как европейский рынок заполнен решениями основанными на RFID технологиях.

В настоящее время выделилось две основных системы автоматической идентификации: штрих-кодирование и радиочастотная идентификация (RFID).

Штрих-код представляет собой черные и белые полосы в определенной последовательности, с которых снимает информацию специальный считыватель. Иногда информация, которую содержит штрих-код, может быть расшифрована и напечатана [4].

Для того, чтобы автоматизировать процесс инвентаризации с помощью штрих-кодов понадобится: Программа «ИС: Управление бюджетным учреждением 8. Бухгалтерия» («ИС: УБУ8. Бухгалтерия») на платформе 1С, Принтер этикеток (штрихкодов), Терминал сбора данных (ТСД), 5 часов внедрения[3].

В результате применения использования данной программы можно выделить ряд плюсов: экономия времени, достоверность данных, простота использования, приемлемая цена [3].

RFID-метки представляют собой специальные автоматизированные системы с описаниями товаров в формате, соответствующем международным стандартам электронной коммерции, что позволяет найти информацию о товаре за считанные минуты. Доступ к системе можно получить через смартфон с помощью специального бесплатного приложения или с помощью RFID-считывателя. Система маркировки позволяет учитывать все произведенные и импортированные товары и переходить на автоматическую обработку движения товаров.

Преимущества автоматизированных методов инвентаризации с использованием технологии RFID: меньше работы по прикреплению инвентарных номеров к счетам, меньше риска ошибочных записей, меньше работы по сверке счетов, меньше риска ошибок сверки товаров и их фальсификации.

Если рассматривать стоимость меток RFID и штрих-кодов, то очень часто метки оказываются дороже и, следовательно, проигрывают в цене, причем разница в цене меток может достигать десятых долей. Однако цена в данном случае не является главным критерием.

Эти две технологии также различаются по объему информации, которую они могут хранить. Штрих-коды могут хранить до 100 байт информации, а метки RFID - до нескольких килобайт.

Огромным достоинством радиочастотных меток является то, что RFID — считыватели могут ежесекундно считывать несколько сотен меток, в отличие от штрих-кодового считывателя, способного считывать только один штрих-код [4].

С 20 марта 2016 г. в Республике Беларусь вводится обязательная маркировка товаров контрольными (идентификационными) знаками с радиочастотной (RFID – Radio Frequency Identification) меткой. Согласно постановлению Совета Министров [5] первой товарной группой, которая будет маркироваться знаками с применением функциональных бесконтактных и защищенных радиочастотных меток, станут изделия из натурального меха. Пример использования такой маркировки в Республике Беларусь уже существует. Унитарное предприятие «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза» организовало производство изделий из натурального меха, полученного от собственных зверохозяйств и использует RFID-метки для маркировки продукции.

Таким образом, автоматизация учета основных средств позволяет: сократить время проведения инвентаризации, устранить ошибки присущие человеческому фактору, уменьшить время отвлечения сотрудников от текущей работы при проведении инвентаризации, уменьшить количество работников при проведении инвентаризации, а соответственно и расходы. На территории Республики Беларусь будет осуществлен поэтапный переход предприятий на технологии радиочастотной

идентификации, которые постепенно сменяют массово применяемые технологии штриховой идентификации.

Список использованных источников

1. Инвентаризация / [Электронный ресурс] // ИПМ Торги: URL: ipmtorgi.by (дата обращения: 27.03.2023).
2. Свинцов, А. Н. Автоматизация процесса инвентаризации запасов материальных ресурсов / А. Н. Свинцов. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 38 (276). – С. 123-125. – URL: <https://moluch.ru/archive/27P6/62496/> (дата обращения: 27.03.2023).
3. 1С: Инвентаризация интеллектуальные системы / [Электронный ресурс] // Интеллектуальные системы: – URL: isbel.by (дата обращения: 27.03.2023).
4. RFID или штрих-код для автоматической идентификации? / [Электронный ресурс] // СпектрПрестиж+: – URL: spektrprestig.ru (дата обращения: 27.03.2023).
5. О внесении изменений и дополнений в постановления Совета Министров Республики Беларусь: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 11 февр. 2016 г. № 115 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2016. – № 5/41689

УДК 657.421

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА: СУЩНОСТЬ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

М.Ю. Панышева, 2 курс

Научный руководитель – Н.В. Добрыдень, ассистент

Полесский государственный университет

Неоспоримым является тот факт, что основные средства занимают наибольшую долю в имуществе организации, специализирующейся на производстве продукции. Условия, в которых приходится организациям осуществлять свою деятельность, требуют от организаций постоянное обновление основных производственных фондов, своевременный ремонт и модернизацию основных средств, ускорение замены устаревшего оборудования с тем, чтобы обеспечить производство качественной и конкурентоспособной продукции.

Данное обстоятельство предопределяет необходимость формирования полной и качественной учетной информации о состоянии и использовании основных средств в производственном процессе и актуализирует необходимость осуществления поиска направлений совершенствования учета основных средств в организациях.

Проведем критический анализ литературных и нормативных правовых источников относительно сущности основных средств, результаты которого представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Подходы к сущности категории «основные средства»

Автор, источник	Сущность категории
1	2
Б.А. Ройзберг, Л.Ш. Лозовский, Б. Стародубцев [1, с. 273]	Основные средства – это совокупность материально-вещественных ценностей, используемых в качестве средств труда и действующих в натуральной форме в течение длительного времени (свыше одного года) как в сфере материального производства, так и в непродуцственной сфере
Ю.А. Бабаев, А. М. Петров, Л.А.Мельникова [2, с. 251]	Основные фонды предприятия – это средства труда, которые в процессе использования снашиваются постепенно и поэтому служат длительное время, участвуют в нескольких производственных циклах в неизменной натуральной форме
А.Р. Фаресова [3, с. 29]	Основные средства – часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг, либо для управления организацией, либо для предоставления организацией за плату во временное владение и пользование или во временное пользование в течение периода, превышающего 12 месяцев

Окончание таблицы 1

1	2
А.С. Бадяй [4, с. 19]	Основные средства – это материальные активы организации, используемые в качестве средств труда в процессе производства продукции, при выполнении работ, оказании услуг, при сдаче в аренду другим лицам или в административных целях в течение более чем одного года, участвующие в кругообороте и обороте средств через амортизационные отчисления, приносящие экономические выгоды от их использования, последующая продажа которых не предполагается
Инструкция по бухгалтерскому учету основных средств №26 [5]	Организацией в качестве основных средств принимаются к бухгалтерскому учету активы, имеющие материально-вещественную форму, при одновременном выполнении следующих условий признания: - активы предназначены для использования в деятельности организации, в том числе в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации, а также для предоставления во временное пользование (временное владение и пользование), за исключением случаев, установленных законодательством; - организацией предполагается получение экономических выгод от использования активов; - активы предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12 месяцев; - организацией не предполагается отчуждение активов в течение 12 месяцев с даты приобретения; - первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена

Результаты проведенного исследования относительно сущности категории «основные средства» показали, что в различных источниках данный термин трактуется неодинаково. Считаем, что наиболее точно определение данной категории представлено в Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств №26, так как обозначены конкретные условия для признания активов в качестве основных средств.

Данные об имеющихся основных средствах организации представлены в бухгалтерском балансе (форма 1) и отражаются по остаточной стоимости. В том же бухгалтерском балансе отражаются запасы. Причем информация об имеющихся запасах представлена структурировано, что наглядно позволяет увидеть, какие статьи доминируют в составе запасов. Что касается основных средств, то в балансе они представлены агрегировано. Считаем, что рационально было бы в балансе представить детализированный состав основных средств по следующим укрупненным группам, представленным в таблице 2.

Таблица 2. – Рекомендуемая детализация состава основных средств в бухгалтерском балансе организации (выдержка из формы бухгалтерского баланса)

Активы	Код строки	На _____ 20 ____ г.	На _____ 20 ____ г.
I. ДОЛГОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ			
Основные средства	110		
в том числе:			
долгосрочные активы, обеспечивающие текущую деятельность	111		
биологические активы	112		
основные средства социальной сферы	113		
прочие основные средства	114		

Таким образом, предложенная рекомендация не будет противоречить исторически устоявшейся категории «основные средства», и тем самым предоставит возможность вести самостоятельный учет активов, с различной экономической сущностью и назначением. Для этого в учете следует предусмотреть к счету 01 «Основные средства» субсчета первого порядка:

- 01/1 - основные средства, обеспечивающие текущую деятельность;

- 01/2 - биологические активы;
- 01/3 - основные средства социальной сферы;
- 01/4 - прочие основные средства.

Так, например, долгосрочные активы, обеспечивающие текущую деятельность, будут аккумулировать данные по тем основным средствам, которые непосредственно используются в производстве продукции, выполнении работ, оказании услуг: производственные здания, оборудование, станки и др.

В законодательстве Республики Беларусь понятие «биологические активы» пока отсутствует, однако многие страны уже рассматривают биологические активы как объект учета. В соответствии с МСФО (IAS) 41 «Сельское хозяйство» биологические активы – животные и растения, которые контролируются компанией в результате прошлых событий, имеется вероятность поступления экономических выгод от их использования, их справедливую стоимость или себестоимость можно достоверно оценить. Таким образом, в состав биологических активов следует включить: взрослый продуктивный и племенной скот, растения (газон, многолетние насаждения).

Таким образом, предоставление такого рода информации по основным средствам обеспечит возможность проводить более качественный анализ интенсивности и эффективности использования основных средств, участвующих в производственной деятельности организации. Ведь в самом деле, значение показателя фондорентабельности, рассчитанной по всем основным средствам, представленным в действующей форме бухгалтерского баланса (те, которые участвовали в изготовлении продукции и те, которые никакого отношения к производству не имеют) и значение фондорентабельности, рассчитанной по основным средствам, обеспечивающим текущую деятельность, будут отличаться.

Список использованных источников

1. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2023. — 512 с.
2. Бабаев, Ю. А. Бухгалтерский учет: учебник для бакалавров / Ю. А. Бабаев, А. М. Петров, Л. А. Мельникова. – М.: Проспект, 2016. – 424 с.
3. Бухгалтерский учет (терминологический словарь): [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ugatu.su/media/uploads/MainSite/> – Дата доступа: 25.03.2023.
4. Бадяй, А. С. Состояние и развитие учета основных средств в условиях интеграционных процессов организаций Республики Беларусь и стран Европейского союза / А. С. Бадяй // Бухгалтерский учет и анализ. – № 4. – 2018. – С. 17–23.
5. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств: утв. пост. М-ва финансов Респ. Беларусь, 30.04.2012 г., № 26 // Аналитическая правовая система «Бизнес-Инфо» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.business-info.by. - Дата доступа: 18.03.2023.

УДК 657.9

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ РАСЧЕТОВ ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ: НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

О.М. Певец, 2 курс

Научный руководитель – **Н.В. Добрыдень, ассистент**

Полесский государственный университет

Налоги играют большую роль в развитии экономики Республики Беларусь. Налогам отводится важное место среди экономических рычагов, при помощи которых государство воздействует на рыночную экономику. Именно с помощью налогов определяются особенности, принципы взаимоотношений в системе финансов между различными участниками: индивидуальными предпринимателями, организациями любых форм собственности с государственными и местными бюджетами. Налоги необходимы для формирования доходов государственного бюджета, из которого затем финансируются расходы на развитие национальной экономики, на образование, здравоохранение, социальную политику, на общегосударственную деятельность.

Согласно Налогового Кодекса Республики Беларусь, налогом признается обязательный индивидуальный безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в республиканский и (или) местные бюджеты [1].

С целью конкретизации объекта налогов, в бухгалтерском учете широко используется классификация налогов по различным признакам. Отдельные классификационные признаки налогов представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Классификация налогов

Признак	Группы
По способу изъятия	- прямые - налоги установленные непосредственно на доходы или имущество плательщика; - косвенные - налоги устанавливаемые в виде надбавки к цене или тарифу (НДС, акцизы)
В зависимости от органов власти, устанавливающих налог	- республиканские налоги - разрабатывает правительство, утверждает главный законодательный орган страны; - местные - налоги, которые устанавливаются как правительством, так и местными органами власти
По видам налогоплательщиков	- налоги с юридических лиц (организаций, предприятий); - налоги с физических лиц (резидентов Республики Беларусь и нерезидентов Республики Беларусь)
В зависимости от порядка использования	- общие – предназначенные для текущих и капитальных расходов без закрепления за каким либо конкретным видом расходов (почти все налоги); - специальные – имеющие целевое назначение, например, отдельные платежи экономического налога
В зависимости от источников их уплаты	- налоги, уплачиваемые с заработной платы; - налоги, уплачиваемые с дохода (прибыли) (подходный налог с физических лиц, налог на прибыль с организаций); - налоги, относящиеся на себестоимость (экологический налог, земельный налог)

Таким образом, представленная в таблице 1 классификация налогов, обеспечивает единообразие группировки налогов в учете и отчетности организаций. Существование столь широкой классификации налогов обусловлено существованием множества различных налогов в действующем законодательстве. В таблице 2 представлены данные по отдельным налогам, которые исчисляют и уплачивают отечественные организации в установленном Налоговым кодексом порядке [2].

Таблица 2. – Сведения об элементах налогообложения в Республики Беларусь

Наименование налога	Объект налогообложения	Ставки
1	2	3
Налог на добавленную стоимость	- обороты по реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав на территории Республики Беларусь; - ввоз товаров на территорию Республики Беларусь	-0 процентов; -10 процентов; -20 процентов; (стандартная); - 25 процентов
Акцизы	-подакцизные товары, производимые и реализуемые (передаваемые) на территории Республики Беларусь; - подакцизные товары, ввозимые (ввезенные) на территорию Республики Беларусь	- твердые (специфические); - процентные (адвалорные)

Окончание таблицы 2

1	2	3
Налог на недвижимость	- капитальные строения (здания, сооружения), их части, машино-места, являющиеся собственностью или находящиеся в хозяйственном ведении или оперативном управлении плательщиков-организаций	- 0,1 процента; - 1 процент (стандартная)
Экологический налог	- выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух; - сброс точных вод; - хранение, захоронение отходов производства	установлены в фиксированных суммах в зависимости от объемов выбросов загрязняющих веществ, сбросов сточных вод, захоронение отходов производства
Земельный налог	Расположенные на территории Республики Беларусь земельные участки: - находящиеся в частной собственности, постоянном или временном пользовании организаций; - предоставленные во временное пользование и временно не возвращенные	- комбинированные – в зависимости от функционального назначения и кадастровой стоимости участка; - фиксированные - на земли сельскохозяйственного назначения, не имеющие кадастровой стоимости
Налог на прибыль	- валовая прибыль; - дивиденды и приравненные к ним доходы, начисленные белорусскими организациями	- 0 процентов; - 5 процентов; - 6 процентов; - 10 процентов; - 12 процентов; - 20 процентов (стандартная); - 25 процентов

Проведенное исследование показало, что на сегодняшний день в Республике Беларусь в системе учета субъектов хозяйствования находят свое отражение различные налоги. Данный факт актуализирует необходимость организации бухгалтерского учета налогов на должном уровне. В качестве мероприятий, способствующих совершенствованию учета налогов в организации могут быть:

1. Организовать возможность параллельного ведения бухгалтерского и налогового учета на базе комплексного программного обеспечения. Данная мера изначально повлечет дополнительные финансовые затраты на приобретение такого программного обеспечения, тем не менее, позволит для налогоплательщика минимизировать вероятность понести финансовые и иные потери, связанные с процессом уплаты и оптимизации налогов.

2. Предусмотреть в учетной практике работников бухгалтерии ведение отдельной вспомогательной таблицы, информационное содержание которой базировалось на представлении следующих данных:

- наименование налога;
- налогооблагаемая база;
- налоговый период;
- льготы по налогу, ставка налога;
- бухгалтерская проводка и сумма налога.

3. Предусмотреть в налоговом регистре по налогу на доходы физических лиц, работающих в организации все необходимые аспекты законодательства и своевременно вносить все поправки согласно изменениям законодательства.

Резюмируя вышеизложенное, отметим, что предложенные рекомендации по учету налогов в организации позволят облегчить работу бухгалтера, снизят вероятность появления ошибок, допускаемых при расчете налоговых платежей, обеспечат своевременность уплаты налогов в бюджет, а следовательно, избежать финансовых потерь в результате несоблюдения налогового законодательства.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (общая часть) : 19.12.2002 г. № 166-З: принят Палатой представителей 15.10.2002 г. : одобрен Советом Республики 02.12.2002 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 30 декабря 2022 г. № 230-З// Консультант Плюс: Беларусь. Технология Проф. 3000 [Электронный ресурс] / ООО "Юрспектр", – Минск, 2023.

2. Налоговая система республики Беларусь: официальный сайт Министерства Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа - https://www.minfin.gov.by/ru/tax_policy/ - Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 657.421

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ С ОСНОВНЫМИ СРЕДСТВАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И МСФО

Е.А. Пилецкая, 3 курс

Научный руководитель – Н.В. Добрыдень, ассистент

Полесский государственный университет

Сегодня проблема оценки и учета основных средств в соответствии с МСФО, является наиболее важной для отечественных организаций, поскольку от правильного их учета, зависит финансовый результат. Это связано с тем, что основные средства составляют наибольшую часть имущества организации. Это и предопределяет необходимость уделить должное внимание учету основных средств.

В настоящее время, особенности учета основных средств в организациях регулируются Инструкцией по бухгалтерскому учету основных средств №26 от 30.04.2012г. [1]. Для учета основных средств в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности необходимо руководствоваться МСФО 16 «Основные средства» (IAS 16) [2].

МСФО (IAS) 16 «Основные средства» – это основной международный стандарт, регулирующий порядок ведения учета основных средств. Целью данного стандарта является определение методики учета основных средств. Представим таблицу, в которой отразим сравнение подходов к учету основных средств в Республике Беларусь и по МСФО.

Таблица – Сравнение подходов к учету основных средств в Республике Беларусь и по МСФО

Предмет сравнения	Законодательство Республики Беларусь	МСФО (IAS) 16 «Основные средства»
Раскрытие сущности категории «основные средства» и критерии признания основных средств	Активы, имеющие материально-вещественную форму, при выполнении условий признания: - активы предназначены для использования в деятельности организации, в том числе в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг; - организацией предполагается получение экономических выгод от использования активов; - активы предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12 месяцев; - организацией не предполагается отчуждение активов в течение 12 месяцев с даты приобретения; - первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена	Под основными средствами понимают материальные активы, которые используются компанией для производства или поставки товаров и услуг, для сдачи в аренду другим компаниям или для административных целей и предполагается использовать в течении более чем одного годового периода. При этом МСФО 16 выделяет два критерия признания основных средств в качестве актива: 1. признается вероятным, что организация получит связанные с данным объектом будущие экономические выгоды; 2. первоначальная стоимость данного объекта может быть надежно оценена

Окончание таблицы

Классификация основных средств	- здания; - сооружения; - передаточные устройства; - машины и оборудование; - транспортные средства; - инструмент; - инвентарь и принадлежности; - основные средства прочие, используемые в сельском и лесном хозяйстве; - основные средства прочие	- земля; - здания; - машины и оборудование; - водные суда; - воздушные суда; - автотранспортные средства; - мебель и встраиваемые элементы; - офисное оборудование; - плодовые культуры
Методы (способы) начисления амортизации	- линейный; - нелинейный (включающий в себя метод уменьшаемого остатка; прямой метод суммы чисел лет; обратный метод суммы чисел лет); - производительный	- линейный; - способ уменьшаемого остатка; - способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ)
Начало начисления амортизации	амортизацию начисляют с первого числа месяца, за месяцем принятия объекта к учету	амортизация начинается, когда актив становится доступен для использования, т.е. когда его местоположение и состояние позволяют его эксплуатацию
Виды оценок основных средств	- первоначальная стоимость; - переоцененная стоимость; - остаточная стоимость; - амортизируемая стоимость; - текущая рыночная стоимость	- первоначальная стоимость; - переоцененная стоимость; - амортизируемая стоимость; - балансовая стоимость; - справедливая стоимость; - ликвидационная стоимость; - стоимость, специфичная для организации
Срок полезного использования	период, в течении которого использование основных средств приносит организации экономические выгоды (доход); иными словами, это не нормативный срок службы, а ожидаемый или расчетный период эксплуатации основных средств	период времени, на протяжении которого, как ожидается, актив будет доступен для использования организацией; количество единиц продукции или аналогичных единиц, которые организация ожидает получить от использования актива
Прекращение начисления амортизации	с первого числа месяца, следующего за месяцем выбытия актива, принятия к бухгалтерскому учету в качестве активов, предназначенных для реализации; с первого числа месяца, следующего за месяцем полного включения амортизируемой стоимости в затраты на производство	на дату классификации этого актива как предназначенного для продажи или на дату прекращения признания данного актива в зависимости от того, какая из них наступает раньше

Таким образом, результаты проведенного исследования показали, что по отдельным аспектам учета операций с основными средствами в действующей учетной практике Республики Беларусь и согласно МСФО существуют отличия:

- в МСФО содержится понятие балансовой стоимости, а в Инструкции №26 ничего не сказано про балансовую стоимость, однако представлено определение остаточной стоимости, которое по смыслу совпадает с определением балансовой стоимости;

- классификация основных средств действующего законодательства Республики Беларусь несколько детализированнее, нежели классификация основных средств по МСФО. Так, например, в МСФО в отдельные группы отнесены водные суда, воздушные суда, автотранспортные средства, в

то время как подход отечественного законодательства объединил их в одну группу «транспортные средства»;

- перечень методов (способов) начисления амортизации по основным средствам в Республике Беларусь шире, чем по МСФО. Так, по МСФО не используется метод суммы чисел лет;

- в МСФО по учету операций с основными средствами используется более широкий понятийный аппарат – приводится больше наименований оценок основных средств, нежели в отечественной практике.

Таким образом, были выявлены некоторые различия между белорусским законодательством и международными стандартами в области бухгалтерского учета основных средств. Поэтому в Республике Беларусь необходимо на законодательном уровне разработать и принять национальный стандарт по бухгалтерскому учету основных средств, который будет максимально приближен к МСФО, что в свою очередь будет способствовать формированию эффективной и устойчивой системы бухгалтерского учета и отчетности. Тем не менее, необходимо отметить, что все же в Республике Беларусь проводится активная работа по поэтапной гармонизации бухгалтерского учета с международной практикой.

Список использованных источников

1. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств: утв. пост. М-ва финансов Респ. Беларусь, 30.04.2012 г., № 26 // Аналитическая правовая система «Бизнес-Инфо» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.business-info.by. - Дата доступа: 18.03.2023.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 "Основные средства" [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/> – Дата доступа: 26.03.2023.

УДК 657

СОЦИАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СУЩНОСТЬ И УЧЕТ

М.И. Радкович, 2 курс

Научный руководитель – **Н.В. Добрыдень**, ассистент

Полесский государственный университет

Социальное страхование играет существенную роль в решении целого ряда общественно-важных вопросов, в защите граждан от социальных рисков, обеспечения достойной пенсией пенсионеров, реализации сберегательных потребностей граждан. Страхование является важным компонентом рыночной инфраструктуры, занимает ключевое место в жизни современного гражданина и государства, в котором он проживает. Также играет значительную роль в бухгалтерском учёте, поскольку отчисления по социальному страхованию проводятся ежемесячно, перед выплатой заработной платы.

Для учёта и анализа расчётов по социальному страхованию важно понимать их сущность. Считаем необходимым обратить внимание на то, как разные авторы трактуют понятие «социальное страхование».

Н.Н. Косаренко рассматривает категорию социального страхования как механизм социальной защиты, который предполагает формирование специального денежного фонда за счёт страховых взносов, расходы которого связаны с осуществлением гарантированных государством социальных выплат, предназначенных для полного или частичного возмещения заработной платы в результате утраты трудоспособности или потери работы, а также основного дохода после потери кормильца [1, с.82].

И.С. Будин считает, что социальное страхование является одной из главных форм социальной помощи; государственная система материально-технического обеспечения трудящихся в возрасте старости, при временной или постоянной утрате трудоспособности, членов семьи трудящихся, охраны трудящихся и их родственников, охраны здоровья трудящихся и их родственников [2, с.262].

По мнению Л. С. Тарасовой социальное страхование представляет собой систему пенсий, пособий и других выплат гражданам Республики Беларусь за счёт средств государственных страховых фондов в случаях, предусмотренных законодательством [3, с.144].

А. Хомич, М. П. Самоховец пишут, что социальное страхование - это система социальной защиты, задача которой - обеспечивать реализацию конституционного права экономически активных граждан на материальное обеспечение в старости, в случае болезни, полной или частичной утраты трудоспособности, потери кормильца, безработицы [4, с.275].

Анализируя мнение авторов относительно сущности категории «социальное страхование» считаем, что наиболее точное определение данной категории представлено у Н. Н. Косаренко, поскольку в данной трактовке понятия наиболее полно и точно выражается значение термина.

В Республике Беларусь действует солидарная (государственная распределительная) система государственного социального страхования. В бюджете государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения Республики Беларусь средства на пенсионное и социальное страхование, поступившие в виде обязательных страховых взносов, не накапливаются, а направляются на финансирование пенсий и пособий. Таким образом, работодатели и работающие граждане участвуют в формировании источника финансирования социальных выплат. Сбор и аккумулирование взносов на государственное социальное страхование осуществляет Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты [5].

Организации исчисляют из заработной платы своих сотрудников взносы по социальному страхованию и обеспечению. Типовым планом счетов предусмотрен счет 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению», который предназначен для обобщения информации о расчетах по социальному страхованию и обеспечению, в том числе пенсионному, работников. Отчисления на социальное страхование и обеспечение, производимые за счет организации, отражаются по дебету тех счетов, на которых отражается начисление затрат на оплату труда и других выплат работникам, и кредиту счета 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению».

На сегодняшний день, типовым планом счетов не предусмотрены субсчета к счету 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению». Для обобщения информации о расчетах по отчислениям на государственное социальное страхование, пенсионное обеспечение персонала предприятия предназначен к данному счету можно предусмотреть следующие субсчета первого порядка:

69/1 - Расчеты по социальному страхованию;

69/2 - Расчеты по пенсионному обеспечению.

Фонд социальной защиты населения устанавливает индивидуальный подход для плательщиков по пенсионному и социальному страхованию в зависимости от вида деятельности предприятия. Размеры обязательных страховых взносов на пенсионное и социальное страхование представлены в таблице.

Таблица – Размеры обязательных страховых взносов

Плательщики	Пенсионное страхование, %	Социальное страхование, %
Работодатели (всего 34%)	28	6
Работодатели, занятые производством сельскохозяйственной продукции, объём которой составляет более 50% объёма произведенной продукции (всего 30%)	24	6
Белгосстрах	29	6
Потребительские кооперативы (кроме потребительских обществ); товарищества собственников; садоводческие товарищества	5	6
Все работающие граждане	1	-

Следует отметить, что с 01.01.2022 г. действует новая редакция Перечня выплат (Перечень №115), на которые не начисляются взносы на государственное социальное страхование, в т.ч. пенсионное страхование, в бюджет государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения Республики Беларусь. Из новшеств следует отметить: внесены в перечень поощрения из

средств специальных фондов Президента Республики Беларусь; разграничены случаи выплаты выходного пособия и увольнении и введены для них ограничения льготированных размеров; перечень дополнен суммами возмещения судебных расходов, суммами компенсаций расходов на приобретение учебной и методической литературы и др.

В сегодняшних реалиях бухгалтеру очень важно учитывать все нововведения в законодательстве, в том числе и все аспекты расчетов по социальному страхованию и обеспечению, что в свою очередь позволит избежать уплаты штрафов, пеней по расчетам по социальному страхованию и обеспечению.

В заключении следует отметить, что благодаря пенсионным и социальным страховым платежам производятся выплаты населению, нуждающемуся в поддержке государства. Страхование является важным компонентом рыночной инфраструктуры, занимает ключевое место в жизни современного гражданина и государства, в котором он проживает. Данный аспект подчеркивает необходимость достоверно отражать в системе бухгалтерского учета расчетов по социальному страхованию и обеспечению.

Список использованных источников

1. Косаренко, Н. Н. Понятие и содержание социального страхования в современной России / Н.Н. Косаренко // Ученые труды Российской академии адвокатуры и нотариата. – 2015. – № 3 (38). - Дата доступа 25.03.2023.
2. Будин, И.С. Экономическая сущность социального страхования: сборник трудов конференции / И.С. Будин // Инновационные технологии в науке и образовании : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 23 сент. 2016 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – С. 261-263.
3. Тарасова, Л. С. Социально-экономическое развитие государств Евразии и других зарубежных стран / Л.С. Тарасова // Бухгалтерский учет расчетов по социальному страхованию трудящихся государств-членов Евразийского экономического союза, работающих в Республике Беларусь: Гродненский государственный университет имени Янки Купалы. – 2016. – Дата доступа 29.03.2023.
4. Хомич, А. Социальное страхование в Республике Беларусь / А. Хомич, М. Самоховец // Материалы Всеукраинской научно-практической конференции к 50-летию юбилею кафедры экономической теории НУВХП, ровно, 20 апреля 2018 г. / Национальный университет водного хозяйства и природопользования; ответственный за выпуск: А. И. Ряба. - Ровно: Издатель О. Зень, 2018. - С. 275-278.
5. Единый портал финансовой грамотности [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://fingramota.by/ru/guide/insurance-and-taxes/obyazatelnoe-socialnoe-strahovanie>. – Дата доступа: 20.03.2023.

УДК 657.6

РИСКИ В АУДИТОРСКОЙ ПРАКТИКЕ

Т.И. Седлер, А.Г. Мисник, 3 курс
Научный руководитель – **О.А. Кукса, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Аудит – независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности [1, с. 11].

Целью аудита является проверка отчетности на наличие существенных искажений по причине ошибок и (или) безнравственных действий, а также формирование аудиторского заключения, представляющее собой изложенное в стандартной форме аудиторское мнение.

В Республике Беларусь аудит проводится в соответствии с требованиями Закона Республики Беларусь от 12 июля 2013 года №56-З «Об аудиторской деятельности» и национальных правил аудиторской деятельности. Обязанности аудиторов с этими требованиями описаны в разделе «Обязанности аудиторской организации по проведению аудита финансовой отчетности» [2].

В процессе осуществления любой предпринимательской деятельности возникают риски. Также и аудитор в своей работе должен найти и проанализировать риски деятельности предприятия во время взаимодействия с рисками искажения информации. Для проведения качественного аудита, планирования аудиторских процедур и оценки доказательств важно четкое понимание того, что

является фактором возникновения риска в учете и какие объекты аудирования должны быть выделены в связи с этими рисками. Так и для аудита существует ряд специфических рисков характерных для данной области деятельности.

Аудиторский риск – риск того, что при существенно искаженной финансовой отчетности аудитор сформирует ошибочное аудиторское мнение [3].

Используя таблицу, рассмотрим основные виды рисков в аудиторской деятельности.

Таблица – Классификация видов аудиторского риска и их характеристика

Тип риска 1	Вид аудиторского риска 2	Характеристика 3
Внутренний	Операционный	Непредвиденные потери, связанные с неадекватностью и/или сбоями в процессах, вызванные человеческим фактором или внешними воздействиями. Связан с недостаточным уровнем квалификации персонала, умышленными искажениями в отчетности, недостатками инфраструктуры, телекоммуникационных каналов связи.
	Риск необнаружения	Специфический риск аудита. Может быть частным проявление операционного риска. Выделяется теорией и практикой. Риск того, что аудитор во время проведения своей работы не обнаружит присутствующие существенные искажения в финансовой отчетности. Для выхода на оптимальный уровень риска необнаружения используют моделирование, что заключается в представлении общих связей компонентов аудиторского риска с помощью математических формул. Связан со сложностью представления отдельных статей баланса, низким уровнем квалификации персонала, определением репрезентативной выборки.
	Риск существенного искажения	Риск того, что существенное искажение имело место в финансовой отчетности до начала осуществления аудиторской проверки. Данный риск включает в себя неотъемлемый риск и риск средств контроля.
	Риск средств контроля	Риск, заключающийся в том, что искажение не будет вовремя предотвращено или обнаружено и откорректировано посредством соответствующих инструментов контроля организацией-клиентом. В аудиторские процедуры риска средств контроля обычно входят сквозная проверка и тестирование контролей. Завершающий этап проверки представлен финальной оценкой, в результате которой аудитор полагается или не полагается на инструменты контроля субъекта хозяйствования. Связан с надежностью системы бухгалтерского учета, внутренним контролем экономического субъекта, появлением единичных и случайных ошибок.
	Репутационный риск	Опасность того, что имя аудитора может оказаться связанным с неблагоприятной репутацией экономического субъекта, чья бухгалтерская отчетность была проверена. Его величина отражает также положение аудиторской фирмы на рынке аудиторских услуг, степень конкурентности рынка, склонность аудитора к риску, его представление о той экономической среде, в которой он действует.

Окончание таблицы

1	2	3
Внешний	Неотъемлемый риск	Незыблемый риск, который существует изначально в любом объекте исследования до проведения мероприятий по снижению его уровня, то есть существуют вне зависимости от аудита финансовой отчетности. К таким мероприятиям можно отнести контрольную деятельность.
	Угроза независимости аудитора	Представляет собой финансовую заинтересованность и высокую зависимость от клиента, ограничение или отсутствие самоконтроля со стороны аудируемой организации. Связан с тесными деловыми и коммерческими отношениями; кредитами, займами и гарантиями; судебными разбирательствами; трудоустройством бывших работников клиентов, коммерческими условиями при взаимодействии.
	Санкционный риск	Вероятность того, что в отношении контрагента, его учредителя, бенефициара или контролирующего лица будут введены санкции. Это не позволит продолжить исполнение договора без ограничений. Возникают из-за нестабильной политической ситуации, провоцирования конфликтов на международной арене и др.
	Киберриск	Риск возникновения у организации потерь и дополнительных затрат вследствие противоправных действий, совершаемых третьими лицами с помощью использования информационных технологий. Риск связан с низкой степенью защиты на всех уровнях доступа к информации, использованием устаревших технологий.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3-6]

Существует и модель аудиторского риска в виде произведения трёх компонентов:

$$AP = NP \cdot PK \cdot PH,$$

где AP - аудиторский риск; NP - неотъемлемый риск; PK - риск средств контроля. PH - риск не обнаружения [3].

На основе данной модели можно определить базовый риск аудита. С целью более тщательного его определения целесообразно вводить в расчет дополнительные факторы, приведенные, например, в табл. 1.

Таким образом, в материале приведены данные об основных рисках аудита. Авторы постарались расширить диапазон важных для аудиторского дела рисков.

Авторы пришли к выводу о том, что существуют общие и специфические риски в аудиторской деятельности, которые должны быть минимизированы для повышения качества оказания аудиторских услуг. Это особенно актуально в наше время по причине высоких стандартов к организации аудиторской деятельности.

Список использованных источников

1. Мирошниченко, Т.А. Аудит : учебное пособие. Ч. 1. Основы аудита / Т.А. Мирошниченко ; Донской ГАУ. – Новочеркасск : Колорит, 2018. – 163 с.
2. Закон Республики Беларусь "Об аудиторской деятельности от 12 июля 2013 г. № 56-З" [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300056> – Дата доступа: 27.03.2023.
3. Матус Е.Г. Аудиторский риск и оценка рисков существенного искажения посредством изучения организации и ее окружения. Аудиторская палата. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://audit-ap.by/uploads/files/Auditorskij-risk-i-otsenka-suschestvennogo-iskazhenija.docx> – Дата доступа: 20.03.2023.

4. Арис, Е. Т. Модели оценки операционных рисков / Е. Т. Арис. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 20 (206). – С. 213-217. – URL: <https://moluch.ru/archive/206/50453>. – Дата доступа: 27.03.2023.

5. Рабыко, И. Н. Оценка киберриска в банках и его место в модели оценки эффективности управления рисками / И. Н. Рабыко // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. Выпуск 15 / Министерство образования Республики Беларусь, Белорусский государственный экономический университет ; [редакционная коллегия: А. В. Егоров (главный редактор) и др.]. – Минск : БГЭУ, 2022. – С. 393-400.

6. Тезикова, В. В., Григорова М. В. Виды аудиторских рисков и их оценка // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2008. – №. 5. – С. 18-22.

УДК-657

КРАТКОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ И ОЦЕНКА

Д.О. Сымоник, 3 курс

Научный руководитель – **М.Н. Галкина**, ассистент

Полесский государственный университет

Краткосрочным активам принадлежит особое место в структуре активов предприятия, поскольку они в основном обеспечивают инвестиционную привлекательность предприятия, устойчивое финансовое состояние и кредитоспособность. Значение управления краткосрочными активами на предприятии заключается в первую очередь в том, что для большинства предприятий последние составляют более половины всех их активов. Основная их задача – это обеспечение непрерывного процесса производства. Важным для анализа краткосрочных активов является определить сущность данной категории.

Существуют различные подходы к формулировке сущности краткосрочных активов, рассмотренные в таблице 1.

Таблица 1. – Подходы к определению сущности краткосрочных активов по мнению авторов

Автор	Сущность
Ведяшева А.В., [1, с.34]	Краткосрочные активы – это средства, которые авансированы в производственные запасы, готовую продукцию, незавершенное производство, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы.
Гурбаева Л.Ф., [3, с.7]	Краткосрочные активы – это авансированная стоимость, функционирующая в форме оборотных производственных фондов и фондов обращения.
Мартьянова Д.В., [6, с.16]	Краткосрочные активы – это денежные средства, авансированные в оборотные средства.
Сетин С.В., [8, с.162]	Краткосрочные активы – активы, которые включают сырье, основные и вспомогательные материалы; незавершенное производство, незавершенные услуги; готовую продукцию, товары для перепродажи и товары отгруженные; дебиторскую задолженность; авансы выданные, связанные с запасами.

Таким образом, оценив точки зрения различных авторов относительно определения сущности краткосрочных активов можно сделать вывод, что термин «краткосрочные активы» – это текущие активы, которые служат или погашаются в течение двенадцати месяцев, либо в течение нормального операционного цикла предприятия (если он превышает один год).

При изучении понятия краткосрочных активов предприятия следует рассмотреть их классификацию, рассмотренную различными авторами и представленную в таблице 2.

Таблица 2. – Классификация краткосрочных активов по мнению авторов

Автор	Классификация
Видяпин В.И., [2, с.52]	По материально-вещественному признаку в состав краткосрочных активов включаются: 1. предметы труда (сырье, материалы, топливо и т.д.); 2. готовая продукция на складах предприятия; 3. товары для перепродажи; 4. денежные средства и средства в расчетах.
Йорг Бетге, [4, с.17]	По видам краткосрочные активы можно классифицировать следующим образом: 1. запасы сырья, материалы и полуфабрикаты; 2. запасы произведенной, готовой продукции; 3. текущая дебиторская задолженность; 4. денежные активы; 5. прочие виды краткосрочных активов.
Кутер М.И., [5, с.8]	По характеру финансовых источников краткосрочные активы делятся на: 1. валовые оборотные активы; 2. чистые оборотные активы; 3. собственные оборотные активы.

Исходя из таблицы 2 видно, что выше изложенные подходы к классификации краткосрочных активов, способны предоставить сгруппированную информацию о краткосрочных активах лишь в общей части их состояния. Построение удобной системы классификации краткосрочных активов будет служить более точной информационно ориентированной базой для организации их учёта, что позволит точнее оценить финансовое состояние организации в процессе проведения анализа хозяйственной деятельности.

Главная цель классификаций краткосрочных активов заключается в необходимости управления ими. В результате эффективного управления краткосрочными активами достигается максимальная прибыль вложенного капитала, при обеспечении устойчивой платежеспособности предприятия.

В настоящее время существует довольно большое количество методик и подходов, нацеленных на повышение эффективности управления краткосрочными активами предприятий, представленные в таблице 3.

Таблица 3. – Методики анализа краткосрочных активов предприятия

Автор	Этапы анализа краткосрочных активов
Бланк И.А., [9, с. 446]	1. Проведение анализа динамики состава и структуры краткосрочных активов; 2. Формирование необходимого объема краткосрочных активов; 3. Формирование показателей эффективности их использования; 4. Рационализация и оптимизации структуры источников финансирования.
Крылов С.И., [10, с. 2]	1. Анализ объема, состава, структуры и динамики оборотных активов; 2. Анализ абсолютных и относительных показателей текущих активов; 3. Расчет и анализ общих и частных показателей оборачиваемости; 4. Изучение эффективности использования оборотных активов.
Турманидзе Т.У., [7, с. 72]	1. Анализ изменения состава и структуры оборотных средств; 2. Группировка оборотных средств по основным признакам; 3. Определение источников формирования оборотных активов; 4. Определение показателей эффективности использования оборотных средств.

Обобщая некоторые основные рассмотренные методики, которые представлены в таблице 3, можно сделать вывод, что в целях эффективного процесса управления краткосрочными активами необходимо синтезировать все имеющиеся методические подходы, которые должны взаимно до-

полнять друг друга, обеспечивая при этом не только комплексный, последовательный, но и гибкий механизм формирования и оптимизации объема краткосрочных активов.

Таким образом, точное понимание сущности краткосрочных активов является очень важным практическим аспектом, поскольку верное восприятие экономической терминологии, упрощает работу каждого предприятия и позволяет не только рационально потреблять имеющиеся финансовые ресурсы, но и строить правильные экономические прогнозы относительно целесообразности использования и управления краткосрочными активами предприятия.

Список использованных источников

1. Ведяшова А.В., Ключева Е.Ю., Черкасова О.В. Финансовый менеджмент: учебник. – Саранск: ИП Афанасьев В.С., 2020. – 34 с.
2. Видяпин В.И. Бухгалтерский учет: Хрестоматия. – СПб.: Питер, 2017. – 52 с.
3. Гурбаева Л.Ф., Аксенова Е.С. Сущность, назначение оборотных средств предприятия и проблемы источников их формирования // Вопросы науки и образования. – 2021. – № 9 (134). – 4-12 с.
4. Йорг Бетге. Балансоведение / Пер. с нем.; науч. ред. В.Д. Новодворский; вступление А.С. Бакаева; прим. В.А. Верховая – М.: Издательство «Бухгалтерский учет», 2015. – 17 с.
5. Куттер М.И. Теория бухгалтерского учета. – М., 2018. – 8 с.
6. Мартянов Д.В., Рущицкая О.А. Финансовая устойчивость предприятия // Молодежь и наука. – 2021. – № 7. – 15-19 с.
7. Платонова И.В. Экономический анализ: учебник / Платонова И.В. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2014. – 72 с.
8. Сетин С.В. Теоретические аспекты оборотных средств предприятия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 10-2 (49). – 161-163 с.
9. Энциклопедия финансового менеджера : [в 4 т.] / И. А. Бланк. Т. 2 : Управление активами и капиталом предприятия – 2008. - 446 с.
10. Юрсупова, Т.А. Финансовый анализ: учебник / Юрсупова, Т.А.. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 289 с. 2.

УДК 657

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РАСЧЕТОВ ПО ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЕ КАК ОБЪЕКТА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

А.Г. Татаревич, 2 курс

Научный руководитель – **И.П. Якубова**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Учет расчетов с персоналом по оплате труда занимает одну из важных ролей в системе бухгалтерского учета любой организации.

Самые важные задачи учета труда и его оплаты это: правильность начисления сумм оплаты труда и соблюдение сроков их уплаты. Для этого обязательно вести точный учет личного состава работников, соблюдать установленный порядок удержаний из заработной платы, правильно определять налогооблагаемую базу, и относить начисленную оплату труда на счета затрат производства.

Раздел расчетов с персоналом по оплате труда является одним из важнейших участков бухгалтерского учета, который обеспечивает наблюдение и систематизацию информации о затратах труда на производство и оплату труда каждому работнику.

С позиции правового аспекта термин «оплата труда» шире, и его целевое назначение направлено на организацию оплаты труда, регламентацию ее отдельных элементов и всей системы правовых средств в этой сфере. Тогда как понятие «заработная плата» направлено на право отдельного работника получать денежное вознаграждение, то есть заработная плата является элементом оплаты труда. В экономической литературе отсутствует единый подход к определению понятия «оплата труда» и «заработная плата».

Рассмотрим сущность категории понятий «оплата труда» и «заработная плата».

Таблица 1. – Сущность категорий «оплата труда» и «зарботная плата»

Автор	Сущность категории
Трудовой кодекс Республики Беларусь Статья 57. [1].	Зарботная плата - вознаграждение за труд, которое наниматель должен выплатить работнику.
Трудовой кодекс Республики Беларусь Статья 61. [1].	Оплата труда работников – определение размеров, структуры, условий и порядка выплаты зарботной платы работникам за исполнение ими трудовых обязанностей в соответствии с настоящим Кодексом, иными нормативными правовыми актами, коллективным договором, соглашением, иными локальными правовыми актами и трудовым договором.
В. Г. Гавриленко, П. Г. Никитенко, Н. И. Ядевич [2, с. 709].	Оплата труда – вознаграждение в денежной или натуральной форме, которое должно быть выплачено работодателем наемному работнику за работу, без вычета налогов и других удержаний.
П.Г. Пономаренко, Е.П. Пономаренко, [4,с. 224].	Зарботная плата – это вознаграждение за труд, которое наниматель обязан выплатить работнику за выполненную работу в зависимости от её сложности, количества, качества, условий труда и квалификации работника, за фактически отработанное время, а также за периоды, не включаемые в рабочее время.

Таким образом, можно сделать вывод, что все выше рассмотренные определения зарботной платы отражают различные аспекты этой экономической категории, взаимодополняя друг друга, и различаются между собой по степени конкретизации и направленности. По мнению автора, «зарботная плата» – это мера, выраженная в денежных единицах, которая одновременно является мерой стоимости рабочей силы и мерой результативности труда, то есть она должна быть направлена на вознаграждение работников за выполненную работу и на мотивацию достижения желаемого уровня производительности.

Перед учетом расчетов по зарботной плате стоят следующие задачи:

- учет личного состава работников и использования ими рабочего времени;
- правильное начисление сумм оплаты труда и удержаний из причитающихся работникам сумм и перечисление их по назначению;
- контроль и учет расчетов с бюджетом;
- своевременное и правильное осуществление всех расчетов с персоналом организации по оплате труда;
- точное начисление зарботной платы каждому работающему в соответствии с количеством и качеством затраченного им труда;
- правильное распределение начисленной зарботной платы, т.е. отнесение ее на объекты затрат в соответствии с местом и характером работы;
- составление статистической отчетности по труду и зарботной плате.

Целью бухгалтерского учета труда и расчетов по его оплате является получение информации, необходимой для контроля за численностью работников, использования рабочего времени, производительности труда, расходов на оплату труда, обеспечения правильного исчисления и своевременной выплаты зарботной платы работникам и налоговых платежей с суммы зарботной платы. Он должен обеспечивать оперативный контроль за количеством и качеством труда, за использованием средств, включаемых в расходы организации. За каждым расчетом необходимо подразумевать работника, для которого зарботная плата является основным источником дохода, а для организации - это суммы расходов, прямо влияющих на финансовый результат ее деятельности.

В ходе исследования состояния бухгалтерского учета расчетов по зарботной плате на предприятии А, нами сформулированы рекомендации по дополнению состава расчетов по зарботной плате. Они представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Предлагаемая классификация расчетов по заработной плате

Классификационный признак	Классификационная группа
Расчеты начислений по заработной плате	- зарплата по тарифным ставкам и окладам; - оплата труда лиц, принятых на работу по совместительству; - оплата труда работников несписочного состава.
Расчеты оплаты во время отпуска	- ежегодный (основной) оплачиваемый отпуск; - ежегодный дополнительный оплачиваемый отпуск; - социальные отпуска.
Расчеты пособий по временной нетрудоспособности	- пособия по временной нетрудоспособности; - пособие по беременности и родам; - пособие семьям, воспитывающим детей.
Расчеты по личному и имущественному страхованию	- доплаты до среднемесячного заработка при временном переводе на более легкую нижеоплачиваемую работу в связи с повреждением здоровья вследствие несчастного случая; - начисленные в связи со страховым случаем и производимые за счет средств обязательного страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.
Расчеты премий, доплат	носящие систематический характер выплаты: - стимулирующего характера (надбавки, доплаты, премии); - компенсационные выплаты.

Таким образом, предложенные рекомендации по совершенствованию учета оплаты труда и расчетов с персоналом на предприятии А позволит вести более качественный учет, обеспечит оперативность и своевременность получения информации о состоянии расчетов по заработной плате и, следовательно, повысят эффективность и качество труда специалистов бухгалтерии и организации в целом.

Список использованных источников

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. № 296-З. // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2023.
2. Экономика. Большой энциклопедический словарь. Том II. З – О. Серия: «Библиотека высшего управленческого персонала» / В.Г. Гавриленко, П.Г. Никитенко, Н.И. Ядевич – Мн.: ИООО «Право и экономика», 2002. – 770с.
3. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/nominalnaya-zarabotnaya-plata>.
4. Пономаренко, П. Г. Бухгалтерский учет и аудит: учебное пособие / П.Г. Пономаренко, Е.П. Пономаренко. – Минск: Вышэйшая школа, 2021. – 487 с.
5. Федотов, М. С. Понятие и функции оплаты труда / М. С. Федотов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 20 (310). – С. 456-460.

УДК 657

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В.В. Толочко, 2 курс

Научный руководитель – И.П. Якубова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Цифровая экономика постепенно внедряется во все обыденные сферы жизнедеятельности современного человека. В том числе, цифровая экономика не обошла стороной и бухгалтерский учет. Ведение бухгалтерского учета является неотъемлемой составляющей любой хозяйственной деятельности, а значит от эффективности работы бухгалтерского обеспечения во многом зависят и показатели эффективности всего предприятия в целом. Развитие цифровой экономики требует со-

вершенствования современных информационно-телекоммуникационных технологий, что предоставляет новые возможности для ведения бухгалтерского учета.

Бухгалтерский учет играет ключевую роль в рамках цифровой экономики. Он позволяет контролировать и управлять финансовыми ресурсами компании, увеличивать эффективность и прозрачность бизнес-процессов.

Согласно определению Европейского Сообщества «цифровая экономика», есть результат трансформационных эффектов новых технологий общего назначения в области информации и коммуникации. Под цифровизацией же понимают повсеместное внедрение цифровых технологий в разные сферы жизни, включая экономику, образование, здравоохранение, государственные услуги, культуру и многие другие [1, с.8].

В связи с развитием цифровой экономики в бухгалтерском учете появляются такие понятия как «цифровой бухгалтерский учет» и «цифровизация бухгалтерского учёта».

Цифровой бухгалтерский учет представляет собой систему регистрации, накопления, систематизации, хранения и передачи информации в электронном виде об объектах цифровой экономики, как на национальном, так и международном уровнях [2, с.250].

Цифровизация бухгалтерского учёта – подход к использованию цифровых ресурсов в работе организации, переопределение технологий и бизнес процессов для усовершенствования рабочей среды сотрудников, взаимодействия с заказчиками и другими участниками деятельности современного предприятия [3].

Говоря простыми словами «Цифровой бухгалтерский учет» – это новая форма бухгалтерского учета, тогда как «цифровизация бухгалтерского учета» – это процесс внедрения изменений в бухгалтерский учет.

В нашей стране цифровая экономика развивается в соответствии с Государственной программой «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 гг. Согласно ей, в Беларуси должна осуществиться цифровая трансформация процессов управления предприятиями и производством, а также создание единых цифровых решений (государственных цифровых платформ) для продвижения отечественной продукции на мировой рынок. Данная программа говорит о стремлении белорусского правительства в повышении эффективности работ и улучшения конкурентоспособности предприятий [4].

Современные технологии позволяют значительно улучшить процесс сбора, обработки и хранения информации, а также создать условия для доступности и оперативности информации для пользователей.

Цифровизация бухгалтерского учета возможна при условии внедрения новых концепций обработки и передачи информации основные из которых представлены в таблице.

Ключевые преимущества использования автоматизированных систем бухгалтерского учета в условиях цифровизации:

1. Более быстрый, точный и эффективный учет финансовых данных, что уменьшает вероятность ошибок и повышает уровень надежности информации.
2. Упрощение бухгалтерских процессов, что позволяет сэкономить время на обработку информации и повысить эффективность труда бухгалтеров.
3. Возможность оперативного получения информации, что позволяет принимать более точные и своевременные решения по ведению бизнеса.
4. Улучшение контроля за финансовыми операциями и упрощение процесса отчетности перед налоговыми органами.
5. Лучшая доступность и удобство использования учетных данных благодаря использованию облачных бухгалтерских систем и программ.

С другой стороны, цифровой учет требует существенных затрат на приобретение и внедрение соответствующих технологий и обучение кадров. Электронная форма хранения бухгалтерских данных ставит их под риск потери ввиду технических сбоев и неисправностей оборудования. При этом компьютерные системы более уязвимы для доступа к данным, поэтому гораздо проще может происходить хищение коммерческой информации предприятия, злоумышленники могут выкрасть данные с помощью вредоносных программ. Кроме того, компьютерные системы более открыты. Поэтому важно внедрять системы контроля и защиты в каждую информационную систему, чтобы обеспечить безопасность данных от несанкционированного доступа.

Таблица – Цифровые технологии в бухгалтерском учете, их основная характеристика

Цифровые технологии	Основные преимущества
Программное обеспечение	Основным примером является программа «1С Бухгалтерия». Она позволяет автоматизировать учет и налоговую отчетность, контролировать финансовые потоки, создавать отчетность и анализировать финансовые показатели. 1С также имеет модуль анализа финансовых показателей, который позволяет создавать отчеты по финансовым и экономическим показателям, строить графики и диаграммы.
Облачное хранение данных	Метод хранения информации на удаленных серверах, которые можно получить через Интернет. В отличие от хранения данных на локальных носителях (например, на жестком диске компьютера), облачное хранение позволяет обмениваться информацией между различными устройствами без необходимости переносить файлы.
Электронная отчетность	Процесс сдачи налоговых отчетов и документов с использованием электронных средств связи, таких как Интернет и электронная почта. Это означает, что компании и предприниматели могут заполнять, подписывать и отправлять налоговые формы и отчеты в электронном виде вместо традиционной бумажной формы.
Виртуальные помощники и искусственный интеллект (ИИ)	Способны обрабатывать большие объемы данных, выполнять аналитические задачи, такие как поиск особых тенденций и аномалий в бухгалтерской отчетности. ИИ может автоматически считывать данные из документов и распределять их по соответствующим счетам, а также помогать бухгалтерам находить ошибки в учете и рекомендовать способы их исправления.
Блокчейн	Цифровая бухгалтерская книга, созданная для записи транзакций, проводимых различными сторонами в сети. Все участники, использующие общую базу данных, являются «узлами», соединенными с блокчейном, каждый из которых поддерживает идентичную копию книги. Каждая запись в блокчейне — это транзакция, которая представляет собой обмен ценностями между участниками.

Источник: собственная разработка на основе [4]

Таким образом, можно сделать вывод, что современные тенденции требуют использования цифровых технологий во всех отраслях экономики. Сфера бухгалтерского учета больше всего нуждается в инновациях. Цифровизация бухгалтерского учета – одна из важнейших задач предприятия, обеспечивающая более качественный процесс ведения учета в современных условиях. Внедрение этой технологии имеет больше преимуществ, чем недостатков, в связи с чем, она получает такую огромную распространенность. При автоматизации бухгалтерского учета предприятию предоставляется возможность выбора любой из доступных на рынке бухгалтерских программ, исходя из масштаба, задач и имеющихся ресурсов. Важно, чтобы цифровизация повысила эффективность работы бухгалтерии и позволила усилить контроль над финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, что в свою очередь приведет к увеличению эффективности управления предприятием, улучшению его работы.

Список использованных источников

1. Бухгалтерский учет в XXI веке: монография / Вейнер И.Н.[и др.]; под ред. Ю.Н. Гузова. В.В. Ковалева, О.Л. Маргания. — СПб.: Скифия-принт, 2021. – 250 с.
2. Пожарицкая, И.М. Цифровой учёт: миф или реальность? – 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37105356>. – Дата доступа: 28.03.2023.
3. Варламова Д.В., Алексеева Л.Д. Вопросы внедрения цифровых технологий в систему бухгалтерского учета // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 5-2. – С. 248-254.
4. О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 февр. 2021 г., № 66 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100066&p1=1>. – Дата доступа: 28.03.2023.

УЧЁТ РАСЧЁТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

М.С. Шаповал, 2 курс

Научный руководитель – И.П. Якубова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В рыночных условиях особую насущность обретают вопросы четкой организации денежных расчетов, поскольку денежная стадия кругооборота капитала играет большую роль в деятельности экономических субъектов.

Немаловажное значение для преуспевания организаций имеет своевременность денежных расчетов, тщательно поставленный учет кредитных и расчетных операций.

Актуальность выбранной темы исследования состоит в том, что в настоящее время огромное внимание акцентируется на расчеты с поставщиками и покупателями. Это обусловлено тем, что непрерывно совершающийся цикл хозяйственных средств вызывает непрерывное возобновление многообразных расчётов. Однако остро встает проблема неплатежей между предприятиями при заключении между ними сделок, связанных с поставкой продукции, датой отгрузки продукции и датой ее оплаты. Практически любая организация заинтересована в продаже товаров с немедленной оплатой, но требования конкуренции вынуждают ее соглашаться на отсрочку платежа, предоставляемую покупателям, в результате чего появляется дебиторская задолженность. Другой причиной образования дебиторской задолженности становятся авансовые платежи самой организации, которые необходимы для выполнения условий договоров с поставщиками, налоговые авансовые платежи и т.п.

В таблице 1 представлены данные о состоянии дебиторской задолженности в Республике Беларусь по информации Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Таблица 1. – Состояние дебиторской задолженности по всем видам экономической деятельности в Республике Беларусь в период 2016-2022 гг., в бел. руб.

2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
29 943 493	33 481 720	38 334 618	41 353 981	50 140 075	55 719 348	61 191 680

Примечание: Источник: — составлено по [7]

Анализируя данные таблицы 1 можно отметить, что происходит постоянное увеличение дебиторской задолженности предприятий Республики Беларусь за 2016-2022 гг.

Отметим, что важной частью дебиторской задолженности являются расчёты с поставщиками и подрядчиками.

Проанализировав подходы авторов к определению сущности категории «поставщик», считаем, что наиболее полно и точно определение формирует Гражданский Кодекс Республики Беларусь. Данный источник указывает на права и обязанности поставщиков. Но автор Н. С. Стражева наиболее полно отразила объекты, предоставлением которых занимается поставщик.

Для детального рассмотрения учёта расчетов с поставщиками и подрядчиками в Республике Беларусь и предложения способов улучшения данной системы, проведём сравнение с учётом расчётов с поставщиками и подрядчиками в Российской Федерации и Республике Казахстан.

Отметим, что метод учёта расчётов в сравниваемых странах практически ничем не отличается. Поэтому, считаем, рабочий план счетов Республики Беларусь не требующим каких-либо серьезных изменений.

Вместе с тем изучив действующую организацию и методику учета расчетов с поставщиками предприятия А, считаем необходимым дополнить методику аналитического учета.

Таблица 2. – Подходы авторов к сущности категорий «поставщик» и «дебиторская задолженность»

Автор	Сущность категории
ст. 476 Гражданского Кодекса Республики Беларусь [1]	Поставщик - продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования их в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.
Большой бухгалтерский словарь [2]	Поставщик - фирма, осуществляющая поставку товаров.
Н. С. Стражева [3, с. 413]	Поставщик – предприятие, поставляющее данному предприятию товарно-материальные ценности, электроэнергию, газ, пар, воду и т.д.
Бухгалтерский финансовый учёт в АПК [4, с. 75]	Поставщик – организация, отгружающая свою продукцию покупателям.
Безруких П.С. [5, с. 148]	Дебиторская задолженность – входящие в состав активов организации ее имущественные требования к другим юридическим и физическим лицам, являющимся ее должниками.
Пятов М.Л. [6, с. 99]	Дебиторская задолженность – отраженные на счетах расчетов обязательства перед предприятием сторонних лиц – покупателей, работников, займополучателей, бюджета.

Таблица 3. – Сравнительная характеристика планов бухгалтерских счетов в Республике Беларусь, Российской Федерации и Республике Казахстан по учёту расчётов с поставщиками и подрядчиками.

Республика Беларусь	Российская Федерация	Республика Казахстан
Учёт расчётов с поставщиками и подрядчиками отражается на счёте 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками».	Для учета расчетов с поставщиками и подрядчиками используется счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». В рамках 60 счета выделяют несколько субсчетов.	Для учета расчетов с поставщиками и подрядчиками предусмотрен счет 3310 «Краткосрочная задолженность поставщиками и подрядчиками».

Предприятия Республики Беларусь представляют статистическую отчётность 12 (ф) «О состоянии расчётов», где необходима информация в разрезе задолженности другим странам. В связи с этим, считаем необходимым, организовать управленческий учёт расчетов, через сегментарный учёт по географическому признаку, т.е. дополнить рабочий план счетов по счёту 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками» следующими субсчетами:

- 60.1 «Расчёты с Российской Федерацией»
- 60.2 «Расчёты с Германией»
- 60.3 «Расчёты с КНР»
- 60.4 «Расчёты с Республикой Казахстан»

Предложенное мероприятие позволит предприятию А, которое ведет внешнеэкономическую деятельность, вести чёткий и понятный учёт задолженностей и своевременно и достоверно формировать статистическую отчётность 12 (ф) о состоянии расчётов.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 17.12.1998 г. № 218-з // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kodeks.by/grazhdanskij-kodeks-r>
2. Большой бухгалтерский словарь. – М.: Институт новой экономики. Под редакцией А.Н. Азрилияна. 1999.
3. Бухгалтерский учёт: Учеб.-методич. Пособие / Н. С. Стражева, А. В. Стражев. – 11-е изд., перераб. И доп. – Мн.: Книжный Дом, 2005. – 608 с.
4. Бухгалтерский финансовый учёт в АПК : учеб.пособие / П. Я. Папковская [и др.] ; под ред. П. Я. Папковской. – Минск : БГЭУ, 2022. – 505 с.

5. Безруких П.С. Бухгалтерский учет: учебник. 4-е изд. М.: Бухгалтерский учет, 2003. – 719 с.
 6. Пятов М.Л. Управление обязательствами организации. М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.
 7. Национальный статистический комитет Республики Беларусь – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>

УДК 657

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ

М.Э. Шибун, 2 курс

Научный руководитель – И.П. Якубова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Краткосрочные активы – одна из составляющих имущества организации. Их часто называют оборотными средствами. К краткосрочным активам относятся финансовые активы, имеющие срок обращения, не превышающий 12 месяцев после отчетной даты.

Краткосрочные материальные активы состоят из производственных запасов, незавершенного производства, полуфабрикатов собственного изготовления, готовой продукции и покупных товаров.

Производственные запасы определяются как краткосрочные материальные активы (сырье, материалы, топливо, инвентарь), предназначенные для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг. [1, с.218]

Порядок формирования в бухгалтерском учете информации о запасах в коммерческих организациях регулируется Национальным стандартом по бухгалтерскому учету и отчетности «Запасы», утвержденным постановлением Министерства Финансов Республики Беларусь от 28.12.2022 № 64.

В соответствии с НСБУ № 64 «запасы – активы, от использования (реализации) которых организация предполагает получение экономических выгод в течение периода не более 12 месяцев или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев, а также специальная (защитная), форменная и фирменная одежда и обувь» [2].

Необходимость организации бухгалтерского учета материально-производственных запасов обосновывается их значимостью при формировании себестоимости производства продукции. Структура затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) в организациях промышленности Республики Беларусь представлена в таблице.

Таблица – Структура затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) в организациях промышленности (в фактически действовавших ценах; в процентах к итогу)

	2017	2018	2019	2020	2021
Затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг) в том числе:	100	100	100	100	100
материальные затраты	76,2	77,2	75,4	74,7	77,3
затраты на оплату труда	10,8	10,5	10,9	11,8	10,3
отчисления на социальные нужды	3,7	3,6	3,7	4,0	3,5
амортизация основных средств и нематериальных активов	5,2	4,9	6,1	5,6	5,4
прочие затраты	4,1	3,8	3,9	3,9	3,5

Источник: [4]

Анализируя представленные в таблице данные, мы можем сделать вывод, что наибольший удельный вес в затратах на производство продукции занимают материальные затраты, включая материально-производственные запасы.

Для эффективности использования материальных ресурсов важен серьезный подход к выбору методов учета. Методология бухгалтерского учета материалов предполагает выбор одного из нескольких методов их учета и оценки, который закрепляется в учетной политике предприятия. Для выбора метода анализируется расходование материальных ресурсов, на основании чего предприя-

тием выбирается такой метод учета на складе, который бы обеспечивал своевременный и точный количественный учет на складе, контроль над корректным документированием операций по их движению, а также соответствие остатков по данным складского учета с остатками по данным бухгалтерского учета.

Организации в праве самостоятельно выбрать способ классификации материальных ресурсов, который бы полностью систематизировал различные материалы, находящиеся на складах, а также контролировал правильность ведения бухгалтерского учета и четкое распределение отклонений в стоимости материальных ценностей по направлениям затрат.

Предпосылками верной организации учета МПЗ являются: рационально ведущееся складское хозяйство; разработка номенклатуры; наличие инструкции по учету материалов; правильная их группировка (классификация), нормирование расходования.

Глубокое применение автоматизированного учета в процессе оформления первичных документов может стать одним из эффективных путей его усовершенствования. Он позволит: упорядочить документацию и внедрить типовые унифицированные формы; ускорить обработку информации о внутреннем перемещении материалов и сократить количество первичной учетной документации; минимизировать вероятность ошибок при перенесении информации из первичных документов в регистры бухгалтерского учета; ограничить число должностных лиц, имеющих право подписи документов на выдачу дорогостоящих материалов.

Таким образом, для повышения эффективности учета материально-производственных запасов следует:

1) Должным образом отражать хозяйственные операции по поступлению, выбытию, товарным потерям, усилить внутренний контроль над первичной документацией;

2) Отслеживать неправильно оформленные документы по поступлению, выбытию и материальным потерям;

3) Вовремя производить истребование недостающих документов при расчетах с поставщиками и подрядчиками, а также своевременно проводить расчеты с поставщиками по приобретенным товарно-материальным запасам, что приведет к погашению чрезмерной кредиторской задолженности;

Таким образом, необходимость учета материально-производственных запасов обусловлено тем, что этот оборотный актив присутствует в организациях различных организационно-правовых форм собственности. Именно материально-производственные запасы позволяют оптимизировать и улучшать деятельность организации в целом.

Список использованных источников

1. Пономаренко, П.Г. Бухгалтерский учет, анализ и аудит: учеб. пособие / П.Г. Пономаренко - Минск: «Вышэйшая школа», 2006. – 527с.

2. О бухгалтерском учете запасов [Электронный ресурс]: постановление Министерства Финансов Республики Беларусь, 28 дек. 2022 г., №64 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Дата доступа: 20.03.2023.

3. Левкович, О.А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О.А. Левкович, И.Н. – Изд. 9-е. – Минск: «Амалфея», 2016. - 609с.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/b96/pj4rqx1ai2cs190nqwjp9xjp3acglx4j.pdf> – Дата доступа: 02.03.2023.

УДК 35.073.52

АУТСОРСИНГ ОТЧЕТНОСТИ ПО МСФО

А.В. Шик, А.А. Макаревич, 3 курс

Научный руководитель – **М.И. Бухтик, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

В современных реалиях необходимым условием успешного функционирования организации на международном рынке является составление отчётности в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (далее – МСФО).

МСФО — это набор правил, которые определяют, как компаниям вести финансовый учет, какие хозяйственные операции в нем отражать и как составлять отчетность. В отличие от национальных стандартов бухучета, которые строго регламентируют способы ведения и оформления финансовой отчетности, в МСФО описаны лишь принципы ее составления [1].

Механизм трансформации бухгалтерской отчетности в соответствии с МСФО нужен для четкой работы организации на международной арене. В первую очередь, чтобы обеспечить доступ к внешним источникам кредитования. Сам процесс является по сути перегруппировкой учета и проведением корректировки статей согласно требованиям МСФО [2].

В Беларуси отчетность МСФО в 2023 году активно применяется преимущественно в финансовом секторе. Обязанность составления индивидуальной бухгалтерской отчетности по международным стандартам в соответствии с требованиями ст. 17 Закона Республики Беларусь от 12.07.2013 N 57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» предусмотрена для общественно значимых организаций: открытых акционерных обществ, являющихся учредителями унитарных предприятий и (или) основными хозяйственными обществами по отношению к дочерним хозяйственным обществам, банков и небанковских кредитно-финансовых организаций, страховых организаций, акционерных инвестиционных фондов, управляющих организаций инвестиционных фондов. Это объясняется тем, что их деятельность связана с привлечением средств неограниченного круга лиц, поэтому Минфин считает необходимым обеспечить доступность достоверной информации о финансовом состоянии этих юридических лиц.

С 2025 года согласно изменениям, внесенным Законом Республики Беларусь от 11.10.2022 № 210-З «Об изменении законов по вопросам бухгалтерского учета и отчетности» общественно значимыми организациями будут являться:

- банки, небанковские кредитно-финансовые организации, ОАО «Банк развития Республики Беларусь», головные организации банковских холдингов, не являющиеся банками,
- страховые организации,
- акционерные инвестиционные фонды,
- управляющие организации инвестиционных фондов,
- организации с участием государства, включенные в перечень, установленный Советом Министров Республики Беларусь,
- организации, ценные бумаги которых допущены к торгам в торговой системе организатора торговли ценными бумагами путем их включения в котировальный лист.

Требование по обязательному составлению и представлению в Национальный банк финансовой отчетности по международным стандартам всеми банками было установлено в 2008 году. Согласно проекту Закона "Об изменении законов по вопросам банковской деятельности", который был принят в первом чтении 15.03.2023 года, белорусские банки перейдут к применению международных стандартов финансовой отчетности в качестве первоочередных и единственных стандартов при ведении бухгалтерского учета и формировании отчетности. То есть, законопроектом предусматривается, что Национальный банк и банки с 1 января 2025 года будут составлять не два пакета финансовой отчетности, как сейчас (в соответствии с национальным законодательством и международными стандартами финансовой отчетности), а только один – в соответствии с международными стандартами [4].

Перед руководством организаций, осуществляющих учет по МСФО, встает вопрос, принимать ли специалистов в штат компании или прибегнуть к аутсорсингу. Аутсорсинг – это передача некоторых функций или бизнес-процессов сторонним организациям, профессионально специализирующимся на оказании таких услуг. Компании, практикующие составление отчетности по МСФО, постоянно озадачены оптимизацией данного процесса и периодически пробуют разные варианты – полностью поручают работу независимым консультантам либо формируют отчетность своими силами или же совмещают работу своих и внешних специалистов [3].

В таблице рассмотрим преимущества и недостатки аутсорсинга составления отчетности по МСФО.

Таблица – Преимущества и недостатки аутсорсинга составления отчетности по МСФО.

Преимущества	Недостатки
<i>Снижение трудозатрат компании</i> (у компании-аутсорсера в процессе работы на рынке сформировалась своя методологическая база, она отслеживает изменения в законодательстве, а сотрудники постоянно проходят повышение квалификации)	<i>Относительно высокая стоимость при регулярной подготовке отчетности</i> (при необходимости регулярной (ежемесячной, ежеквартальной) подготовки отчетности по МСФО стоимость услуг аутсорсеров обойдется компании дороже, чем оплата труда собственных специалистов)
<i>Относительно низкая стоимость</i> (благодаря аутсорсингу, компания экономит на оплате труда собственных штатных специалистов, на повышении квалификации, обучении специалистов по МСФО)	<i>Отсутствие оперативности, увеличение сроков подготовки отчетности</i> (подготовка данных для отчетности, сбор информации, согласование ее руководством, собственниками требуют определенного времени, что нередко приводит к затягиванию процесса подготовки отчетности и продлению сроков выполнения работ)
<i>Гарантия выполнения работы в установленный срок</i> (штатный сотрудник может заболеть, уволиться в самый неожиданный момент, а если он единственный специалист по МСФО в компании – подменить его будет некем, что повлечет за собой возможность срыва подготовки отчетности. Если же составление отчетности поручено специализированной организации, то она должна быть готова в сроки, установленные договором, и болезнь одного или нескольких сотрудников специализированной организации никоим образом не должна повлиять на сроки сдачи работ по договору)	<i>Необходимость в администрировании процесса подготовки отчетности</i> (на период подготовки отчетности из лиц руководящего состава необходимо определить человека, отвечающего за взаимодействие с внешними специалистами, за точность и своевременность подготовки для них информации, контроль над сроками выполнения работ)
<i>Возможность привлечения экспертов</i> (зачастую при подготовке отчетности по МСФО необходимы специалисты-эксперты, например оценщики или актуарии)	<i>Необходимость понимать специфику деятельности компании</i> (если информация о существенных для МСФО событиях в деятельности компании будет донесена до внешних специалистов некорректно либо не будет донесена совсем, то отчетность получится недостоверной и не будет отражать реального положения компания)
<i>Независимость и объективность</i> (аутсорсеры при составлении отчетности независимы и объективны в своих суждениях, на их точку зрения не влияет мнение руководства клиента)	<i>Риск утечки информации</i> (во избежание рисков утечки информации в договоре аутсорсинга рекомендуется прописывать гарантии соблюдения конфиденциальности информации, оговаривать ответственность за предоставленную работу)

Примечание – составлено автором на основе [3]

Таким образом, при выборе – аутсорсинг или собственные силы – необходимо исходить из периодичности и целей подготовки отчетности по МСФО, организационной структуры компании, отрасли, величине и сложности бизнеса.

Аутсорсинг имеет как положительные, так и отрицательные стороны. В случае надлежащей организации контроля над рисками, их можно нейтрализовать, тогда процесс подготовки отчетности по МСФО окажется успешным.

Список использованных источников

1. Что такое МСФО? [Электронный ресурс] / Финансовая Академия «Актив». – Режим доступа: <https://finacademy.net/materials/article/chto-takoe-msfo/>. – Дата доступа: 26.03.2023.
2. МСФО в Беларуси [Электронный ресурс] / Система верных отношений. – Режим доступа: <https://svoiconsult.by/buhgalterski-outsourcing/msfo/>. – Дата доступа: 26.03.2023.
3. Аутсорсинг отчетности по МСФО: плюсы и минусы [Электронный ресурс] / МСФО на практике. – Режим доступа: <https://msfo-practice.ru/356445>. – Дата доступа: 26.03.2023.
4. Белорусские банки перейдут к применению только международных стандартов финансовой отчетности [Электронный ресурс] / БЕЛТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/beloruskie-banki->

УДК 657

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, СОДЕРЖАНИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Я.С. Щур, 2 курс

Научный руководитель – И.П. Якубова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Развитие предпринимательства сопровождается возрастанием роли бухгалтерской информации в сферах управления, контроля и анализа предпринимательской деятельности.

Целью предпринимательской деятельности является обеспечение общественных потребностей и извлечение дохода. В производственной организации данная цель реализуется в производственно-хозяйственном процессе. Элементами хозяйственного процесса, непосредственно связанными с результативностью деятельности организации, являются доходы и расходы.

Бухгалтерский учет доходов и расходов ведется в соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь №102 от 30 сентября 2011 г. (с изменениями и дополнениями), которая определяет правила организации и ведения бухгалтерского учета доходов и расходов в организациях. В ней даны определения доходов и расходов, их состав, оценка и счета, на которых они учитываются, а также период признания и раскрытия информации о доходах и расходах в бухгалтерской отчетности [4, с. 360].

Актуальность данной темы обуславливается тем, что доходы и расходы являются основными показателями оценки финансового состояния организации, основными факторами, влияющими на достоверность отражения учета и отчетности финансовых результатов, а также характеризуют экономическую эффективность деятельности организации. Однако, в экономической литературе существуют различные подходы к определению сущности вышеуказанных понятий, отдельные из которых представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Сущность категорий «доходы» и «расходы».

Автор	Сущность категории
1	2
Закон Республики Беларусь — «О бухгалтерском учете и отчетности» №57-3 [1]	Доходы - увеличение экономических выгод в течение отчетного периода путем увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации, не связанному с вкладами собственника ее имущества (учредителей, участников). Расходы - уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода путем уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества, распределением между учредителями (участниками).
Налоговый Кодекс Республики Беларусь [2]	Доходом признается экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить, и определяемая применительно к конкретному налогу, сбору (пошлине). Расходы представляют собой стоимостную оценку использованных в процессе производства и реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав, природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, основных средств, нематериальных активов, трудовых ресурсов и иных расходов на их производство и реализацию.

Окончание таблицы 1

1	2
Пономаренко П.Г. [3, с. 369]	Доходы – притоки экономических ресурсов (денег или их эквивалентов) в организацию, приводящие к росту её собственного капитала. Расходы – отток ресурсов, обуславливающий уменьшение собственного капитала.
Папковская П.Я. [4, с. 360]	Доходы представляют собой увеличение экономических выгод в течение отчетного периода путем увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации. Расходы представляют собой уменьшение экономических выгод в результате уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации.
Васюченко Л.П. [5, с. 5]	Расходы – это часть затрат, понесенных предприятием в связи с получением дохода. Доход – увеличение экономических выгод в течение отчетного периода путем увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации, не связанному с вкладами собственника ее имущества.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе анализа литературных источников

Таким образом, проанализировав мнения различных авторов относительно сущности категорий «доходы» и «расходы» можно сделать вывод: категории тракуются авторами практически одинаково, что говорит об однозначности определения понятий. Наиболее полную и точную формулировку дает Закон Республики Беларусь — «О бухгалтерском учете и отчетности» №57-З.

В современных условиях хозяйствования особое место занимают вопросы достоверной классификации доходов и расходов, которые получают экономические субъекты. Законодательством Республики Беларусь определено, что классификация доходов и расходов определяется в зависимости от вида учета: бухгалтерского либо налогового, а также в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации. Классификация доходов и расходов в целях бухгалтерского и налогового учета представлена в таблице 2.

Таблица 2. – Классификация доходов и расходов в целях бухгалтерского и налогового учета.

Квалификационный признак	Доходы	Расходы
В целях бухгалтерского учета		
В зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации	1. Доходы по текущей деятельности	1. Расходы по текущей деятельности
	2. Доходы по инвестиционной деятельности	2. Расходы по инвестиционной деятельности
	3. Доходы по финансовой деятельности	3. Расходы по финансовой деятельности
В целях налогового учета		
В зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации	1. Доходы от реализации товаров, работ (услуг),	1. Затраты, учитываемые при налогообложении
	2. Доходы от реализации иных активов	2. Затраты, не учитываемые при налогообложении
	3. Внереализационные доходы	3. Внереализационные расходы

Примечание – Источник: собственная разработка на основе анализа литературных источников

Таким образом, организация должна вести две системы учета:

1. Систему бухгалтерского учета, в соответствии с Законом Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности»;
2. Систему налогового учета, в соответствии с 16 главой Налогового кодекса Республики Беларусь.

Это происходит от того, что в двух системах учета применяются различные группировки расходов и доходов.

Список использованных источников

1. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013г. № 57-3 (в ред. Закона Республики Беларусь от 17.07.2017 №52-3) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Минск, 2023.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (общая часть) от 19 декабря 2002 г. № 166-3 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0200166> – Дата доступа: 14.03.2023.
3. Пономаренко П.Г. Бухгалтерский учет и аудит: учебное пособие / П.Г. Пономаренко, Е.П. Пономаренко – Минск: Вышэйшая школа, 2021. – 487 с.
4. Бухгалтерский финансовый учет в АПК: учеб. Пособие / П.Я. Папковская [и др.]; под ред. П.Я. Папковской. – Минск: БГЭУ, 2022. – 505 с.
5. Васюченок, Л. П. Экономика организации (предприятия) : пособие для студентов специальности 1-27 01 01 «Экономика и организация производства» / Л. П. Васюченок, Е. И. Бахматова. – Минск : БНТУ, 2020. – 85 с.

ФИНАНСЫ И ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 334

РОЛЬ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В ИНВЕСТИЦИИ КОМПАНИЙ

Анаэр Бахэтибиэкэ, 2 курс магистратуры
Научный руководитель – **В.В. Ковалев**, к.э.н., доктор
Санкт-Петербургский государственный университет

Неопределенность экономической политики в макроэкономических исследованиях относится к частоте изменений в долгосрочной денежно-кредитной, фискальной или торговой политике страны [1]. Когда правительство издает политику вмешательства в экономику для достижения определенной цели, руководители предприятий не могут точно предсказать направление политики, что оказывает неопределенное влияние на бизнес-решения, в том числе инвестиционные решения.

С одной стороны, неопределенность экономической политики увеличивает трудности для компании с точным прогнозированием будущей ситуацией инвестиций и будущих инвестиционных ожиданий, поэтому в случае высокой неопределенности экономической политики компания предпочитает сократить инвестиции. С другой стороны, при усилении неопределенности экономической политики, волатильность объема производства инвестиционных проектов и подразумеваемые риски проекта увеличиваются, и руководство стало более осторожным, что снижает готовность компании к инвестированию [2].

Теоретически влияние неопределенности экономической политики на инвестиции компаний происходит в основном по следующим двум каналам:

Во-первых, эффект реального опциона. Неопределенность экономической политики повышает ценность реальных опционов и делает инвестиции более осторожными. С точки зрения реальных опционов, инвестиционная возможность может рассматриваться как опцион, принадлежащий компании. Когда существуют корректировочные издержки, увеличение неопределенности может увеличить предельные издержки предприятия за счет увеличения стоимости опциона, тем самым препятствуя инвестициям предприятия [3].

Во-вторых, эффект финансовой премии. Неопределенность экономической политики повышает информационную асимметрию между двумя сторонами кредита, увеличивает стоимость агентства и стоимость средств, используемых для инвестиций, результат чего является снижением инвестиций компаний.

Согласно методу реального опциона, так и финансовой премии, неопределенность экономической политики оказывает негативное влияние на инвестиции, более того, эффект финансовой премии усиливает и продлевает влияние неопределенности экономической политики на инвестиции [4].

Список использованных источников

1. Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. / Ф. Найт. – Москва: Издательства «Дело», 2003. – 360 с.
2. Bloom, N., Bond, S., Van Reenen, J., 2007. Uncertainty and investment dynamics. *Review of Economic Studies* 74, 391–415.
3. Pindyck R. S., Investments of uncertain cost. *Journal of Financial Economics*, August 1993. 34(1): p 53-76.
4. Bernanke B., Gertler M. and Gilchrist S. The financial accelerator in a quantitative business cycle framework, *Handbook of Macroeconomics*, 1999, 11(1): p 41-93.

Д.В. Батурицкая, О.А. Белоус, 3 курс
Научный руководитель – Е.А. Вакулич, ассистент
Полесский государственный университет

На современном этапе экономического развития Республики Беларусь особо актуальными являются проблемы своевременного пополнения бюджета, его сбалансированности по доходам и расходам, сокращения дефицита и внешнего государственного долга, обеспечения финансирования потребностей общества, так как налоги — основной источник доходов государства.

Ключевое направление реализации национальной налоговой политики связано с совершенствованием структуры и механизмов взимания установленных налогов и сборов с ориентацией на максимальное приближение их по составу и переходности уплаты к налоговым системам развитых стран [1, с. 353-354].

Основные принципы налогообложения Республики Беларусь (статья 2 Налогового кодекса Республики Беларусь Общая часть).

1. *Принцип законности налогообложения.* Он означает, что ни на кого не может быть возложена обязанность уплачивать налоги, сборы (пошлины), не предусмотренные налоговым законодательством Республики Беларусь.

2. *Принцип обязательности налогообложения.* Каждое лицо обязано уплачивать законно установленные налоги, сборы (пошлины), по которым оно признается плательщиком.

3. *Принцип равенства налогообложения.* Согласно этому принципу налоги, сборы (пошлины) не могут иметь дискриминационный характер и устанавливаться исходя из расовых, национальных, религиозных критериев.

4. *Принцип презумпции добросовестности плательщика налогов, сборов (пошлин),* означающий что плательщик признается действующим добросовестно, пока этот факт не опровергнут контролирующие органы на основании документально подтвержденных сведений. Данный принцип учитывает нормы Декрета Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 №7 «О развитии предпринимательства».

5. *Принцип справедливости налогообложения,* означающий, что один и тот же объект налогообложения может облагаться одним и тем же налогом, сбором у одного плательщика только один раз за соответствующий налоговый период.

6. *Принцип стабильности налогового законодательства,* согласно которому налоги, сборы (пошлины), установленные НК РБ на очередной новый год, не подлежат изменению в течение этого финансового года.

7. *Принцип гласности налогового законодательства,* предусматривающий обязательное официальное опубликование, обсуждение нормативных правовых актов, регулирующих вопросы налогообложения.

8. *Принцип экономической обоснованности налогообложения.* Он предусматривает, во-первых, что налоги, сборы (пошлины) должны устанавливаться с учетом необходимости обеспечения сбалансированности расходов и доходов республиканского и местных бюджетов, а во-вторых, бъем налоговых доходов должен превышать затраты на их администрирование [2, с.8-9].

Функционирование налоговой системы по вышеизложенным принципам способствует повышению ее конкурентоспособности, стимулированию деловой активности, добровольного исполнения налоговых обязательств.

На 2023 год доходы консолидированного бюджета (свод доходов республиканского и местных бюджетов) прогнозируются в сумме 57,25 млрд. рублей. Удельный вес доходов к ВВП в 2023 году оценивается на уровне 24,2 %.

Рассмотрим на рисунке структуру доходов республиканского бюджета.

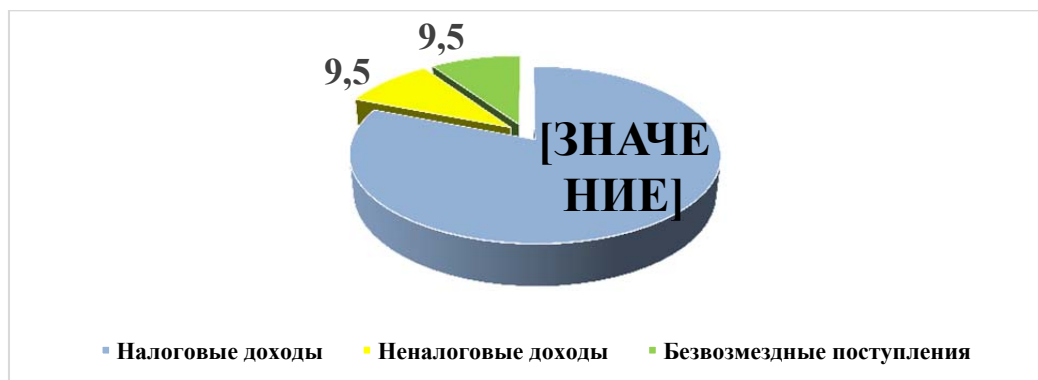


Рисунок – Структура доходов республиканского бюджета

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Проанализировав данные, можно сделать вывод, что основная доля доходов бюджета формируется за счет налоговых доходов.

Наибольшую долю в структуре доходов консолидированного бюджета занимают налог на добавленную стоимость (38,5%), подоходный налог (23,6%), налог на прибыль (13,3%) [3].

На современном этапе налоговая система Республики Беларусь характеризуется рядом недостатков:

- высокая доля централизации финансовых ресурсов в государственном бюджете;
- относительно высокая общая налоговая нагрузка на реальный сектор экономики;
- большое количество взимаемых налогов и льгот;
- неравномерная налоговая нагрузка по отраслям и секторам экономики;
- высокая дотационность бюджетов территорий и доля встречных потоков финансовых ресурсов между бюджетами [4, с. 209-210].

Можно сделать вывод, что налоговая политика оказывает огромное влияние на развитие страны в целом и является ключевым звеном во многих сферах деятельности государства. Она определяет уровень социальной защиты граждан, инвестиционные возможности страны, степень финансовой активности на международной арене, а также степень развития предпринимательской деятельности в республике. Благодаря политике государства, направленной на совершенствование налоговой системы, удастся сосредоточить финансовые ресурсы на приоритетных и общественно необходимых направлениях развития Республики Беларусь, что непременно приведет к стабилизации экономической ситуации.

Список использованных источников

1. Нехай, М. Ю. Особенности налоговой политики Республики Беларусь / М. Ю. Нехай; науч. рук. А. И. Ящук // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития: материалы X Международной научно-практической конференции студентов, Минск, 12-13 апреля 2017 года / [редкол.: Г.А. Короленок (пред.) и др.]; М-во образования Респ. Беларусь, Белорусский гос. экон. ун-т. – Минск: БГЭУ, 2017. – С. 353-354.
2. Налоги и налогообложение: курс лекций / Е.Н. Домбровская. — 2-е изд., перераб. И доп.— Витебск: УО «ВГТУ», 2019. — 104 с.
3. Бюджет Республики Беларусь для граждан на 2023 год [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/upload/bp/budjet/budjet2023.pdf> - Дата доступа: 30.03.2023
4. Левкович, В.М. Налоговая система Республики Беларусь на современном этапе / В.М. Левкович, М.П. Самоховец // Sci-article.ru: научный периодический рецензируемый электронный журнал. – 2018. – № 57. – С. 208-211.

АНАЛИЗ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ КРАТКОСРОЧНЫХ АКТИВОВ ВОЛКОВЫССКОГО ОАО «БЕЛЛАКТ»

Д.А. Билида, 3 курс

Научный руководитель – М.И. Бухтик, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Волковысский ОАО «Беллакт» – один из ведущих производителей детского питания и молочных продуктов в Республике Беларусь. Более 50 лет предприятие следует выработанной годами традиции – выпуску качественной и экологически чистой продукции для детей и взрослых. Также, данное предприятие является одним из крупнейших на территории СНГ производителей сухого детского питания.

Ежегодно, компанией ВIK Ratings разрабатываются отчеты на обзор рынка молока и молочной продукции Республики Беларусь. На рисунке представлен Топ-10 молочных компаний по объему выручки от реализации за 2021 год, где ОАО «Беллакт» занимает 8 место в республике.

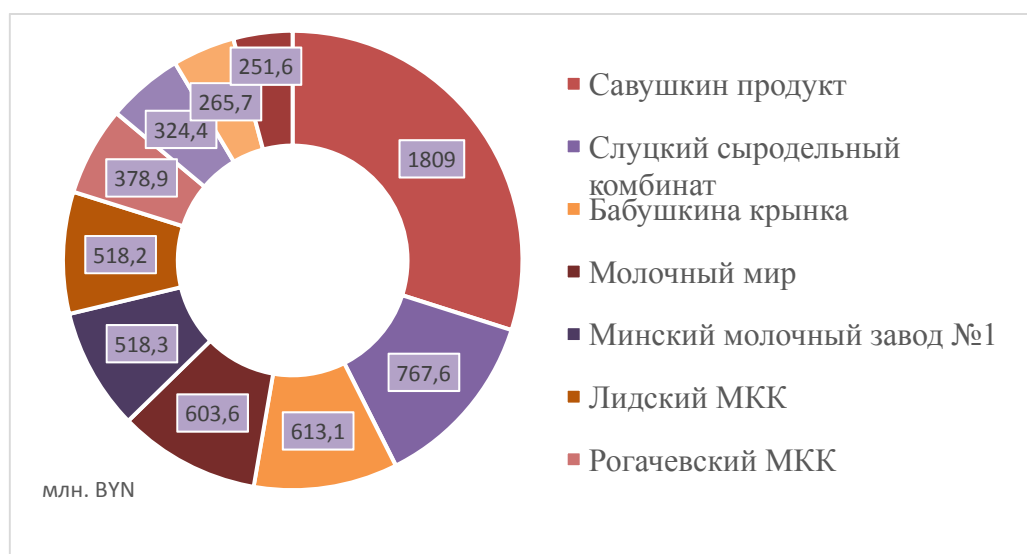


Рисунок – Топ - 10 молочных компаний по объему выручки от реализации в 2021 году, млн. BYN
Примечание – Источник: собственная разработка по данным [1]

У ОАО «Беллакт», как видно по рисунку, достаточно высокие показатели выручки от реализации. С целью перенятия опыта, в таблице проведем анализ оборачиваемости краткосрочных активов Волковысского ОАО «Беллакт» за 2019-2021 гг. .

По результатам расчетов, в 2019 году наблюдалось увеличение оборачиваемости краткосрочных активов, но в 2020 и 2021 годах она снизилась, что говорит о снижении эффективности использования имеющихся ресурсов.

Также, снижение оборачиваемости наблюдается, в том числе, и по кредиторской задолженности. Данное снижение отражает сокращение скорости погашения организацией своей задолженности перед кредиторами. Для организации предпочтительнее иметь низкий коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, так как он позволяет иметь остаток непоплаченной задолженности, который будет использоваться в качестве бесплатного источника финансирования своей текущей деятельности.

В 2020-2021 гг. наблюдается увеличение длительности оборотов дебиторской задолженности на 4 дня. Повышение данного показателя положительно сказывается на предприятии, так как покупатели быстрее расплачиваются по своим долгам. А чем быстрее долги превращаются в деньги, тем лучше.

Таблица – Оборачиваемость краткосрочных активов Волковысского ОАО «Беллакт» за 2019-2021 гг.

Показатель	Год			Отклонение в 2020 г. к 2019 г.	Отклонение в 2021 г. к 2020 г.
	2019	2020	2021		
Коэффициент оборачиваемости краткосрочных активов	3,75	3,29	3,29	-0,46	-
Длительность оборота краткосрочных активов, дней	96	109	109	13	-
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	10,7	12,21	11,93	1,51	-0,28
Длительность оборота дебиторской задолженности, дней	34	30	30	-4	-
Коэффициент оборачиваемости готовой продукции	17,46	16,37	18,96	-1,09	2,59
Длительность оборота готовой продукции, дней	21	22	19	1	-3
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	16,34	16,25	15,82	-0,09	-0,43
Длительность оборота кредиторской задолженности, дней	22	22	23	-	1

Примечание – Источник: собственная разработка по данным [2, 3, 4]

В 2021 году готовая продукция оборачивается на 3 дня быстрее, чем в прошлом. Данный рост может быть вызван увеличением спроса на продукцию.

Для развития предприятия может быть выдвинуто следующее предложение - использовать инструменты ко-маркетинга. Ко-маркетинг – форма взаимовыгодного сосуществования компаний на рынке.

Существует большое количество форматов ко-маркетинга, но ОАО «Беллакт» предлагаем воспользоваться таким форматом, как кобрендинг. В рамках кобрендинга, ОАО «Беллакт» будет взаимодействовать с другим молочным предприятием, тем самым они объединят свои отдельные «имена». Яркий пример такого формата – Philadelphia (известный производитель сыров) и Milka (известный производитель шоколада) выпустив на рынок продукт сыр «Philadelphia Milka». Такой совместный проект позволяет увеличить рынок сбыта, привлечь новых покупателей, повысить эффективность производства.

Таким образом, Волковысский ОАО «Беллакт» занимает высокие позиции на молочном рынке. Изменения в оборачиваемости краткосрочных активов незначительны. Это значит, что предприятие эффективно управляет имеющимися в ее распоряжении финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами. Волковысскому ОАО «Беллакт» можно предложить не останавливаться на достигнутом и больше внимания уделять новому направлению маркетинга – ко-маркетингу.

Список использованных источников

1. Обзор рынка молока и молочной продукции Республики Беларусь за 2021 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: ikratings.by/wp-content/uploads/2021/10/obzor_rynka_moloka_i_molochnoj_produkczii_belarusi-1.pdf – Дата доступа: 04.03.2023.

2. Годовой отчет Волковысского открытого акционерного общества «Беллакт» за 2019 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bellakt.com/upload/iblock/370/Годовой%20отчет%20за%202019%20год.pdf> – Дата доступа: 04.03.2023.

3. Годовой отчет Волковысского открытого акционерного общества «Беллакт» за 2020 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bellakt.com/upload/iblock/370/Годовой%20отчет%20за%202020%20год.pdf> – Дата доступа: 04.03.2023.

4. Годовой отчет Волковысского открытого акционерного общества «Беллакт» за 2021 год [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://www.bellakt.com/upload/iblock/370/Годовой%20отчет%20за%202021%20год.pdf>. – Дата доступа: 04.03.2023.

5. Бухтик, М.И. Финансовый менеджмент: учеб.-метод. пособие / М.И. Бухтик. – Пинск: ПолесГУ, 2021. – 144 с.

УДК 336.22

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ НАЛОГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

Д.А. Боташева, А.В. Кулинка, 1 курс магистратуры
Научный руководитель – **Н.В. Покровская**, к.э.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет

Исторически одной из наиболее актуальных проблем для России выступает неравенство регионов по уровню развития, жизни и дохода. Для решения сложившейся проблемы было предпринято немало различных попыток. В частности, разрабатывались и внедрялись налоговые инструменты, как, например, экономические зоны с льготным режимом налогообложения: особые экономические зоны, территории опережающего социально-экономического развития, свободный порт Владивосток, Арктическая зона.

Целью нашего исследования выступает анализ возможности сокращения межрегионального неравенства и повышения уровня жизни в субъектах Российской Федерации с помощью налоговых инструментов на примере Дальневосточного Федерального округа.

В качестве теоретическо-методологических основ были использованы работы И. Майбурова [4; 6-8], О.А. Синенко [5], М.О. Какаулиной [3], а также труды российских и зарубежных экономистов, научные статьи, учебные пособия, монографии в области социально-экономического развития регионов.

Проанализировав уровень развития регионов России на основе таких показателей, как: ВРП, инвестиции в основной капитал, занятое население, потребность в рабочей силе, нами было установлено, что уровень жизни в мегаполисах и в регионах, специализирующихся на крупных добычах нефти и газа, выше уровня жизни в иных субъектах РФ. Такое неравенство вызывается, во-первых, неравномерным распределением природных, производственных, финансовых ресурсов внутри страны, во-вторых, различием регионов по плотности и численности населения и, в-третьих, наличием в определенных регионах преимуществ, снижающих издержки бизнеса [2, с.10].

Устоявшимся способом регулирования социально-экономического положения внутри страны является грамотно выстроенная бюджетная-налоговая политика, наиболее востребованными инструментами которой выступают налоговые льготы и преференции.

На территории субъектов Российской Федерации в рамках стратегии пространственного развития экономики образованы так называемые «точки роста»: особые экономические зоны, свободные экономические зоны, территории опережающего социально-экономического развития, свободный порт Владивосток, специальные административные районы и Арктическая зона. Объединяющим фактором данных режимов выступают налоговыми преференции, состоящие в зависимости от режима из: льгот по налогу на прибыль, налогу на имущество, транспортному налогу, НДС и пониженным ставкам по страховым взносам и т.д. Данные «точки роста» равномерно расположены практически во всех субъектах РФ, в некоторых функционируют сразу несколько режимов. Как, например, на территории Дальнего Востока.

Дальний Восток – отдельный и малонаселенный регион с большим потенциалом. На территории данного региона находится 30% запасов российского каменного угля, 20% углеводородов, 25% древесины, добывается 98% российских алмазов, 80% олова, 90% борного сырья, 50% золота, 14% вольфрама, 40% рыбы и морепродуктов. При всех природных богатствах данная территория генерирует только 6% ВРП [1, с. 76]. Поэтому создание «точек роста» с низконалоговым режимом могло бы послужить для бизнеса хорошим толчком для ведения деятельности именно на Дальнем Востоке.

На территории опережающего социально-экономического развития резидентам предлагаются в течение 10 лет льготы по налогу на прибыль, налогу на имущество, транспортному налогу, налогу на добычу полезных ископаемых и пониженные ставки по страховым взносам. Также резидентам предлагается готовая инфраструктура, земельный участок для реализации проектов, возможность применения процедуры свободной таможенной зоны и т.д.

Свободный порт Владивосток отличается от территории опережающего развития, тем, что условием для получения статуса резидента является создание нового бизнеса. Резидентам предоставляется тот же пакет налоговых и административных преференций, за исключением налога на добычу полезных ископаемых и наличия готовой инфраструктуры.

Режим специального административного района расположен на территории острова Русский. Международным компаниям предлагается переехать в Россию, взамен государство предлагает налоговые льготы на дивиденды, проценты, роялти и юридическую, бухгалтерскую помощь при переезде.

Обзор макроэкономических показателей Дальнего Востока показал, что ВРП и инвестиции в основной капитал растут с 2015 года, причем последний большими темпами. Реальные доходы населения достигли своего минимума в 2016 году, но затем ситуация выровнялась, доходы растут с 2017-2019 гг. Реальная заработная плата достигла своего максимума в 2018 году. Рабочая сила и занятое население в большинстве регионов относительно стабильно, исключением является Забайкальский, в котором виден резкий рост рабочей силы и республика Саха, где в последние годы плавно увеличивается число занятых. Совершенно иная динамика по показателям потребности в рабочей силе. С 2015 года потребность в рабочей силе увеличилась во всех регионах. Неудивительно, что наибольшее значение показателя в Приморском крае. Неизменность числа занятых и рост потребности в рабочей силе говорит о том, что в регионе недостаточно квалифицированных специалистов для работы на новых производствах. Такая статистика должна была привлечь в регион новых работников, но, к сожалению, на Дальнем востоке сохраняется миграционная убыль населения.

Посредством использования эконометрических инструментов, выявлена корреляция и построены регрессионные модели, которые, доказывающие существование взаимосвязи: инвестиций в основной капитал от объема льгот по налогу на прибыль резидентов ТОСЭР, уровня занятого населения Дальнего Востока от выручки резидентов свободного порта Владивосток, занятого населения Дальнего Востока от объема льгот по налогу на прибыль резидентов СПВ, потребности в рабочей силе на Дальнем Востоке и выручки резидентов СПВ. Таким образом, разработанные налоговые инструменты работоспособны и положительно влияют на развитие регионов Дальнего Востока. Последствия введения налоговых льгот будут ощутимы после окончания для многих компаний льготного режима налогообложения, ориентировочно в 2036 году. Именно тогда в бюджет начнут поступать платежи от резидентом описанных выше экономических зон. закончится льготный режим налогообложения и в бюджет начнут поступать первые платежи от резидентов.

Список использованных источников

1. Грудинин И. А. Экономический потенциал Дальнего Востока России и его инвестиционная привлекательность // Economics. 2016. №1 (10).
2. Зубаревич Н.В. Социально-экономическое развитие регионов: мифы и реалии выравнивания.// SPERO. 2008. №9. С. 7-22
3. Какаулина, М.О. Территории опережающего социально-экономического развития: эффективность функционирования и роль в формировании оптимальной налоговой нагрузки // Экономика. Налоги. Право. 2018. №4.
4. Нарративы индивидуального подоходного налогообложения в XXI веке / Под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.
5. Синенко О.А. Практика применения механизмов регулирования в особых экономических зонах и IT-кластерах как элемент развития цифровизации // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019/ №(46). С. 251-264.
6. Теоретико-методологические аспекты имущественного налогообложения юридических лиц / под ред. И.А. Майбурова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. 263 с.
7. Теоретико-методологический конструктив индивидуального подоходного налогообложения: / Под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021

УДК 336.1.07

FEATURES OF FINANCIAL MARKETS IN MODERN CONDITIONS

E.I. Voronova, 1-st year

Scientific supervisor – **N.P. Bulanova**, senior lecturer

Belarusian National Technical University

The market is the relationship between the consumer and the seller, which allows the exchange of food. The market is inextricably linked to consumption, the basis of which is the product, which makes it a truly significant unit. Market relations have been around since ancient times and because of this, people have noticed the benefit of this idea, making it useful in the variety of human resources. Also, in accordance with trade, the division of labor began and the exchange of products became more in demand. On this basis, the growth of market relations at the level of economic and food position gives its continuation.

In modern economic science, the term "financial market" is defined as a system of economic relations involved in the accumulation, direction and redistribution of all types of financial assets [1]. The financial market performs the following functions:

- The accumulative function consists in the attraction of money by financial institutions.
- The redistributive function is that the movement of money occurs between those who provide money and those who consume it.
- The investment function is the investment of money [1].

The normal development of the economy regularly requires the attraction of temporarily free funds of individuals and legal persons, their distribution and redistribution on a trade basis between different sectors of the economy. In an effectively operating economy, this process is carried out in financial markets.

The scientific term of finance sounds like is a set of material resources expressed in monetary form [2]. The resources may belong to an individual, an economic entity, an enterprise or the state. The role of finance is a variety of uses, redistribution and increase. With their help, finances can be directed in the right direction depending on demand. Finances have auto update in the sphere of the public and, in particular, of productions. They influence the quantity and quality of all production. The relation of financial interest affects social development, such as the expansion of production, the control of social and economic programs, and the increase of all public welfare.

The main function of the financial market is to collect and redistribute among the many sectors of consumption. At present, the financial market is developing rapidly because the level of integration of small industries into the global economy is quite high.

Depending on the size and nature of operations, financial markets can be classified into national, regional and international. National financial markets provide a money wave within the country and interconnection with the world major money centers. Regional financial markets serve a certain territory. The countries of this region coordinate currency and credit policies and create regional financial and monetary organizations. International financial markets serve ethnic capital, realizing a system of different currency relations between separate states, corporations of different countries, residents and non-residents.

None of the important systems can coexist productively. There are always some drawbacks, which help solve the identified problems of the financial market and allow to realize its full potential and form a competitive market in the country, which will fully meet the needs of the national economy. The development of financial markets took many years, it was followed by the creation of specialized financial institutes and relevant infrastructure. It cannot be said now that the current state of the financial markets is final. Every year the system of such important relations between the participants changes.

References

1. Knyazeva E. G. Financial markets and institutes, [Electronic resource]. – Access mode: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/94856/1/978-5-7996-3114-7_2020.pdf . – Access date: 01.04.2023
2. Kilchevsky V.A. Finance and financial markets in modern conditions, [Electronic resource]. – Access mode: https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/14992/1/71Kil%27chevskii%20V.A_Finansy%20i%20finansovye.pdf . – Access date: 01.04.2023

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА**А.Ф. Глухова, А.В. Жимань, 2 курс**Научный руководитель – **А.М. Шутова, к.э.н., доцент****Белорусский государственный экономический университет**

На современном этапе развития в условиях быстрой глобализации и постоянном совершенствовании технологий происходят серьёзные изменения в функционировании финансовых рынков. Эти изменения приводят к выявлению определенных тенденций. Наиболее заметными из них в мировом пространстве, которые проявляются повсеместно, являются глобализация и интернационализация, усложнение финансовых инструментов, рост масштабов компьютеризации и глобального развития технологий, секьюритизация.

Итак, глобализация финансовых рынков — процесс стирания границ между национальными рынками, стандартизация и интеграция финансовых инструментов, участников рынка, органов регулирования, механизмов торговли ценными бумагами и т.д. [1, с.11] Эта тенденция является естественной, так как она обусловлена происходящей глобализацией мировой экономики, которая взаимосвязана с процессом интернационализации, то есть национальный капитал функционирует не только внутри своей страны, но и за ее пределами. Вследствие этого финансовые рынки всех стран объединяются в одну большую систему.

За последние 50 лет наблюдается резкое повышение изменчивости цен на всех видах рынков, в том числе и на финансовом. Это приводит к повышению степени неопределенности и риска финансовых потерь. Защита от финансовых рисков, ставшая острой проблемой абсолютно для всех субъектов экономической деятельности, вызвала усложнение финансовых инструментов и появление принципиально новых. Так как страхование не охватывает все возможные случаи реализации рисков, то в дополнение к нему используется хеджирование – страхование с помощью производных финансовых инструментов. Помимо этого, и классические инструменты, такие как ценные бумаги, депозиты и кредиты банков, также стали более многообразными и сложными.

Компьютеризация финансового рынка – результат широчайшего внедрения компьютеров во все области человеческой жизни в последние десятилетия. Несомненно, положительным эффектом глобального технологического перевооружения финансовых рынков, которое основано на современных электронных и интернет-технологиях, можно считать увеличение конкурентной борьбы, увеличение качества диверсификация, возможность существенного роста объемов операций с производными финансовыми инструментами.

Многие исследователи ставят секьюритизацию финансовых рынков на первое место среди других тенденций. Термин «секьюритизация» получил широкое распространение на международных финансовых рынках в 80-х годах XX в. [2] Этот термин подчеркивает значимость процессов замещения традиционных финансовых операций с банковскими кредитами новыми финансовыми инструментами, обеспечивающими привлечение финансовых ресурсов путем эмиссии ценных бумаг.

Процесс секьюритизации носит глобальный характер и охватывает как развитые, так и развивающиеся рынки. Стоит отметить, что секьюритизация применяется не только на мировом рынке, но и на внутренних рынках отдельных стран. Данный процесс является частью финансирования экономики, более крупного и обширного явления, который подразумевает обретение формы финансовых контрактов экономическими отношениями.

Одной из форм проявления общей тенденции усиления роли ценных бумаг на финансовых рынках является секьюритизация финансовых активов – инновационный процесс трансформации неликвидных активов в ликвидные ценные бумаги. Она является частью глобального процесса секьюритизации. Примером одноуровневой может служить выпуск облигаций, обеспеченных пулом заложных, имеющихся на балансе банка (рис.).

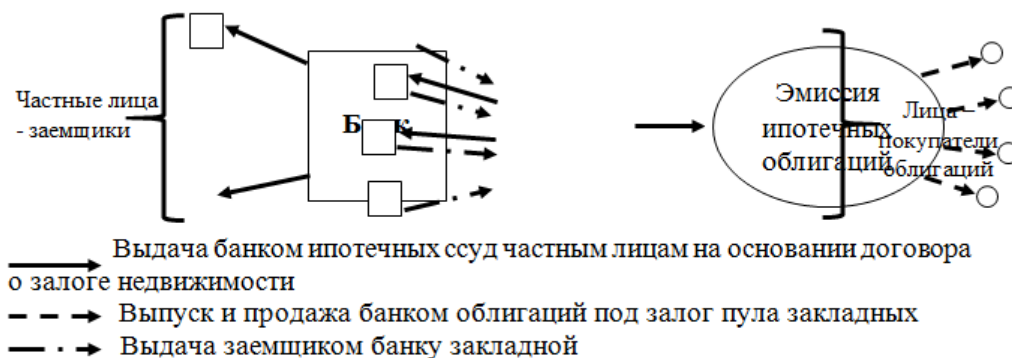


Рисунок – Схема одноуровневой секьюритизации

Финансовый рынок обширен и постоянно развивается. На сегодняшний день он представляет огромную важность для экономики. Развитие финансового рынка идет вслед за развитием сферы производства, потребностей производства и экономики в целом. Но вместе с тем с развитием финансового рынка ускоряются все экономические процессы.

Список использованных источников

1. Блохина Т. К. Мировые финансовые рынки: учебник. – Москва: Проспект, 2016 – 160 с.
2. Маковецкий М.Ю. Современные тенденции развития мирового финансового рынка [Электронный ресурс] / Электронный портал «ОНВ». – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mirovogo-finansovogo-rynka> (дата обращения: 23.03.2023).

УДК 336.7

РИСКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИ

Е.А. Григорович, 2 курс

Научный руководитель – **А.С. Голикова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Изучив точки зрения различных авторов, можно дать понятие «финансовому поведению». Финансовое поведение – ряд решений, которые принимают люди или организации в отношении своих финансовых ресурсов и общего управления своим бюджетом. Оно включает в себя выбор инвестиционных стратегий, планирование бюджета, осуществление расчетно-кассовых операций, сбережения средств, управление долгами и т.д.

Факторы, влияющие на финансовое поведение можно разделить на внутренние и внешние в зависимости от их природы: являются ли они характеристиками человека, принимающего решения, или же среды, его окружающей.

Внутренние факторы:

- Финансовая грамотность: знания и понимание функционирования экономики повышают вероятность принятия рациональных финансовых решений;
- Возраст: чем старше человек, тем выше его склонность к сбережению;
- Пол: женщины, в среднем, выбирают менее рискованные и одновременно менее доходные активы для инвестиций;
- Состояние здоровья: люди, имеющие проблемы со здоровьем, как правило, инвестируют в более безопасные и ликвидные активы;
- Психологические особенности: подверженность влиянию психологических особенностей оказывает влияние на принятие финансовых решений.

Внешние факторы:

- Экономические факторы: стабильность дохода, развитая финансовая система повышают склонность к инвестированию;

- Политические факторы: доверие власти, уверенность в работе системы защиты прав потребителей – все это повышает склонность людей к инвестированию;
- Культура: представители коллективистских культур чаще ожидают финансовой поддержки со стороны родственников и друзей;
- Религия: религиозные люди планируют свои финансы на более длительный период и чаще достигают поставленных финансовых целей. [1]

Элементы финансового поведения – это конкретные привычки и действия, которые отражают наше отношение к деньгам и расходам. Они могут включать в себя следующее:

- Сбережения: сбережение денег на будущее. Данный элемент включает в себя накопление домашними хозяйствами денежных средств для того, чтобы использовать их в будущих периодах;
- Инвестиции: покупка акций, облигаций, имущества и других финансовых инструментов с целью получения прибыли. Вложение может помочь преумножить капитал, однако требует определенных знаний и опыта;
- Кредиты: получение займа или кредита для финансирования покупок или других расходов. Данный элемент включает в себя выбор правильного кредита, оценку финансовой способности, управление долгами и выплатами кредита;

Каждый из этих составляющих финансового поведения может значительно повлиять на материальное состояние. Понимание и корректное управление вышеперечисленными элементами позволит минимизировать возможные убытки, связанные с финансами.

Цифровизация несет с собой новые риски для потребителей как на зрелых, так и на развивающихся рынках, в частности: новые виды мошенничества, использующие неопределенность и неосведомленность граждан в цифровой среде; риск нарушения конфиденциальности персональных данных; отсутствие координации между всеми участниками финансового рынка, в том числе и органами власти, что может привести к недоверию граждан к участникам финансового рынка, технологическим инновациям, финансовой системе в целом, усилить поведенческие предубеждения.

В условиях обострения внешней среды и неопределенности в принятии финансовых решений для индивидуума, независимо от степени его информированности и образованности, и других факторов, большое значение имеют общественное мнение и вектор доступной информации. В ситуации кризиса информационные риски усиливаются, аргументы в пользу принятия того или иного решения неоднозначны, соответственно, финансовое поведение населения становится более хаотичным. На характер принимаемых решений оказывают влияние и панические настроения в обществе, приобретающие в кризис цепную массовую реакцию.

Ситуацию осложняют особенности финансового поведения, такие как страх, лень, а также привычка полагаться на «авось» и низкий уровень личной материальной ответственности. [2]

В последнее время прослеживается тенденция появления новых мошеннических схем в сети Интернет, поэтому следует не переходить по недостоверным ссылкам, пользоваться антивирусными программами, не сообщать персональные данные банковских карт, паспорта, использовать надежные пароли, не вестись на предложения легкого заработка, а также не отвечать на электронные сообщения с запросом на изменение параметров защиты.

Одними из современных форм обмана в Интернете являются:

- Фишинг – это технология интернет-мошенничества, заключающаяся в краже личных конфиденциальных данных, таких как пароли доступа, данные банковских и идентификационных карт, посредством спамерской рассылки или почтовых червей.
- Смишинг – это вид мошенничества, при котором пользователь получает СМС-сообщение, в котором с виду надежный отправитель просит указать какую-либо ценную персональную информацию (например, пароль или данные кредитной карты).
- Фарминг – более продвинутая версия фишинга, заключающаяся в переводе пользователей на фальшивый веб-сайт и краже конфиденциальной информации.
- Кибератака – вид мошенничества, который направлен на получение контроля над важными документами и системами или их повреждение. Их целью могут стать корпоративные или личные компьютерные сети.

- Сайты-двойники – мошенники могут создавать копии настоящих сайтов банков и других финансовых учреждений, чтобы получить доступ к личным данным пользователей.
- Распространение вирусов – мошенники, используя электронные адреса, схожие с адресами легальных организаций, рассылают от их имени сообщения, содержащие ссылку на скачивание открытки, музыки, картинки, архива или программы. Запуск вложения или переход по ссылке может инициализировать установку на устройство вредоносной программы или же оформление подписки на платную услугу. [3]

Таким образом, следует изучать аспекты финансовой грамотности, быть внимательным при совершении финансовых операций в сети Интернет, чтобы не стать жертвой интернет-уловки.

Список использованных источников

1. Иррациональная экономика: как психология и культура влияют на ваше финансовое благополучие [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://inp.ru/files/356/1_backup.pdf - Дата доступа: 18.03.2023.
2. Формирование финансово грамотного поведения населения: риски и условия безопасности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://humanities.fa.ru/jour/article/view/455/442> - Дата доступа: 19.03.2023.
3. Иррациональная экономика: как психология и культура влияют на ваше финансовое благополучие [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://provtech.ru/about/finansovaya-gramotnost/Tema-4.3.pdf> - Дата доступа: 20.03.2023.

УДК 336.6

ФИНАНСЫ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСИ

Е.Г. Дейкун, 3 курс

Научный руководитель – М.И. Бухтик, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Сельское хозяйство – отрасль хозяйства, направленная на обеспечение населения продовольствием и получение сырья для ряда отраслей промышленности. Отрасль является одной из важнейших, представленной практически во всех странах. В мировом сельском хозяйстве занято около 1,1 млрд экономически активного населения. В Республике Беларусь по данным за 2021 год списочная численность работников, занятых в сельском хозяйстве, в среднем за год, равна 259,4 тыс. человек. Общая площадь сельскохозяйственных земель на 2021 год составляет 8 176,2 тыс. га, из неё посевная площадь равна 5 747 тыс. га или 70,3% от общей площади сельскохозяйственных земель. [3, с.6]. Сельское хозяйство Беларуси специализировано на выращивании традиционных для умеренных широт культур. В растениеводстве преобладают зерновые преимущественно рожь, пшеница, картофель, кормовые культуры. В связи со структурными преобразованиями и ориентацией на возобновляемые источники энергии в республике расширяются объемы возделывания зернобобовых и масличных культур.

Таблица 1. – «Посевные площади сельскохозяйственных культур по видам и категориям хозяйств (тысяч гектаров)»

	2021 год	2022 год
Зерновые и зернобобовые культуры	2490,2	2532,8
Лён	42,3	44,8
Рапс	389,6	382,9
Картофель	174,6	173,4
Свекла сахарная	87,2	94
Итого	3 183,9	3 227,9

Источник [1]

Зерновые и зернобобовые культуры в 2022 году заняли наибольшую посевную площадь и заняли 2532, 8 тысяч гектаров. Зернобобовые культуры – это бобовые растения, плоды которых собирают исключительно в целях использования их сухих зёрен. Наиболее распространёнными видами

зернобобовых являются фасоль, горох и чечевица. Зернобобовые могут способствовать смягчению последствий изменения климата, поскольку снижают зависимость от синтетических удобрений, используемых для искусственного насыщения почвы азотом.

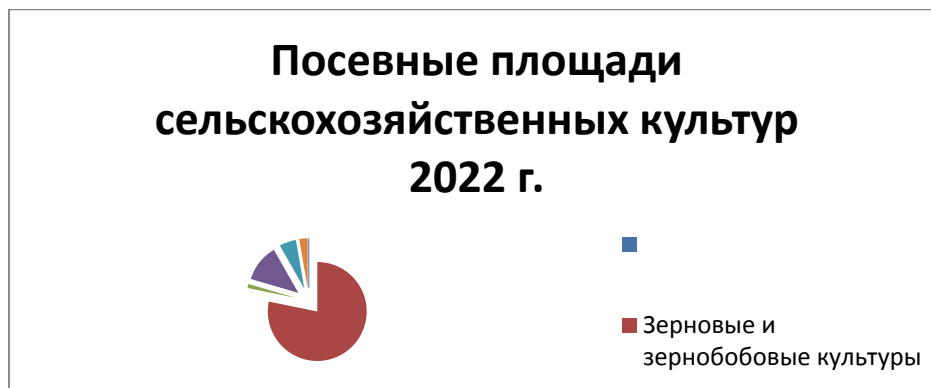


Таблица 2. – «Урожайность сельскохозяйственных культур по категориям хозяйств (центнеров с одного гектара)»

	2021 год	2022 год
Зерновые и зернобобовые культуры	29,8	34,5
Льноволокно	8,6	10,7
Рапс	19,0	21,3
Картофель	197	223
Плоды и ягоды	85,1	120,4
Итого	339,5	409,9

Источник [2]

Наибольшую урожайность в 2022 году показал картофель. Республика Беларусь занимает 11-е место по производству картофеля. Беларусь относится к регионам развитого картофелеводства, так как картофель является традиционным продуктом питания коренного населения. Высокое потребление можно объяснить особенностями национальной кухни белорусов. Плоды и ягоды составили 120,4 центнеров с одного гектара. Успешному развитию в Беларуси плодоводства способствуют относительно благоприятные почвенно-климатические условия, позволяющие не только удовлетворять потребности внутреннего рынка в плодово-ягодной продукции, но и наращивать объёмы её поставок в иные государства. Фрукты и ягоды – необходимые и незаменимые элементы питания.



Таблица 3. – «Удельный вес посевных площадей с/х культур и урожайности с/х культур за 2021 и 2022 год»

Удельный вес							
Посевные площади с/х культур				Урожайность с/х культур			
	2021	2022	Темп прир. %		2021	2022	Темп прир. %
Зерновые и зернобобовые культуры	78,21	78,47	0,26	Зерновые и зернобобовые культуры	8,78	8,42	-0,36
Лён	1,33	1,39	0,06	Лён	2,53	2,61	0,08
Рапс	12,24	11,86	-0,38	Рапс	5,6	5,2	-0,4
Картофель	5,49	5,37	-0,12	Картофель	58,03	54,40	-3,63
Свекла сахарная	2,74	2,91	0,17	Плоды и ягоды	25,07	29,37	4,3

Источник [собственная разработка]

Посевные площади сельскохозяйственных культур таких как, зерновые и зернобобовые, лён, свекла сахарная увеличились в 2022 году по сравнению с предыдущим годом. Можно предположить, что в 2021 году было засушливое лето и практика показала, что лучше занять большую площадь для культур, так как предположить не возможно какие погодные условия будут в 2022 году. Посевные площади рапса и картофеля уменьшились в 2022 году, но на урожайность это не оказало никакого влияния, а это говорит о том, что земля была качественно подготовлена для посева а также удобрялась и принесла положительный результат. Кроме того, в стране сосредоточено 19% мировых посевов льна. Среди 22 ведущих производителей льноволокна Беларусь входит в первую пятерку.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Посевные площадки основных сельскохозяйственных культур по областям . <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/selskoe-khozyaystvo/godovye-dannye/posevnye-ploshchadi-osnovnykh-selskokhozyaystvennykh-kultur-po-oblastyam/>. Дата доступа 25.03.2023
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Урожайность сельскохозяйственных культур по категориям хозяйств. <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=140830>. Дата доступа:25.03.2023
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Важнейшие социально-экономические показатели. <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/ae6/xtqvasntecw4vdypj0vpy0jcoxtqpphl.pdf>. Дата доступа:31.03.2023

УДК 368.914

ЭВОЛЮЦИЯ СТРАХОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ НАКОПИТЕЛЬНОЙ ПЕНСИИ

А.А. Деканчук, 3 курс

Научный руководитель – И.А. Пригодич, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Накопительное пенсионное страхование или, как его еще называют, страхование дополнительной пенсии – это вид добровольного страхования, в рамках которого человек копит деньги, делая регулярные обязательные взносы, а после выхода на пенсию получает возможность потратить накопленное. Добровольное страхование значит, что человек сам решает, стоит ли ему делать дополнительные накопления на пенсию, сам выбирает в какой момент лучше обратиться к страховщику и какую сумму средств откладывать. Осуществляет такой вид страхования страховая компания, при этом она не просто хранит деньги на счете, но и начисляет на них дополнительный доход. Страховым случаем является выход на пенсию, что означает, как только человек становится пенсионером, то может пользоваться накоплениями [1].

Накопительное пенсионное страхование – инструмент, проверенный временем и пользующийся популярностью в других странах, например, в европейских странах пенсия от государства мала, поэтому данный вид страхования там широко распространен и пользуется спросом.

В США фонды накопительного пенсионного страхования бывают как государственные, так и частные. Средства, откладываемые в фондах, растут по процентам (обычно 9 % в год), и к достижению пенсионного возраста гражданин получает прибавку к основной государственной пенсии. Доступ к денежным средствам, как правило, предоставляется гражданину по истечении определённого срока (5-7 лет). Отчисления в такие фонды от работодателя могут быть как 10 % от заработной платы, так и 50 % или выше [2]. В Великобритании взносы в пенсионный фонд составляют со стороны работника 10 %, но только с заработка, не превышающего 2 366 000 фунтов в год. Работодатели также платят взносы в пенсионный фонд, но эти суммы варьируются в диапазоне от 3 % до 10,2 % от заработка.

Во Франции страховые компании предлагают достаточно широкий выбор договоров накопительного пенсионного страхования, где страховые взносы могут варьироваться от 100 до 1 000 евро, а ежемесячные платежи начинаются от 25-75 евро в месяц и затем могут увеличиваться. В Германии пенсионные отчисления составляют 20,3 % от заработка, из этой суммы сам работник выплачивает только половину, а вторую половину за него вносит работодатель [2]. В Швеции, Дании, Нидерландах широко практикуется дополнение государственной пенсии корпоративными пенсиями от работодателей и личными пенсионными сбережениями работников.

Республика Беларусь учитывает успешный мировой опыт и трансформирует свою пенсионную систему. Согласно Указу № 367 с 1 октября 2022 года в Беларуси вводится дополнительный вид пенсионного страхования – добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии с финансовой поддержкой государства. Это программа формирования будущей пенсии за счет собственных добровольных взносов и софинансирования государством, при участии работодателя. Осуществление добровольного страхования дополнительной накопительной пенсии возложено на государственную страховую организацию РУСП "Стравита", учредитель которой "Белгосстрах". Участниками программы могут стать работающие граждане, за которых их работодатели уплачивают взносы в ФСЗН, например, работающие по трудовым и гражданско-правовым договорам. Начинать участвовать в новом страховании можно с 18-ти лет и не позднее, чем за 3 года до достижения общеустановленного пенсионного возраста [3].

Участник программы заключает договор страхования, в котором определяет тариф (% отчислений от своей заработной платы): от 1 % до 10 %; а также определяет срок выплаты дополнительной накопительной пенсии: ежемесячно в течение 5 либо 10 лет. Участник программы предъявляет договор работодателю, который на основании договора участника программы определяет тариф (от 1 % до 3 % заработной платы участника программы), который будет применяться при финансовой поддержке государства, и ежемесячно перечисляет страховые взносы.

Поступления взносов на договор могут прекратиться по причине отсутствия заработной платы (например, при смене работы), и в дальнейшем возобновиться. Также работник может прекратить уплату взносов по своей инициативе. В обоих случаях можно прекратить уплату взносов, но забрать накопленные средства досрочно нельзя. Забрать деньги раньше можно будет только при наступлении неблагоприятных событий – например, при получении инвалидности 1 или 2 группы [4].

Достигнув общеустановленного пенсионного возраста, участник программы начинает ежемесячно получать дополнительную накопительную пенсию. Если работник не доживет до пенсии, то накопленная сумма наследуется в полном объеме, а это означает, что наследники получают сумму взноса (как от работника, так и от работодателя) за минусом нагрузки страховой компании, а также начисленный инвестиционный доход. Если уход из жизни произойдет уже после выхода пенсию, то недополученная часть накопленных средств также наследуется.

Получается, что данная программа имеет ряд преимуществ. Во-первых, это получение дополнительной пенсии. Во-вторых, важным фактором является то, что в накоплении пенсии участвует государство, и в результате при выборе данного вида страхования государство увеличивает взнос. Также не менее важно, что участие в программе не влияет на размер трудовой пенсии. Помимо этого, присутствует увеличение суммы накоплений за счёт доходности на уровне ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь + страховой бонус (в том числе во время

выплаты накопительной пенсии). Ещё значимым фактором является то, что трудовой стаж не влияет на право получения дополнительной накопительной пенсии.

На сумму страхового взноса, удержанного из заработной платы, участник программы вправе получить налоговую льготу в размере 13% и страхователь получает право на налоговый вычет. При этом из налоговой базы исключается только сумма взноса, уплаченная за счёт работника, то есть непосредственно с его заработной платы. На ту часть, которую будет оплачивать работодатель, налоговый вычет применить будет невозможно, так как эта часть не уплачивается с дохода работника [3]. Особенностью программы является то, что работодатель освобождается от уплаты в ФСЗН суммы, равной сумме взноса, которую он уплачивает на дополнительную накопительную пенсию работника. Страхование дополнительной пенсии позволяет снизить риск того, что квалифицированный работник примет решение расторгнуть трудовой контракт с нанимателем по причине низких социальных льгот [5].

В итоге можно сделать вывод, что добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии с финансовой поддержкой государства является хорошим вариантом для тех, кто уже сегодня думает о своем завтрашнем дне и намерен позаботиться о достойном уровне жизни после прекращения своей трудовой деятельности. В результате программа позволит накопить средства на страховую пенсию, которая станет выгодным дополнением к государственной пенсии.

Список использованных источников

1. Пенсионное страхование [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.fingramota.by/ru/guide/insurance-and-taxes/pensionnoe-strahovanie>; дата доступа: 25.03.2023.
2. Международный опыт накопительного страхования [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://priorlife.by/articles/mezhdunarodnyy-opyt-nakopitelnogo-strahovaniya>; дата доступа: 25.03.2023.
3. Страхование дополнительной накопительной пенсии с участием государства [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://stravita.by/programmy-strahovaniya/dobrovolnoe-strahovanie-dopolnitelnoj-nakopitelnoj-pensii/>; дата доступа: 30.03.2023.
4. Новый вид пенсионного страхования (согласно Указу №367) [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://priorlife.by/articles/dobrovolnoe-strahovanie-dop-pensii>; дата доступа: 31.03.2023.
5. Пригодич И. А. Страхование в системе ВЭД: электронный учебно-методический комплекс / И.А. Пригодич. – ПолесГУ, 2020. 313 с.

УДК 336

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВ ПОДРЯДНЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

П.А. Довкша, 3 курс
Научный руководитель – **Е.А. Вакулич**
Полесский государственный университет

Капитальное строительство является отраслью национальной экономики, занимающейся созданием новых, расширением и реконструкцией действующих основных фондов. Деятельность ее организаций непосредственно влияет на темпы технического прогресса в других отраслях народного хозяйства, что обуславливает особую актуальность проблем повышения эффективности управления системой их финансовых взаимоотношений.

Управление финансами строительных организаций характеризуется рядом существенных особенностей, обусловленных спецификой их производственной деятельности. Объемы, состав строительно-монтажных работ, а соответственно, размеры и структура материальных, трудовых и денежных затрат на их проведение зависят от характера строящихся объектов и потому весьма изменчивы. Это обстоятельство существенно усложняет финансовое планирование доходов, себестоимости строительства, потребности в оборотных средствах. В обороте строительных организаций помимо материальных запасов, находятся значительные объемы незавершенного производства, обусловленные длительностью строительства и большими интервалами в оплате заказчиками выполненных работ. Поэтому планирование источников формирования оборотных средств также специфично и должно быть оговорено в договоре подряда. Строительным организациям не прихо-

дится отвлекать из оборота денежные средства в запасы готовой продукции, поскольку оплата готового объекта или законченных этапов работ осуществляется одновременно с их завершением и приемкой заказчиком [1, с.268].

Проанализируем число организаций строительства по формам собственности (таблица 1).

Таблица 1. – Организации строительства по формам собственности за 2018-2020 годы (единиц)

Показатели	2018	2019	2020	Отклонения 2019/2018	Отклонения 2020/2019
Всего	8514	8332	8357	-182	25
в том числе по формам собственности:					
государственная	342	332	317	-10	-15
частная	7913	7737	7771	-176	34
с долей государственной	357	313	299	-44	-14
иностранная	259	263	269	4	6

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Из таблицы видно, что преобладающей формой собственности является частная. Это свидетельствует о том, что строительный рынок активно развивается и для этого в государстве складываются благоприятные конкурентные условия.

Так в 2019 году по сравнению с 2018 количество организаций сократилось на 182. Но в 2020 общее число организаций строительства по сравнению с 2019 увеличилось на 25. По строительным организациям с государственной и с долей государственной формам собственности наблюдается тенденция к снижению числа организаций. Так, число организаций с государственной формой собственности снизилось на 25, в 2019 по сравнению с 2018 годом снизилось на 10, в 2020 по сравнению с 2019 годом число организаций сократилось на 15. Число организаций с государственной долей снизилось на 58, в 2019 по сравнению с 2018 снизилось на 44, в 2020 по сравнению с 2019 снизилось на 14 организаций. Это связано с тем, что проводилась приватизация, которая привела к незначительному увеличению в 2020 году организаций строительства частной формы собственности. Так же можно заметить, что число организаций с иностранной формой собственности имеет небольшое увеличение в 2019 и 2020 гг. на 10 организаций. Это связано с привлечением иностранного капитала в Республику Беларусь.

Рассмотрим объём подрядных работ по Республике Беларусь в целом, а так же по областям (таблица 2).

Таблица 2. – Динамика объёма подрядных работ в целом по республике и по областям за 2018-2020 годы (миллионов рублей; в фактически действовавших ценах)

Показатели	2018	2019	2020	Отклонения 2019/2018	Отклонения 2020/2019
Республика Беларусь	10074,3	12191,3	13060,4	2117	869,1
Области и г. Минск:					
Брестская	1135,2	1388,1	1454,6	252,9	66,5
Витебская	768,9	1063,4	1052,9	294,5	-10,5
Гомельская	1191,4	1374,3	1510,3	182,9	136
Гродненская	1070,0	1160,5	1210,0	90,5	49,5
г. Минск	3389,1	4051,7	4479,3	662,6	427,6
Минская	1763,1	2234,5	2368,4	471,4	133,9
Могилёвская	756,7	918,8	984,8	162,1	66

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Исходя из представленных данных видно, что наибольший показатель объёма подрядных работ был обеспечен г. Минском (4479,3 млн. руб.) и Минской областью (2368,4 млн. руб.). Наименьший

показатель наблюдается в Могилёвской (984,8 млн. руб.) и Витебской (1052,9 млн. руб.) областях. По объёму подрядных работ лидируют г. Минск и Минская область, т.к. там располагается больше всего строительных организаций.

В 2020 гг. наблюдается увеличение объёма подрядных работ по республике и по всем областям республики. Это обусловлено выполнением программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы. Так за данную пятилетку введено в действие 18 млн. кв. метров жилья, в том числе 1,55 млн. кв. метров для граждан, состоящих на учёте нуждающихся в улучшении жилищных условий и имеющих право на государственную поддержку [3].

В сфере строительства разработана Государственная программа "Строительство жилья" на 2021–2025 годы. Целью Государственной программы является повышение уровня обеспечения населения Республики Беларусь доступным и качественным жильем. Государственная программа включает: подпрограмму 1 "Строительство жилых домов"; подпрограмму 2 "Строительство инженерной и транспортной инфраструктуры к жилью".

Реализация Государственной программы будет способствовать дальнейшему развитию жилищного строительства в Республике Беларусь, рациональному использованию финансовых средств, направляемых на строительство жилых домов и объектов инженерной и транспортной инфраструктуры к ним. Продолжится устойчивый рост уровня обеспеченности населения жильем в расчёте на одного жителя республики.

В заключение можно сказать, что в Республике Беларусь сокращается число организаций строительства путём закрытия убыточных организаций. Это значит, что в республике остаются только «качественные» организации. Объём подрядных работ по республике в целом и по областям увеличивается. Было введено в действие 18 млн. кв. метров жилья, в том числе 1,55 млн. кв. метров для граждан, состоящих на учёте нуждающихся в улучшении жилищных условий и имеющих право на государственную поддержку. На основании всего вышесказанного можно сказать, что строительный сектор в Республике Беларусь развивается с преобладающей частной формой собственности организаций.

Список использованных источников

1. Бухтик, М.И. Финансы : учебное пособие / М.И. Бухтик. – Пинск : ПолесГУ, 2023. – 586 с.
2. Инвестиции и строительство в Республике Беларусь, 2021 [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/d85/d85f00508c42f6bb0aba80d4cec081ca.pdf> – Дата доступа: 29.03.2023
3. Подведение итогов работы строительного комплекса в 2020 году [Электронный ресурс] / Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=176181> – Дата доступа: 30.03.2023
4. Государственная программа «Комфортное жилье и лагоприятная среда» на 2021-2025 годы [Электронный ресурс] / Pravo.by – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100050> – Дата доступа: 30.03.2023

УДК 657.9

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДИК АНАЛИЗА (ОЦЕНКИ) ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А.О. Дорофеев, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова**, ст. преподаватель

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Экономический анализ инновационной деятельности является инструментом для разработки управленческих решений, направленных на повышение эффективности функционирования предприятия. Он также используется для оценки профессиональных навыков и деловых качеств руководителей предприятия, инновационных подразделений и специалистов.

Аналитические инструменты, такие как контроллинг, используются для оценки эффективности инновационной деятельности предприятий. Они позволяют организациям принимать более взве-

шенные стратегические решения в отношении научных исследований и опытно-конструкторских разработок, инновационного курса, коммерциализации и лицензирования ИС, совместных исследований и т.д.

Контроллинг инноваций позволяет достичь максимальной эффективности инновационной деятельности при минимальных рисках. Основная функция контроллинга инновационных процессов заключается в обеспечении методической и информационной поддержки подготовки принятия решений в области инновационной деятельности для различного уровня менеджмента на основе анализа и прогноза технико-экономических показателей.

Контроллинговая модель, основанная на методологии бизнес-анализа, может быть использована как альтернатива традиционным системам планирования, анализа и контроля инновационной деятельности. Она позволяет выбирать проекты как решение возникающих бизнес-проблем с последующей упреждающей корректировкой их целевых параметров, предвидения, инициация и координация действий по их достижению на уровне контроллинговых единиц на основе инструментов стратегического анализа.

Существует множество методик анализа инновационной деятельности организации. Одна из них - это тематический анализ инновационной деятельности предприятия. Этот метод характеризуется сложностью подготовки информационной базы и аналитической ее обработки, необходимостью привлечения высококвалифицированных специалистов и значительной трудоемкостью по сравнению с комплексным анализом[1].

В настоящее время не существует нормативных документов по методике проведения тематического анализа инновационной деятельности. Это объясняется рядом причин, и прежде всего тем, что внешние и внутренние условия проведения этой деятельности для каждой организации различны. Поэтому существуют разные подходы к проведению такого анализа.

Для анализа инновационной деятельности предприятия применяется целый ряд показателей. Среди них показатели затратного характера, такие как затраты на НИОКР и их удельный вес в общем объеме затрат предприятия, расходы на приобретение необходимых лицензий, сертификатов и патентов.

Например, исследование динамики показателей отчетного периода в сопоставлении с показателями предшествующего периода, структурный анализ инноваций и сравнительный анализ показателей инновационной деятельности данного предприятия и среднеотраслевых показателей.

Структурный анализ инноваций - это метод анализа инновационной деятельности, который базируется на структурном разложении отдельных показателей инновационной деятельности предприятия. В процессе этого анализа определяются удельный вес различных видов и направлений инновационной деятельности.

Кроме того, для оценки инновационной привлекательности предприятия обычно применяются два основных метода: коэффициентный анализ и факторный анализ.

Факторный анализ - это многомерный метод, который используется для изучения взаимосвязей между значениями переменных. Предполагается, что известные переменные зависят от меньшего количества неизвестных переменных и случайной ошибки.

Факторный анализ позволяет решить две важные проблемы исследователя: описать объект измерения всесторонне и в то же время компактно. С помощью факторного анализа возможно выявление скрытых переменных – факторов, отвечающих за наличие линейных статистических корреляций между наблюдаемыми переменными.

Коэффициентный анализ – это изучение уровня и динамики относительных показателей финансового состояния, рассчитываемых как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета.

В коэффициентном анализе используются относительные показатели финансового состояния, рассчитываемые как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета.

Например, одними из самых главных показателей, которые характеризуют финансовое положение предприятия, считаются коэффициенты платежеспособности и ликвидности.

Коэффициентный и факторный анализ - это два разных метода анализа данных.

Коэффициентный анализ – это изучение уровня и динамики относительных показателей финансового состояния, рассчитываемых как отношения величин балансовых статей или других аб-

солютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета.

Факторный анализ – это многомерный метод, который используется для изучения взаимосвязей между значениями переменных. Предполагается, что известные переменные зависят от меньшего количества неизвестных переменных и случайной ошибки.

Таким образом, коэффициентный анализ используется для изучения относительных показателей финансового состояния, в то время как факторный анализ используется для выявления скрытых переменных и взаимосвязей между наблюдаемыми переменными.

Наиболее распространенным в практике наших предприятий является SWOT-анализ. SWOT-анализ – это метод оценки сильных и слабых сторон компании, а также ее возможностей и угроз. SWOT является аббревиатурой от слов Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы). Сильные и слабые стороны относятся к внутренним факторам компании, а возможности и угрозы – к внешним. SWOT-анализ помогает компаниям определить свои преимущества и недостатки, а также выявить возможности для роста и потенциальные угрозы. Этот инструмент может быть использован для разработки стратегий и планов действий.

SWOT-анализ имеет ряд преимуществ:

Простота: SWOT-анализ является простым и понятным инструментом, который может использовать любой член команды.

Гибкость: SWOT-анализ может быть использован для анализа различных аспектов бизнеса, от продуктов и услуг до отдельных отделов и рынков.

Структурированность: SWOT-анализ помогает структурировать информацию и выявить ключевые факторы, которые влияют на бизнес.

Помогает выявить возможности и угрозы: SWOT-анализ помогает компаниям выявить возможности для роста и потенциальные угрозы, которые могут повлиять на бизнес.

Помогает определить сильные и слабые стороны: SWOT-анализ помогает компаниям определить свои сильные и слабые стороны, что позволяет им лучше понимать свои преимущества и недостатки.

Помогает в принятии решений: SWOT-анализ может быть использован для принятия стратегических решений и разработки планов действий.

Список использованных источников

1. Диссертация на тему «Организация и методика тематического анализа инновационной деятельности предприятия». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/>– Дата доступа: 06.04.2023

2. Бердников В.В.«Аналитические инструменты оценки эффективности инновационной деятельности». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiticheskie-instrumenty/>– Дата доступа: 06.04.2023

УДК 339.168

ТАМОЖЕННАЯ СТОИМОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

М.В. Жабенко, аспирант

Научный руководитель – **И.В. Цыкунов**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

Важным условием развития экономики любого государства является постоянное финансирование различных отраслей народного хозяйства. Это в основном осуществляется из государственного бюджета. В связи с этим необходимо его своевременное пополнение. Практически во всех странах большую часть доходов бюджета составляют налоговые поступления, в том числе таможенные платежи.

Следовательно, одной из актуальных проблем совершенствования таможенного дела в современных условиях представляется необходимость правильного и своевременного установления

стоимости товара, определяемой в целях исчисления таможенных платежей, перемещаемых через таможенную территорию.

Определение стоимости товара в целях исчисления таможенных платежей играет важную роль при применении мер таможенно-тарифного регулирования, поскольку от того, как определяется размер стоимости товара в целях исчисления таможенных платежей, зависит сумма таможенных пошлин и косвенных налогов, взимаемых при импорте.

Завершившееся в 2015 году снижение ставок ввозных таможенных пошлин сделало непривлекательным для импортеров занижение таможенной стоимости, и при этом вариант завышения стоимости, наоборот, стал более привлекательным. В настоящее время абсолютное большинство товаров в ЕАЭС экономически целесообразно ввозить с завышением таможенной стоимости.

Дополнительная доходность при ввозе товаров с завышением таможенной стоимости не имеет естественного предела. Т.е. завышение таможенной стоимости позволяет импортеру получать гораздо более высокий дополнительный доход, по сравнению с ее занижением. Это определяет гораздо более опасные для доходов бюджета негативные последствия завышения таможенной стоимости.

Существенным негативным следствием завышения таможенной стоимости является вывод денежных средств за границу. Во многих случаях это может быть достаточным и единственным мотивом для импортера завышать таможенную стоимость.

Завышение стоимости ввозимых товаров может осуществляться импортером без каких-либо нарушений таможенного, налогового и валютного законодательства. Формальное соблюдение законодательства, несмотря на явный деструктивный эффект для экономики, не позволяет таможенным и иным государственным органам каким-либо образом бороться с рассматриваемой негативной практикой ВЭД.

Применяя традиционные механизмы контроля таможенной стоимости, в случае ее завышения, таможенные органы начинают работать против своего основного показателя – плана по доходам бюджета. В сочетании с формальным соблюдением импортерами таможенного законодательства это приводит к тому, что таможенные органы, зная о данной проблеме, ни как с ней не борются.

Поскольку правила определения таможенной стоимости являются важнейшим элементом системы ВТО, изменить их в одной стране или группе стран невозможно.

Решение данной проблемы лежит прежде всего в направлении проведения страной единой фискальной политики в области ВЭД, основанной на взаимном контроле таможенной стоимости и налога на прибыль.

Ввоз товаров по завышенной стоимости намного опаснее для доходов бюджета, чем в случае занижения таможенной стоимости. Контроль таможенной стоимости в случае ее завышения принципиально сложнее, и пока в мировой практике не разработаны практически действующие механизмы подобной негативной практике ВЭД [1].

Благополучие Республики Беларусь объективно может быть основано только на внешней торговле. Поэтому решение проблем внешней торговли должно быть приоритетным и обязательным.

Несмотря на существование объективной экономической взаимосвязи между таможенной стоимостью и прибылью, рассматриваемую проблему предлагается решать в рамках действующих систем налогового и таможенного регулирования. Пока импортер может произвольно, и при этом законно, переносить налоговую нагрузку на ввозную таможенную пошлину или налог на прибыль, эту проблему решить невозможно. На практике он обычно выбирает наиболее благоприятную для себя (и соответственно негативную с позиций доходов бюджета) стратегию, уплачивая ввозную таможенную пошлину по низкой ставке и почти не уплачивая налог на прибыль.

Критически важно обеспечить взаимную увязку налогового и таможенного законодательств в части реализаций их фискальных функций, касающихся импорта товаров. И здесь нужны определенные законодательные инициативы. В итоге этих реформ импортер должен быть лишен возможности произвольно манипулировать фискальными аспектами законодательства. Поскольку основной негативный эффект связан с уклонением от уплаты налога на прибыль, следует рассмотреть варианты принципиальной модернизации налогового законодательства.

Необходимо изменение уровня взаимодействия налоговых и таможенных органов. В настоящее время предпосылки для полноценной организации такого взаимодействия не созданы. Существует ведомственная разобщенность налоговых и таможенных органов. Каждый из них имеет четко

очерченную законодательством сферу деятельности, отвечает за поступление в бюджет «своих» налогов или таможенных платежей. В таких условиях участники ВЭД давно и успешно используют неспособность государства проводить цельную фискальную политику. Идеальным вариантом такой реформы должно быть создание единой фискальной структуры, объединяющей таможенные и налоговые органы [2].

Подытоживая вышесказанное, можно отметить, что точное, правильное определение таможенной стоимости значимо не только для взимания положенных сумм таможенных платежей в бюджет, но и в целях валютного и экспортного контроля, защиты национальных интересов на мировом рынке, т.е. для экономической безопасности и упрочения страны в целом.

Список использованных источников

1. Цыкунов, И.В. Контроль таможенной стоимости товаров: проблемы создания нового механизма [Текст] / И.В. Цыкунов // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2022. – № 2. – С. 24-29.

2. Цыкунов, И.В. Современная концепция контроля таможенной стоимости [Текст] / И.В. Цыкунов // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2022. – № 5. – С. 34-40.

УДК 336.761.6

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО РИСКА

А.И. Журавель, 2 курс магистратуры, **Т.К. Кареткина**, 1 курс магистратуры
Научный руководитель – **Н.В. Покровская**, к.э.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет

На сегодняшний день в риск-менеджменте самый популярный способ измерения рыночного риска – показатель value at risk (VaR) или стоимость под риском. VaR – оценка в денежном выражении величины, которую в течении заданного временного промежутка не превысят ожидаемые потери с заданной вероятностью. Величина VaR портфеля с заданной доверительной вероятностью $(1 - \alpha)$ и заданным периодом владения портфелем t – это величина, которая обеспечивает полное покрытие вероятных потерь x за время t с вероятностью $(1 - \alpha)$:

$$P(VaR \geq x) = 1 - \alpha \dots \dots \dots (1)$$

Иными словами, VaR для портфеля – это максимальный ожидаемый убыток, вызванный колебанием цен.

Временной горизонт (t) и доверительный интервал $(1-\alpha)$ являются основными параметрами, ибо без них невозможен расчет и интерпретация величины VaR. [1, с. 298]

Существуют три основных метода расчета VaR:

4. дельта-нормальный метод или ковариационно-вариационный;
5. метод исторического моделирования;
6. метод Монте-Карло.

Дельта-нормальный метод (ковариационно-вариационный метод)

В основе данного метода лежит предпосылка о том, что логарифмическая доходность факторов рыночного риска подчиняется нормальному закону распределения с параметрами μ - математическое ожидание логарифмической доходности и σ^2 – дисперсией логарифмической доходности:

$$\ln\left(\frac{P_{t+1}}{P_t}\right) \sim N(\mu, \sigma^2) \quad (2)$$

При нормальном распределении значение квантиля $k_{(1-\alpha)}$ будет характеризовать соответствующий доверительный интервал $(1 - \alpha)$ для расчета VaR. Таким образом, с вероятностью $(1 - \alpha)$ наименьшая цена следующего дня будет равна:

$$P_{t+1} = P_t(e^{\mu t - k_{(1-\alpha)}\sigma t} - 1) \quad (3)$$

Как известно стоимость облигации обратно пропорциональна процентной ставке. Соответственно, фактор риска облигаций – процентная ставка. В свою очередь, чувствительностью облигации к фактору риска является модифицированная дюрация (MD). Так как на рынке торгуется

доходность облигации, то риск для ее держателя – изменение доходности. Следовательно, при расчете VaR следует учитывать модифицированную дюрацию, а вместо приращения цены использовать приращение доходности.

Учитывая вышесказанное, VaR для облигации на временном горизонте T рассчитывается как:

$$VaR = MD \cdot y \cdot PV \cdot k_{(1-a)} \sigma_t \cdot \sqrt{T},$$

где MD – модифицированная дюрация облигации, y – доходность облигации, σ_t – стандартное отклонение приращения доходностей; P – рыночная стоимость.

Для портфеля облигаций расчет VaR следующий:

$$VaR_p = MD_p \cdot y_p \cdot P_p \cdot k_{(1-a)} \cdot \sigma_p \cdot \sqrt{T}, \quad (4)$$

где MD_p – средневзвешенная дюрация портфеля; y_p – средневзвешенная доходность портфеля; P_p – средневзвешенная рыночная стоимость портфеля; σ_p – стандартное отклонение приращений доходности портфеля.

Приращение доходности портфеля определяется как:

$$\delta y_t = \ln \left(\frac{y_t}{y_{t-1}} \right), \quad (5)$$

где y_t – доходность портфеля в момент времени t.

Стандартное отклонение в таком случае рассчитывается через матрицу ковариаций между приращениями доходности всех входящих в портфель бумаг как квадрат из дисперсии:

$$\sigma_p^2 = (d_1 \quad \dots \quad d_n) \begin{pmatrix} Cov_{11} & \dots & Cov_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ Cov_{n1} & \dots & Cov_{nn} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} d_1 \\ \dots \\ d_n \end{pmatrix}, \quad (6)$$

где Cov_{ij} – ковариация между приращениями доходности i-ой и j-ой бумаги; d_i – вес i-ой бумаги в рыночной стоимости портфеля. [2, с.258]

Метод исторического моделирования

Метод исторического моделирования строится на предположении о том, что поведение рынка в ближайшем будущем будет иметь стационарный характер.

Для расчета приращения доходности портфеля облигаций применяется следующая формула:

$$\delta y_t = \ln \left(\frac{y_t}{y_{t-1}} \right), t = 1, \dots, T, \quad (7)$$

где y_t – доходность портфеля в момент времени t.

Далее найденные T сценариев изменения доходности ранжируются аналогично от большего к меньшему и нумеруются так же от 1 до T. Тогда VaR с доверительным интервалом $(1 - a)$ пакета облигаций будет рассчитываться следующим образом:

$$VaR_p = MD_p \cdot y_p \cdot P_p \cdot \delta y_{(1-a)T} \cdot \sqrt{T}, \quad (8)$$

где $\delta y_{(1-a)T}$ – сценарий изменения доходности с ранжированным номером $(1-a)T$. Данный метод прост в реализации, если есть доступ к актуальной выборке. Чем больше выборка, используемая для моделирования, тем точнее оценка VaR. [3, с.189]

Метод Монте-Карло

Основа метода Монте-Карло – модуляция случайных процессов с заданными параметрами. Метод Монте-Карло во многом похож на метод исторического моделирования, однако, есть некоторые существенные различия:

3. изменение цен в данном методе генерируется псевдослучайно исходя из заданных параметров распределения. Например, математического ожидания μ и стандартного отклонения σ – волатильности;

4. количество смоделированных сценариев может достигать до нескольких десятков тысяч.

Суть расчета VaR методом Монте-Карло сводится к моделированию траекторий цены актива с помощью генерации случайных чисел с заданным нормальным распределением с параметрами средней цены (μ) и волатильности (σ). Траектория цен – последовательность смоделируемых цен. Данная последовательность начнется с текущей цены актива, а заканчивается ценой на выбранном шаге (длина шага равняется, например, одному дню). Соответственно, точность модели прямо пропорциональна количеству шагов.

Для расчета дневного VaR методом Монте-Карло необходимо придерживаться следующего алгоритма:

7. по имеющейся выборке рассчитывается средняя цена (μ) и волатильность (σ) цены;
8. используя датчик случайных чисел генерируется нормально распределённая случайная величина z с параметрами, рассчитанными на предыдущем этапе – μ и σ ;
9. определяется траектория цен по формуле $P_t = P_0 e^{z\sigma t - 1}$, где P_0 – сегодняшняя цена актива;
10. на основе траектории цены рассчитывается изменение стоимости портфеля;
11. предыдущие шаги 5 повторяются T раз и получается N сценариев значения ΔV . Данные значения по аналогии с методом исторического моделирования сортируются от большего к меньшему и нумеруются;
12. далее определяется VaR с доверительным интервалом $(1-a)$. Значение VaR с доверительным интервалом $(1-a)$ будет равным изменению с номером $(1-a)T$ (округление до целого принято проводить в меньшую сторону). [4, с.423]

Список использованных источников

1. Энциклопедия финансового риск-менеджмента / под ред. А. А. Лобанова, А. В. Чугунова. – 4-е изд., испр. И доп. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 932 с.
2. Чекулаев М.А. Риск-менеджмент: управление финансовыми рисками на основе анализа волатильности / Чекулаев М.А. – М.: Альпина Паблшер. – 2002. – 344 с.
3. Francesco Saita. Value at Risk and Bank Capital Management – Elsevier, 2007. – 276 с.
4. J.Skoglund, W. Chen. Financial Risk Management: Applications in Market, Credit, Asset and Liability Management and Firmwide Risk – 2015. – 576 с.

УДК 336

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЗЕМЕЛЬНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Я.С. Зайцева, магистрант, 1 курс

Научный руководитель – **И.А. Конончук**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Аннотация. В данной статье проанализировано состояние земельного налогообложения в Республике Беларусь и проведен сравнительный анализ земельного налогообложения Республики Беларусь и Российской Федерации.

Ключевые слова: земельного налогообложение, налоговая база, налоговая ставка, налоговый период.

Характер налогообложения со свойственными налогами, их структурой, способами взимания, ставками, фискальными полномочиями различных уровней власти, налоговой базой, сферой действия налогов, налоговыми льготами определяется под воздействием экономических, политических, социальных условий, складывающихся в определенном государстве. Однако изучение перспективного опыта налогообложения других стран позволяет оценить возможности его использования и повысить эффективность налоговой системы с фискальной и экономической точки зрения. Важным имущественным налогом с присущей ему экономической функцией выступает земельный налог.

Земельный налог в Республике Беларусь является республиканским налогом. Физические лица и организации, являясь плательщиками земельного налога, обеспечивают поступление данного обязательного платежа на уровне 3 % доходов консолидированного бюджета Республики Беларусь.

Объектом обложения являются земельные участки, расположенные на территории Республики Беларусь, за исключением земель лесного фонда, земель водного фонда, земельные участки общего пользования (улицы, скверы), земли заповедников, ботанических парков, земли, занятые кладбищами, земли запаса и другие.

Налоговой базой земельного налога является:

1. площадь земельного участка – если кадастровая стоимость 1 га менее установленного Налоговым кодексом Республики Беларусь лимита;

2. кадастровая стоимость земельного участка – рассчитывается как произведение кадастровой стоимости 1 га и площади земельного участка.

Налоговые ставки земельного налога, следующие:

1. если в качестве налоговой базы выступает площадь земельного участка, налоговая ставка применяется в рублях;

2. если в качестве налоговой базы выступает кадастровая стоимость земельного участка, налоговая ставка применяется в процентах.

Местные органы власти имеют право увеличивать или уменьшать ставки земельного налога, но не более, чем в 2 раза.

Налоговым периодом земельного налога считают календарный год. Земельный налог плательщиком – физическим лицом уплачивается на основании извещения налогового органа установленной формы, ежегодно вручаемого плательщику не позднее 1 сентября года, следующего за истекшим налоговым периодом. Плата земельного налога плательщиком – физическим лицом производится ежегодно не позднее 15 ноября года, следующего за истекшим налоговым периодом, – за истекший налоговый период. В случае вручения налоговым органом извещения по истечении указанного срока уплаты налог подлежит уплате не позднее тридцати календарных дней со дня вручения извещения плательщику; в течение тридцати календарных дней со дня вручения извещения плательщику – при предъявлении к уплате налога за предшествующие налоговые периоды.

Уплата земельного налога плательщиками-организациями по итогам истекшего налогового периода производится не позднее 22 февраля года, следующего за истекшим налоговым периодом.

Для Республики Беларусь важно изучение опыта Российской Федерации в силу тесного экономического сотрудничества, сопряжения территориальных границ и прогнозов дальнейшей интеграции и развития.

Сравнительная характеристика элементов земельного налога в Республике Беларусь и Российской Федерации представлена в таблице.

В Российской Федерации земельный налог является местным налогом, устанавливается нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований (федеральной территории «Сириус»), а в городах федерального значения Москве, Санкт-Петербурге и Севастополе – законами этих субъектов Российской Федерации и обязателен к уплате на территории этих муниципальных образований (федеральной территории «Сириус») и указанных субъектов Российской Федерации.

Плательщиками земельного налога признаются физические лица, обладающие земельными участками, признаваемыми объектом налогообложения, на праве собственности, праве постоянного (бессрочного) пользования или праве пожизненного наследуемого владения, а также организации, обладающие земельными участками, признаваемыми объектом налогообложения, на праве собственности, праве постоянного (бессрочного) пользования.

Объектом налогообложения признаются земельные участки, расположенные в пределах муниципального образования (городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя), на территории которого введен налог.

Налоговый период составляет 1 года, а отчетный период – первый квартал, второй квартал и третий квартал календарного года.

Таблица – Сравнительный характеристика элементов земельного налога Республики Беларусь и Российской Федерации

	Российская Федерация	Республика Беларусь
Плательщики налога	Физические и юридические лица	Физические и юридические лица
Объект обложения	Земельные участки, расположенные в пределах муниципального образования, на территории которого введен налог.	Земельные участки, расположенные на территории Республики Беларусь, за исключением земель лесного фонда, земель водного фонда, земельные участки общего пользования (улицы, скверы), земли заповедников, ботанических парков, земли, занятые кладбищами, земли запаса и др.
Налоговая база	Кадастровая стоимость земельных участков, признаваемых объектом налогообложения.	1. Площадь земельного участка – если кадастровая стоимость 1 га менее установленного Налоговым кодексом Республики Беларусь лимита; 2. Кадастровая стоимость земельного участка – рассчитывается как произведение кадастровой стоимости 1 га и площади земельного участка.
Налоговый период	Календарный год	Календарный год
Налоговая ставка	- 0,3 % исходя из кадастровой стоимости в отношении определенных земельных участков; - 1,5 % исходя из кадастровой стоимости в отношении прочих земельных участков.	1. Если в качестве налоговой базы выступает площадь земельного участка, налоговая ставка применяется в рублях; 2. Если в качестве налоговой базы выступает кадастровая стоимость земельного участка, налоговая ставка применяется в процентах.
Срок уплаты	Организациями уплачивается не позднее 1 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом, срок уплаты авансовых платежей по налогу – не позднее последнего числа месяца, следующего за истекшим отчетным периодом. Физическими лицами налог уплачивается не позднее 1 декабря года, следующего за истекшим налоговым периодом.	Уплачивается налог организациями или 1 раз в год не позднее 22 февраля, или в размере $\frac{1}{4}$ суммы земельного налога до 22 числа второго месяца каждого квартала. Физическими лицами уплачивается не позднее 15 ноября налогового периода.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3, 4]

Налоговая база определяется как кадастровая стоимость земельных участков, признаваемых объектом налогообложения.

Налоговые ставки устанавливаются нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований (законами городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя, нормативными правовыми актами представительного органа федеральной территории «Сириус») и не могут превышать:

- 0,3 % исходя из кадастровой стоимости в отношении следующих земельных участков:

- отнесенных к землям сельскохозяйственного назначения или к землям в составе зон сельскохозяйственного использования в населенных пунктах и используемых для сельскохозяйственного производства;
- занятых жилищным фондом и объектами инженерной инфраструктуры жилищно-коммунального комплекса (за исключением доли в праве на земельный участок, принадлежащей на объект, не относящийся к жилищному фонду и к объектам инженерной инфраструктуры жилищно-коммунального комплекса) или приобретенных (предоставленных) для жилищного строительства (за исключением земельных участков, приобретенных (предоставленных) для индивидуального жилищного строительства, используемых в предпринимательской деятельности);
- не используемых в предпринимательской деятельности, приобретенных (предоставленных) для ведения личного подсобного хозяйства, садоводства или огородничества, а также зе-

мельных участков общего назначения, предусмотренных Федеральным законом от 29 июля 2017 года № 217-ФЗ «О ведении гражданами садоводства и огородничества для собственных нужд и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

- 1,5 % исходя из кадастровой стоимости в отношении прочих земельных участков.

Такая дифференциация налоговых ставок в земельном налогообложении отвечает целям построения социально-ориентированной налоговой системы. Кроме того через сокращение налоговой ставки государство имеет возможность косвенно воздействовать на функционирование рыночной экономики с целью обеспечения ускоренного развития определенных секторов и отраслей.

Срок уплаты налога для организаций – не позднее 1 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом, срок уплаты авансовых платежей по налогу – не позднее последнего числа месяца, следующего за истекшим отчетным периодом. Сроки уплаты налога для физических лиц – не позднее 1 декабря года, следующего за истекшим налоговым периодом. Действующий механизм налогообложения земельных участков позволяет обеспечить около 7 % государственной казны Российской Федерации.

Проанализировав основные элементы земельного налога Республики Беларусь и Российской Федерации, можно сделать вывод, что обложение земельным налогом в двух странах характеризуется рядом общих положений: плательщиками налога являются как физические, так и организации; налоговым периодом является календарный год; в качестве объекта обложения выступают земельные участки. Однако подходы в определении налоговой базы, размера налоговых ставок и сроков уплаты земельного налога имеют свои отличительные черты, вызванные страновыми различиями в выборе методов и инструментов налогового регулирования, поставленными приоритетными целями и тактическими задачами, уровнем и структурой экономики государств.

Список использованных источников

1. Налоговый Кодекс Республики Беларусь // Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by>. – Дата доступа: 13.03.2023.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 13.03.2023.

3. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.ru/gn77/>. – Дата доступа: 13.03.2023.

4. Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nalog.gov.by>. – Дата доступа: 13.03.2023.

УДК 33

ANALYSIS OF FINANCIAL MARKETS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

A.A. Ivanovich, 1st year

Scientific supervisor – **N.P. Bulanova**, senior lecturer

Belarusian National Technical University

The concept of a financial market means a cyclical and well-organized system of relationships and the exchange of securities, money trading. It is this system that accompanies the continuous and cyclical movement of funds between the most diverse participants in this market. Basically, market participants are: the state, companies, investors and many others. If we study the world market, we will understand then that this is an important and necessary part of any state. If there is no money flow or money exchange, then there will be no economy.

In the modern world, there is a rapid and active movement of finance between different countries. It is for this reason that now really no state or region can exist in isolation or closed. Undoubtedly, financial markets have been developing for quite a long time, at a time when prepared financial institutions were being created. At the same time, a suitable infrastructure was being created.

At the moment, it cannot be said that the actual state of the financial markets is final. It is necessary to understand the level of development of finance and financial markets, consider the structure of financial markets [1].

The financial market most often consists of some parts and components, but their influence and benefits for the economy in each country are different. For example, if we take the USA and Germany, then when studying the financial markets of these countries, we can understand that these are two opposite examples of national financial markets. On the example of these countries, one can observe how different financial markets are in different countries of the world. There is the American financial system, which is based on the securities market. And the German financial system is based on banks - a financial system based on banks.

This means that the first case is mainly characteristic of the stock exchange, and the capital functions through securities, the management of possible risks and joint management occurs through this market. In a system that focuses on banks, they control all management and functionality [2]. After analyzing the financial systems of various countries, highlighting the level of their development, we can consider the level of development of the financial system of the Republic of Belarus and ways to improve it. In the Republic of Belarus, the financial market began to form relatively recently. This event began to take place in the process of transformation of the socialist economic system.

Unfortunately, not all of its possible market segments have been mastered. The weakness of the economy, there is also a part of the poor in our country and the priority of our state - all this is the reason for not the best situation. The stock market of Belarus is at the initial stage of development at the moment. This applies not only to free trading in stocks, but to the entire secondary securities market. As a result, such a situation in the stock market does not motivate people to invest their money at all. The credit system is formed according to market principles in such areas as consumer lending and small business lending, but lending to large enterprises in the country is still under state supervision. As for the country's insurance system, the situation is similar. Therefore, we can say that the Financial Market of the Republic is still simply serving and supporting the already existing system.

The financial system of the Republic of Belarus has shortcomings and these include low liquidity of the securities market, low level of competition in the banking sector, significant state influence on the banking system and the initial level of development of non-banking financial institutions, inefficient allocation of resources. Misuse of resources occurs as a result of government-recommended lending.

In recent years, problems have arisen in the financial market. Issues with finances depend not only on people, but also on non-human factors. These problems can be caused by COVID-19 and, accordingly, political problems in the world.

Looking ahead, if the global pandemic situation remains the same, then central banks will continue to play a critical role in keeping global financial markets stable and credit flowing into the economy. But the crisis affects not only liquidity. First of all, this raises questions about solvency, and at a time when large segments of the world economy are experiencing a complete stoppage of activity [3].

In conclusion, we would like to add that if monetary, fiscal and financial policies come together and work together, the consequences of COVID-19 will not be so severe and painful for the economy and the population as a whole.

For the successful development of not only our country, but also countries suffering from global problems, it is necessary to ensure a stable and sustainable recovery when the pandemic and the situation in the world are brought under control. In order to improve and support suffering countries, it is necessary to restore market confidence and minimize the risks to the financial situation, that is, stability. Close, uninterrupted and cohesive movement in the field of world markets will play an important role.

References

1. Expert: Institutional Structure of International Financial Markets, [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.forex.in.rs/functions-of-financial-markets/>. – Access date: 28.03.2023.
2. Expert: Financial Markets: Role in the Economy, Importance, Types, and Examples [Electronic resource]. – <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-market.asp/>. – Access date: 28.03.2023.
3. Expert: Financial Market [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.wall-streetmojo.com/financial-market/>. – Access date: 28.03.2023.

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ ФИНАНСОВОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ

Е.Е. Козловская, аспирант

Научный руководитель – М.П. Самоховец, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Одной из важнейших характеристик состояния развития региона выступает финансовая самостоятельность местного бюджета. Важным фактором, влияющим на ее уровень, безусловно, выступает состояние производственной и социальной сфер региона, зависящее от степени развития инфраструктуры региона. В случае несоответствия уровня развития инфраструктуры уровню развития экономики возможно замедление производственных процессов, ухудшение качества жизни населения [1, с. 57]. Инфраструктура регионов неразрывно связана с обеспечением и предоставлением условий для нормальной жизнедеятельности населения региона, а также эффективного функционирования производства территории.

Исследованиями в области классификации видов инфраструктур занимаются различные учёные, экономисты, эксперты в области регионального развития территорий. Однако до сих пор не разработана единая целостная классификация видов инфраструктур, их существует большое количество. Так, например, в соответствии с основными направлениями развития инфраструктуры Республики Беларусь, предусмотренными в Национальной инфраструктурной стратегии, выделяются следующие виды инфраструктур регионов:

- ✓ энергетическая и транспортная инфраструктура;
- ✓ социальная инфраструктура;
- ✓ инфраструктура ЖКХ;
- ✓ прочая инфраструктура [2].

В то же время в экономической литературе чаще всего выделяют производственную и социальную региональную инфраструктуру. Производственная инфраструктура направлена на обслуживание ведущих отраслей производства и обеспечение движения материальных средств, рабочей силы, производственной информации. Сущность социальной инфраструктуры заключается в обеспечении жизнедеятельности населения на все более высоком качественном уровне [3, с. 419].

В Республике Беларусь элементы производственной и социальной инфраструктуры можно заметить в составе функциональной классификации расходов по разделам, представленным в таблице.

Таблица – Элементы производственной и социальной инфраструктуры в составе функциональной классификации расходов местных бюджетов

Раздел «Национальная экономика»	
Подразделы	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Общие экономические вопросы</i> ➤ <i>Сельское хозяйство, рыбохозяйственная деятельность</i> ➤ <i>Лесное хозяйство</i> ➤ <i>Промышленность, строительство и архитектура</i> ➤ <i>Транспорт</i> ➤ <i>Дорожное хозяйство</i> ➤ <i>Связь</i> ➤ <i>Топливо и энергетика</i> ➤ <i>Прикладные исследования в области национальной экономики</i> ➤ <i>Другая деятельность в области национальной экономики</i>
Раздел «Жилищно-коммунальные услуги и жилищное строительство»	
Подразделы	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Жилищное строительство</i> ➤ <i>Жилищно-коммунальное хозяйство</i> ➤ <i>Благоустройство населенных пунктов</i> ➤ <i>Прикладные исследования в области жилищно-коммунальных услуг</i> ➤ <i>Другие вопросы в области жилищно-коммунальных услуг</i>

Раздел «Здравоохранение»	
<i>Подразделы</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Медицинская помощь населению</i> ➤ <i>Государственный санитарный надзор</i> ➤ <i>Прикладные исследования в области здравоохранения</i> ➤ <i>Другие вопросы в области здравоохранения</i>
Раздел «Образование»	
<i>Подразделы</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Дошкольное образование</i> ➤ <i>Общее среднее образование</i> ➤ <i>Профессионально-техническое образование</i> ➤ <i>Среднее специальное образование</i> ➤ <i>Высшее и послевузовское образование</i> ➤ <i>Дополнительное образование взрослых</i> ➤ <i>Дополнительное образование детей и молодежи</i> ➤ <i>Прикладные исследования в области образования</i> ➤ <i>Другие вопросы в области образования</i>
Раздел «Социальная политика»	
<i>Подразделы</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Социальная защита</i> ➤ <i>Пенсионное обеспечение</i> ➤ <i>Помощь семьям, воспитывающим детей</i> ➤ <i>Государственная молодежная политика</i> ➤ <i>Содействие занятости населения</i> ➤ <i>Помощь в обеспечении жильем</i> ➤ <i>Прикладные исследования в области социальной политики</i> ➤ <i>Другие вопросы в области социальной политики</i>
Раздел «Физическая культура, спорт, культура и средства массовой информации»	
<i>Подразделы</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Физическая культура и спорт</i> ➤ <i>Культура</i> ➤ <i>Средства массовой информации (СМИ)</i> ➤ <i>Прикладные исследования в области физической культуры, спорта, культуры и средств массовой информации</i> ➤ <i>Вопросы религии и другие вопросы в области физической культуры, спорта, культуры и средств массовой информации</i>

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4].

Исходя из таблицы следует, что сведения о затратах местных бюджетов на поддержание и развитие социальной инфраструктуры содержатся в таких разделах функциональной классификации расходов бюджетов как «жилищно-коммунальные услуги и жилищное строительство», «здравоохранение», «образование», «социальная политика», «физическая культура, спорт, культура и СМИ». Сведения о затратах местных бюджетов на поддержание и развитие производственной инфраструктуры отражает раздел «национальная экономика».

Национальной инфраструктурной стратегией Республики Беларусь предусмотрен ряд направлений по развитию основных элементов инфраструктуры регионов. Основными проектами, представляющими транспортную инфраструктуру, стали проекты по развитию инфраструктуры автомобильного и воздушного транспорта, которые предполагают строительство и реконструкцию дорог международного, регионального и местного назначения, например, реконструкция автомобильной дороги М–10: граница Российской Федерации (Селище) - Гомель – Кобрин, км 109,9 – км 195,15.

Проекты в области социальной инфраструктуры предполагают строительство и реконструкцию зданий больниц, станций скорой медицинской помощи (в т.ч. реконструкция комплекса зданий УЗ «Городская клиническая больница №3 г.Гродно», «Гродненский областной клинический онкологический диспансер»), зданий школ и детских садов др. Основными проектами, представляющими энергетическую инфраструктуру, стали проекты по строительству и реконструкции подстанций, а также ряд проектов по строительству ГЭС в Брестской, Минской, Витебской и Гродненской областях.

Проекты в области инфраструктуры жилищно-коммунального хозяйства предполагают строительство и реконструкцию объектов очистных сооружений, мусороперерабатывающих заводов,

водных и канализационных сооружений, улично-дорожной сети, полигонов, твердо-бытовых отходов, жилых и коммерческих объектов инфраструктуры, предлагаемые облисполкомами [2].

Развитие данных видов инфраструктур в регионах позволит совершенствовать как производство материальных благ, так и качество жизни населения территории, что окажет положительное влияние на значение финансовой самостоятельности местного бюджета, которое во многом зависит от уровня собственных доходов бюджета.

Список использованных источников

1. Кириенко, О. Э. Управление развитием рыночной инфраструктуры региона / О. Э. Кириенко, Т. А. Кищенко // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2019. – № 1. – С. 57-64.
2. Национальная инфраструктурная стратегия Республики Беларусь на период 2017-2030 годов / Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 30 с.
3. Шумахов, Р. В. Развитие региональной инфраструктуры / Р. В. Шумахов // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2012. – № 4(34). – С. 418-423.
4. О бюджетной классификации Республики Беларусь [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 31 дек. 2008 г., № 208 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=W22136253>. – Дата доступа: 27.03.2023.

УДК 336.64

ДВОЙНАЯ СТРУКТУРА КОМПАНИЙ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ИПОТЕКИ ПОД ЗАЛОГ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

У Кунь, магистрант

Научный руководитель – **В.В. Иванов, д.э.н., профессор**
Санкт-Петербургский государственный университет

В Китае значительное развитие получают коммерческие ценные бумаги с ипотечным покрытием (CMBS – английская аббревиатура Commercial Mortgage Backed Securities). Банки-кредиторы используют первоначальные коммерческие ипотечные ссуды в качестве капитала и будущие доходы от соответствующей коммерческой недвижимости (примерно сдачи в аренду, плата за коммерческое управление и т. д.) в качестве основного источника погашения основного долга и процентов по выпущенным ценным бумагам [1, с. 227].

С помощью продукта CMBS могут преодолеваться ограничения в получении банковских кредитов на операционную недвижимость. Финансирование CMBS зависит в основном не от кредитоспособности заемщика, а от базовых активов и кредитного рейтинга связанных лиц, к тому же масштабы финансирования обычно относительно велики. В отличие от других стран, CMBS обычно используют двойную структуру компаний специального назначения (SPV) для финансирования, когда они выпускаются фондовой биржей на ранней стадии выхода на рынок Китая.

Прежде всего, в структуре сделки обычно вводится промежуточный спонсор для подписки на трастовый план, а затем трастовый план используется для выдачи трастовых кредитов финансиру. В то же время целевое имущество закладывается в траст плана, а денежный поток от целевого имущества закладывается в качестве источника погашения траста. Траст – это первый SPV. После этого устанавливается специальный план и сторона промежуточного фонда, как первоначальный владелец, передает права бенефициара траста в качестве основных активов на специальный план, а специальный план является второй SPV.

В модели с одним SPV первоначальный владелец капитала напрямую выдает ссуды заемщику, а администратор плана устанавливает специальный план поддержки активов для сбора средств для покупки требований по кредиту у первоначального владельца капитала, а заемщик напрямую закладывает активы собственности для режима диспетчера планов (представляющий специальный план) [3, с. 89].

Поскольку большая часть коммерческой недвижимости в настоящее время используется в качестве залога для банковских кредитов на недвижимость, то на данную недвижимость действует ограничения прав. В течение всего проекта агентство по обслуживанию активов отвечает за

управление целевым имуществом и поступлением дохода от него. Агентство по обслуживанию активов, как правило, само является финансовым агентом, и в качестве службы по управлению активами также может быть привлечена независимая третья сторона. Агентство по совместному управлению, администратор плана сотрудничает с банком-кастодианом для распределения специальных планов.

Согласно правилам Комиссии по регулированию ценных бумаг Китая, базовые активы должны быть в состоянии генерировать независимый, предсказуемый и стабильный денежный поток. Однако денежный поток, генерируемый используемой коммерческой недвижимостью, имеет некоторую степень неопределенности, на которую обычно влияют такие факторы, как заполняемость и уровень арендной платы. Таким образом, финансист создает облигации через траст, закладывает имущество в трастовый план и трансформирует нестабильный денежный поток базовых активов в стабильную структуру облигаций для достижения предсказуемых целей. Таким образом, базовым активом CMBS, по сути, является основное обязательственное право.

Однако, поскольку китайские законы и правила определяют личность залогодержателя по-разному, в некоторых местах «кредитор» просто приравнивается к «залогодержателю», что расширяет сферу ограничений. Таким образом, выдачей ипотеки могут заниматься только финансовые учреждения, получившие «Финансовую лицензию», физические лица и предприятия малых кредитных компаний, созданные с одобрения компетентного департамента народного правительства провинции [2].

Поскольку ипотека является незаменимой мерой повышения кредитоспособности в проекте CMBS, а администратор специального плана (компании по ценным бумагам, компании по управлению ценными бумагами и дочерние фонды) не имеют «финансовой лицензии», поэтому основной причиной добавления трастового плана является законность ипотечных процедур.

В целом, CMBS, как важная часть ценных бумаг, обеспеченных активами, обладает такими преимуществами, как высокая эффективность финансирования, низкая цена выпуска, хорошая изоляция рисков, высвобождение стоимости коммерческой недвижимости при сохранении контроля над активами и потенциала будущего роста. Это важный метод финансирования для застройщиков. Стоимость финансирования, эффективность финансирования и операционная сложность модели с двойным SPV выше, чем у модели с одним SPV, что связано с политическими ограничениями, вызванными неравномерным и неполным развитием финансового рынка Китая. Возможность использования модели с одним SPV зависит от того, может ли основное имущество быть заложено администратору плана. Благодаря постоянному совершенствованию политики и законодательства Китая в области ценных бумаг, модель с одним SPV имеет положительные тенденции развития как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Дальнейшее изучение опыта финансовой системы Китая [34, с. 17] представляет интерес для определения перспектив развития финансовых систем иных азиатских стран и России [3, с. 210-232].

Список использованных источников

1. Павельева Е. А. Классификация ценных бумаг, обеспеченных активами // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2011. №2. С. 227-234.
2. Хэ Чжисон, Ли Хухуань, Чжоу Юхуа Исследование типовой структуры транзакций CMBS 2017. 54 с.
3. Шэнь Ян Исследование эволюции структуры сделок по проектам CMBS // CFA. 2021. №2. С. 111 -115.
4. Финансовая система Китая /под ред. В.В. Иванова, Н.В. Покровской. М., 2020. 352 с.
5. Азиатские соседи России: взаимодействие в региональной среде. М.: Центр российской стратегии в Азии Института экономики РАН, 2021. 246.

УДК 316.422

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЛОРУССКОГО ИННОВАЦИОННОГО ФОНДА

Н.М. Кураш, 3 курс

Научный руководитель – **О.А. Кукса**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Белорусский инновационный фонд (Белинфонд) – это организация, которая осуществляет свою деятельность на принципах долгосрочного и возвратного финансирования инновационных разработок, венчурных проектов, работ по организации и освоению производства; имеет возможность

создавать филиалы и представительства в республике и за рубежом; может принимать долевое участие в создании и деятельности хозяйствующих субъектов [1].

Белорусский инновационный фонд образован 12.11.1998 и является некоммерческой организацией, находящейся в подчинении Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь.

Фонд реализует финансирование инновационных проектов, внедрение новых инструментов финансирования, формирование инновационной инфраструктуры, проводит республиканский конкурс инновационных проектов, развивает международное сотрудничество, предоставляет венчурные инвестиции.

Белинфонд финансирует проекты, используя 3 механизма:

1) безвозвратное финансирование путем предоставления ваучеров (до \$25 тыс) и грантов (до \$100 тыс);

Отметим, что отличие инновационных ваучеров от грантов в следующем.

Инновационный ваучер – это сертификат, который дает право его обладателю на получение услуг по инновационной тематике, связанных с патентованием разработок, бизнес-планированием и др [1]

Выделяется физическим лицам и индивидуальным предпринимателям для реализации проекта на начальной стадии.

Гранты – это финансовые средства, предоставляемые получателям государственной финансовой поддержки для проведения научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ на условиях, определяемых договором и актами законодательства [1]

Грант выдаётся при реализации конструкторско-технологического этапа для проведения научно-технических, опытно-конструкторских и технологических работ. Выделяется только юридическим лицам резидентам РБ, которые являются субъектами малого предпринимательства.

2) венчурное финансирование (Белинфонд является учредителем RBF Ventures – первого в Беларуси венчурного фонда);

Венчурный фонд — рискованный инвестиционный фонд, ориентированный на работу с инновационными предприятиями и проектам [1].

Венчурное финансирование — это долгосрочные высокорисковые инвестиции в капитал новых высокотехнологичных стартапов (либо уже хорошо зарекомендовавших себя венчурных компаний). Последние представляют собой, как правило, относительно небольшие предприятия, ориентированные на разработку и производство наукоемких продуктов льготное финансирование на возвратной основе [1].

Главное отличие классических инвестиций от венчурных инвестиций: в последних преобладает доля большого риска: свыше 50%.

3) льготное финансирование на возвратной основе.

Белинфонд осуществляет поддержку инновационных проектов на возвратной основе, в том числе проекты:

- научно-исследовательские, опытно-конструкторские и опытно-технологические работы
- работы по организации и освоению производства научно-технической продукции
- венчурные проекты.

Финансирование инновационных проектов и работ по организации и освоению производства на возвратной основе по льготным условиям:

- за пользование средствами начисляются проценты в размере 0,5 ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь,
- средства выделяются сроком до 7 лет с возможностью отсрочки платежа по основному долгу и процентам сроком до 2 лет,
- страхование займа и залог не требуются.

Для того чтобы получить финансирование существует следующий алгоритм:

- 1) Поиск государственного заказчика проекта
- 2) ведомственная экспертиза и предоставление комплекта документов в ГКНТ
- 3) прохождение государственной экспертизы
- 4) конкурсная комиссия и включение проекта в перечень

- 5) подписание трёхстороннего договора
- 6) возврат и отчётность

На данный момент Белинфонд является соучредителем 4 технопарков, 2 международных инновационных центров, а также ежегодно организует и проводит Республиканский конкурс инновационных проектов. Конкурс был основан в 2010 году и на данный момент проводится в 2 номинациях: “Лучший инновационный проект” и “Лучший молодёжный инновационный проект”. Главный приз: 3182 белорусских рублей + 21127 белорусских рублей на развитие проекта. Так в 2022 году на участие в конкурсе было подано 187 заявок из них 6 проектов получили сертификаты на коммерциализацию своих разработок [1]. В 2023 году также объявлен набор заявок, подать можно до 1 августа 2023 года.

В 2018 году количество реализованных проектов при поддержке БИФА составило 13, в 2019 году 20 [1]. Сумма финансирования по годам как мы можем видеть с 2016 года показывала устойчивый рост: в 2018 год был максимальный пик, который составил свыше 55 миллионов рублей, однако уже в 2019 произошло снижение и сумма финансирования составила менее 40 миллионов рублей [1].

Таблица – Общий объём суммы финансирования проектов по годам

Год	Сумма финансирования
2015	< 10 миллионов рублей
2016	< 10 миллионов рублей
2017	> 20 миллионов рублей
2018	> 55 миллионов рублей
2019	> 40 миллионов рублей

Источник: [1].

О перспективах развития фонда прописано в указе Президента Республики Беларусь от 7 мая 2020 г. №156 “О приоритетных направлениях научной, научно-технической и инновационной деятельности” а также в указе Президента РБ от 25.03.2008 №174 “ О совершенствовании деятельности Белорусского инновационного фонда”.

Приоритетные направления научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021-2025 годы:

- 1) Цифровые информационно-коммуникационные и междисциплинарные технологии, основанные на них производства
- 2) Биологические, медицинские, фармацевтические и химические технологии и производства
- 3) Энергетика, строительство, экология и рациональное природопользование
- 4) Машиностроение, машиностроительные технологии, приборостроение и инновационные материалы
- 5) Агропромышленные и продовольственные технологии
- 6) Обеспечение безопасности человека, общества и государства

Заключение: таким образом подробно рассмотрена деятельность белорусского инновационного фонда, рассмотрены механизмы инвестирования проектов, а также алгоритм получения финансирования, перечислены приоритетные направления инновационной деятельности.

Список использованных источников

1. Сайт белорусского инновационного фонда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://belinfund.by/>. – Дата доступа 27.03.2023
2. Указ Президента РБ от 7 мая 2020 года №156 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://etalonline.by/>. – Дата доступа 27.03.2023
3. Указ Президента РБ от 25 марта 2008 года №174 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://etalonline.by/>. – Дата доступа 27.03.2023

АНАЛИЗ РАСХОДОВ БЮДЖЕТА НА ОБРАЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Н. Мартынович, магистрант
Полесский государственный университет

Образование – процесс обучения и воспитания в интересах человека, общества, государства, направленный на сохранение, приумножение и передачу знаний новым поколениям, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном, нравственном, физическом развитии, на подготовку квалифицированных кадров для отраслей экономики.

В настоящее время система образования Республики Беларусь включает в себя: дошкольное образование, общее среднее образование, профессионально-техническое образование, средне специальное образование, высшее образования, послевузовское образования, дополнительного образования детей и молодежи, дополнительное образования взрослых и специальное образование (таблица 1). [1]. В свою очередь образование подразделяется на основное, дополнительное и специальное.

Таблица 1. – Число учреждений образования в Республике Беларусь

	2019	2020	2021
Учреждения дошкольного образования	3798	3799	3760
Учреждения общего среднего образования	3020	3009	2967
Учреждения профессионально-технического образования	176	176	172
Учреждения среднего специального образования	224	223	221
Учреждения высшего образования	51	50	50

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе [2]

Финансирование государственных учреждений образования осуществляется за счет средств республиканского и местных бюджетов, средств учредителей, средств, полученных от приносящей доходы деятельности и иных источников, не запрещенных законодательством. В таблице 2 представлены расходы консолидированного бюджета на образование за 2019-2022гг.

Таблица 2. – Расходы консолидированного бюджета Республики Беларусь на образование на 2019-2022гг. (млн. руб.)

Показатель	2019	2020	2021	2022
Расходы консолидированного бюджета	6421,6	6872,0	6300,8	8 801,7
В процентах к общим расходам консолидированного бюджета	17,8	16,4	17,26	17,20
В процентах к ВВП	4,8	4,6	4,4	4,8

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе [3]

Расходы на дошкольное образование, определяются спецификой услуг, оказываемых дошкольными учреждениями, и включают две основные группы: текущие (заработная плата, начисление на заработную плату, расходы на питание детей, приобретение мягкого инвентаря, игрушек, пособий и материалов для занятий с детьми, коммунальные расходы) и капитальные (приобретение оборудования и капитальный ремонт).

Расходы общеобразовательных школ учитывают такие показатели, как количество учащихся и число классов, фонд оплаты труда, расходы на питание учащихся (зависит от места расположения учреждения: сельская или городская местность), расходы на приобретение оборудования, предметов длительного пользования, специальных материалов (химических препаратов, реактивов), пополнение книжного фонда, расходы на капитальный ремонт.

Финансирование профессионально-технических учреждений и учреждений среднего специального образования определяется видами их деятельности: специальность, форма обучения. Расходы на подготовку специалистов профессионально-технического учреждения и учреждений среднего

специального образования осуществляется на основании бюджетной сметы, которая включает затраты на оплату труда персонала, расходы на выплату стипендий учащимся, затраты на приобретение материалов снабжения и расходных материалов с учетом специфики учебного заведения и осуществления качественного образовательного процесса, а также расходы на содержание учреждений.

Планирование расходов на содержание высших учебных заведений осуществляется с учетом ступени подготовки, формы обучения, профиля высшего учебного заведения и закладываются в смету: оплата труда, материальные и приравненные к ним затраты, производственное и социальное развитие, расходы на выплату стипендий, расходы на научно-исследовательские работы, на развитие материально-технической базы и капитальный ремонт.

Дополнительное образование взрослых финансируется из республиканского бюджета и включают расходы, связанные с профессиональной подготовкой, переподготовкой, повышением квалификации и стажировкой кадров.

Состав финансовых ресурсов в Республике Беларусь обеспечивает высокий уровень развития национальных образовательных учреждений, соответствует мировым стандартам. Республика Беларусь входит в группу 30 наиболее развитых стран мира по показателям в сфере образования. Вложенные в сферу образования ресурсы всегда возвращаются в производство в виде новых технологий, научных открытий и дают возможность государству конкурировать в мировой экономике.

Список использованных источников

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://kodeksy.by/kodeks-ob-obrazovanii/statya>. - Дата доступа 09.03.2023г.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/obrazovanie>. - Дата доступа 09.03.2023г.
3. Бюджет Республики Беларусь для граждан на 2022 год [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/upload/bp/budjet/budjet2022.pdf>. - Дата доступа 09.03.2023г.

УДК 336.7

РИСКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИ

В.П. Минич, 2 курс

Научный руководитель – **А.С. Голикова**, к.э.н., доцент кафедры финансового менеджмента
Полесский государственный университет

В настоящее время популярностью среди людей пользуются цифровые финансовые услуги, интернет-магазины, различные способы заработка в сети Интернет, а также цифровые финансовые услуги – это спектр мобильных финансовых услуг, доступных и предоставляемых по цифровым каналам, включая осуществление платежей, денежных переводов, обслуживание кредитов, сбережений и страхования.

Зачастую из-за недостаточного знания цифровых технологий, а также сильного желания улучшить свое финансовое положение потребители сталкиваются с финансовыми рисками в сети Интернет. Под финансовыми рисками понимается вероятность потери денежных средств.

Основные существующие риски и способы того, как их избежать приведены в таблице.

Таблица – Финансовые риски и способы избежания

Финансовые риски	Способы избежания
<p>1. Риски, возникающие из особенностей поведения потребителей:</p> <ul style="list-style-type: none"> – недостаточные знания цифровой грамотности; – легкость совершения финансовой операции; – поведенческие искажения. 	<p>Для того чтобы избежать данной категории рисков необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> – уделить время для изучения цифровой грамотности; – не принимать поспешных решений; – отказ от осуществления финансовых операций, уровень риска по которым высок.
<p>2. Риски, возникающие из-за несовершенства рынка цифровых финансовых услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использование компаниями знаний о пользовательской активности онлайн отдельного потребителя для подталкивания его к той или иной финансовой операции; – уязвимость услуг перед цифровыми мошенничествами, включая: фишинг, фарминг, взлом, установка шпионского программного обеспечения, организация финансовых пирамид. 	<p>В данном случае необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пользоваться сайтами только проверенных интернет-магазинов; – адресная строка сайта, на странице которого необходимо ввести платёжные реквизиты, должна начинаться с <code>http://</code> или <code>https://</code>; – использовать лицензионный антивирус на всех устройствах, подключённых к сети Интернет.
<p>3. Риски, возникающие из-за особенностей технологий цифровых финансовых услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принятие решений на основе алгоритмов; – ненадежность связи, сбои в работе программ. 	<p>В данном случае следует:</p> <ul style="list-style-type: none"> – при выполнении операций с деньгами убедиться в надежности связи; – вовремя обновлять программы, чтобы не было сбоев.
<p>4. Риски, возникающие из-за несовершенного регулирования цифровых финансовых услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> – недостаточная защита собираемых персональных данных граждан; – недостаток координации между различными ведомствами внутри страны или между регуляторами разных стран; – дискриминации пользователей, при использовании цифровых технологий. 	<p>Следует:</p> <ul style="list-style-type: none"> – улучшить защиту собираемых персональных данных граждан; – улучшить системы координации между различными ведомствами (стороны должны согласовывать свои планы); – сохранять традиционные способы гражданского оборота (т.к. не все граждане умеют пользоваться цифровыми технологиями либо не имеют доступа к ним).
<p>5. Риски, связанные с кибермошенничеством</p>	<p>Для того чтобы не попасться на уловки кибермошенников следует:</p> <ul style="list-style-type: none"> – не сообщать личные данные и данные банковской карты; – не хранить пароли в открытом доступе; – не пользоваться неофициальными веб-страницами банков; – не регистрироваться на сомнительных сайтах и т.п.

Примечание – Источник [1]

В Республике Беларусь граждане сталкиваются с различными финансовыми рисками, причем большинство из них вызваны кибермошенничеством.

В частности, в 2020 году следователями было возбуждено 25 571 уголовное дело, связанное с преступлениями в сфере информационных технологий, в 2021 году – 15 503.

По данным исследования Kaspersky в 2022 году 45% белорусских пользователей столкнулись с мошенническими действиями, в результате которых у них пытались выманить деньги, платежную информацию или данные от входа в интернет-банкинг.

Атакующие использовали для своих схем различные каналы связи: звонки, текстовые сообщения, электронную почту, социальные сети, сайты с объявлениями [2].

В феврале 2023 года более 50 белорусов обратились в милицию с заявлением о хищении средств с банковской карты после попытки оплатить жилищно-коммунальные услуги через интернет. Все жертвы мошенников не использовали для оплаты услуг официальные мобильные приложения своих банков, а переходили по ссылкам через интернет-поиск. На поддельных страницах люди вводили данные своих карточек и теряли деньги, которые находились на их счету в тот момент. В данном случае пользователи наткнулись на фишинговые сайты. Фишинг – это такая разновидность мошенничества, при котором злоумышленник получает данные карточек своих жертв после того, как они перешли по специальной ссылке и оставили на поддельном сайте важную информацию, причем эти сайты внешне очень похожи на официальные [3].

Также люди теряли свои денежные средства, когда:

- осуществляли покупки в интернет-магазинах;
- подключались к неизвестному интернет-провайдеру;
- поступали сообщения о различных выигрышах;
- вкладывали денежные средства в инвестиционные проекты;
- покупали различные обучающие курсы;
- в иных случаях.

Таким образом, для того, чтобы защититься от интернет-мошенников необходимо соблюдать основные правила безопасности в интернете:

- уделить время для изучения цифровой грамотности;
- для каждого сервиса должен быть отдельный пароль;
- для сохранности данных использовать двухэтапную аутентификацию;
- следить за обновлением антивирусной программы на своем устройстве;
- перед тем как ввести логин и пароль на сайте, проверьте адресную строку, она должна начинаться с <http://> или <https://>;
- не пользоваться неофициальными веб-страницами банков;
- не делать покупки у неизвестных интернет-магазинов и не отсылать деньги в неизвестные компании;
- не регистрироваться на сомнительных сайтах и не привязывать к ним банковские карточки.

В интернете существует множество способов, из-за которых можно лишиться своих денег. Перечисленные правила могут не потерять денежные средства в интернет-пространстве.

Список использованных источников

1. Основные риски цифровизации финансовых услуг // Государственное автономное учреждение «Иркутский областной многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mfc38.ru/information-service/informatsiya-ot-vedomstv/5604-osnovnye-riski-tsifrovizatsii-finansovykh-uslug?utm_source=yandex.by&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.by&utm_referrer=yandex.by. – Дата доступа: 30.03.2023.
2. Киберпреступления // Новости Беларуси|БелТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/chislo-kiberprestuplenij-snizilos-pochti-vdvoe-zampred-sk-o-tendentsijah-v-oblasti-it-prestuplenij-496880-2022/>. – Дата доступа: 30.03.2023.
3. Мошенничество в Беларуси // Федерация профсоюзов Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1prof.by/news/v-strane/lishilis-deneg-oplativ-kommunalku-cherez-internet-novyj-vid-moshennichstva-nabiraet-oboroty-v-belarusi/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

Я.С. Михальчук, 3 курсНаучный руководитель – **М.И. Бухтик, к.э.н., доцент****Полесский государственный университет**

В настоящее время все субъекты рыночных отношений заинтересованы в том, чтобы получить объективную информацию о финансовом состоянии своих деловых партнеров. Платежеспособность – способность покрывать свои финансовые обязательства в определенный период времени. Она является сигнальным показателем финансового состояния организации. Именно поэтому оценка платежеспособности организации является не просто важным элементом управления, она служит визитной карточкой, рекламой, позволяющей определить место и позицию предприятия на рынке.

ОАО «Машеровский» – смешанное сельское хозяйство, которое специализируется на растениеводстве в сочетании с животноводством. Основными видами сельскохозяйственной товарной продукции в ОАО «Машеровский» являются молоко, мясо КРС, сахарная свекла и зернобобовые культуры, которые в совокупности обеспечивают до 80 % выручки. Вся сельскохозяйственная продукция, производимая на предприятии, востребована

Основополагающими нормативными документами, регулирующими порядок признания субъекта хозяйствования платежеспособным в Республике Беларусь являются Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12.12.2011 г. №1672 (в ред. от 22.01.2016) «Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования» и Постановление Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь от 27.12.2011 N 140/206 (ред. от 04.10.2017) «Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования».

В соответствии с Постановлением №1672 нормативные значения коэффициентов платежеспособности для сельскохозяйственных организаций: коэффициент текущей ликвидности – 1,5 и более, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами – 0,2 и более и коэффициент обеспеченности обязательств активами – не более 0,85.

Рассчитаем показатели платежеспособности ОАО «Машеровский» (табл. 1).

Таблица 1. – Результаты расчета показателей платежеспособности за период 2020-2021 гг.

Наименование коэффициента	2020	2021
Коэффициент текущей ликвидности (К1)	4,51	3,59
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К2)	0,78	0,72
Коэффициент обеспеченности обязательств активами (К3)	0,36	0,35

Примечание – Источник: собственная разработка

Проанализировав данные, можно сделать вывод: все рассчитанные коэффициенты соответствуют своим нормативным значениям и имеют тенденцию к снижению, что говорит о признании ОАО «Машеровский» платежеспособной организацией. Использование методики факторного анализа дает возможность количественно измерить влияние факторов на изменение платежеспособности организации в 2021 по сравнению с 2020 годом (табл. 2).

На основании проведенного анализа, можно сделать вывод, что за исследуемый период коэффициент текущей ликвидности снизился на 0,92. В том числе за счет: 1) увеличения краткосрочных активов на 1810 тыс. руб.; 2) увеличения краткосрочных обязательств на 1042 тыс. руб..

Проведем факторный анализ коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами ОАО «Машеровский» (таблица 3).

Таблица 2. – Результаты расчета влияния факторов на изменения коэффициента текущей ликвидности ОАО «Машеровский» за 2020-2021 гг.

Показатель	Методика расчета	Расчет	Результат
К1 в 2020 г (К1 о)	КА о / КО о	9490 / 2105	4,51
К1 (усл.1)	КА 1 / КО о	11300 / 2105	5,37
К1 в 2021 г (К1 1)	КА 1 / КО 1	11300 / 3147	3,59
Общее изменение К1	К1 1 – К1 о	3,59 – 4,51	-0,92
Изменение коэффициента текущей ликвидности за счет влияния факторов			
За счет изменения краткосрочных активов (ΔК1(КО))	$\Delta K1 = \text{усл}1 - K1о$	5,37 - 4,51	0,86
За счет изменения краткосрочных обязательств (ΔК1(КА))	$\Delta K1 = K1 1 - \text{усл}1$	3,59 - 5,37	-1,78
Общее изменение (ΔК1)	$\sum \Delta K1$	0,86 + (-1,78)	-0,92

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4, 5]

Таблица 3. – Результаты расчета влияния факторов на изменения коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами ОАО «Машеровский» за 2020-2021 гг.

Показатель	Методика расчета	Расчет	Результат
К2 в 2020 г (К2о)	(СКо+Доо- Дао)/Као	(19146+8633- 20394)/9490	0,78
К2 (усл 1)	(СК1+Доо- Дао)/Као	(20293+8633- 20394)/9490	0,89
К2 (усл 2)	(СК1+До1- Дао)/Као	(20293+7832- 20394)/9490	0,81
К2 (усл 3)	(СК1+До1- Да1)/Као	(20293+7832- 19972)/9490	0,85
К 2 в 2021 г (К2 1)	(СК1+До1- Да1)/Ка1	(20293+7832- 19972)/11300	0,72
Общее изменение К2	К2 1 – К2 о	0,72 – 0,78	-0,06
Изменение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами за счет влияния факторов			
За счет изменения собственного капитала (ΔК2(СК))	$\Delta K2 = \text{усл}1 - K2о$	0,89 - 0,78	0,11
За счет изменения долгосрочных обязательств (ΔК2(ДО))	$\Delta K2 = \text{усл}2 - \text{усл}1$	0,81 - 0,89	-0,08
За счет изменения долгосрочных активов (ΔК2(ДА))	$\Delta K2 = \text{усл}3 - \text{усл}2$	0,85 – 0,81	0,04
За счет изменения краткосрочных активов (ΔК2(КА))	$\Delta K2 = K2 1 - \text{усл}3$	0,72 - 0,85	-0,13
Общее изменение (ΔК2)	$\sum \Delta K2$	0,11+(-0,08)+0,04+(- 0,13)	-0,06

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4, 5]

Таким образом, за анализируемый период коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами снизился на 0,06. На снижение повлияли такие факторы, как: 1) увеличение собственного капитала на 1147 тыс. руб.; 2) уменьшение долгосрочных обязательств на 801 тыс. руб.; 3) уменьшение долгосрочных активов на 422 тыс. руб.; 4) увеличение краткосрочных активов на 1810 тыс. руб.

Проведем факторный анализ коэффициента обеспеченности обязательств активами ОАО «Машеровский» (таблица 4).

Таблица 4. – Результаты расчета влияния факторов на изменения коэффициента обеспеченности обязательств активами ОАО «Машеровский» за 2020-2021 гг.

Показатель	Методика расчета	Расчет	Результат
КЗ в 2020 г (КЗ _о)	(КО _о +ДО _о)/ ИБо	(2105+8633)/29884	0,36
КЗ (усл 1)	(КО 1+ДО _о)/ ИБо	(3147+8633)/29884	0,39
КЗ (усл 2)	(КО 1+ДО 1)/ ИБо	(3147+7832)/29884	0,36
КЗ в 2021 г (КЗ ₁)	(КО 1+ДО 1)/ ИБ ₁	(3147+7832)/31272	0,35
Общее изменение (ΔКЗ)	КЗ ₁ – КЗ _о	0,35 – 0,36	-0,01
Изменение коэффициента обеспеченности обязательств активами за счет влияния факторов			
За счет изменения краткосрочных обязательств (ΔКЗ (КО))	ΔКЗ = усл 1 – КЗ _о	0,39 – 0,36	0,03
За счет изменения долгосрочных обязательств (ΔКЗ (ДО))	ΔКЗ = усл 2 – усл 1	0,36 – 0,39	-0,03
За счет изменения итога баланса (ΔКЗ (ИБ))	ΔКЗ = КЗ ₁ – усл 2	0,35 – 0,36	-0,01
Общее изменение (ΔКЗ)	∑ ΔКЗ	0,03+(-0,03)+(-0,01)	-0,01

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4, 5]

Проанализировав данные, можно сделать вывод, что в 2021 году по сравнению с 2020 г коэффициент обеспеченности обязательств активами снизился на 0,01. В том числе за счет: 1) увеличения краткосрочных обязательств на 1042 тыс. руб.; 2) уменьшения долгосрочных обязательств на 801 тыс. руб.; 3) увеличения итога баланса организации на 1388 тыс.руб.

Превышение коэффициента текущей ликвидности ОАО «Машеровский» в 2021 и 2020 году почти в 3 раза свидетельствует о чрезмерном отвлечении средств в формировании оборотного капитала. Поэтому необходимо оптимизировать структуру баланса. Наибольший удельный вес в краткосрочных активах занимают запасы, которые в большей степени влияют на превышение коэффициента по сравнению с нормативом. Организации необходимо провести следующие меры по сокращению запасов: 1) сокращения продолжительности сезонных запасов; 2) повышения скорости оборота запасов; 3) разрабатывать и соблюдать планы сбыта, чтобы избежать избыточного накопления запасов; 4) создать резервные фонды на случай экстренных ситуации; 5) и др.

Список использованных источников

1. Финансы: учебное пособие / М.И. Бухтик и др.; Министерство образования Республики Беларусь, УО «Полесский государственный университет». – Пинск: ПолсГУ, 2017. – 110 с.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12.12.2011 г. №1672 «Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования» (в ред. от 22.01.2016)
3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь от 27.12.2011 N 140/206 (ред. от 04.10.2017) «Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования».
4. Отчетность предприятия: Бухгалтерский баланс ОАО «Машеровский» на 31.12.2021
5. Отчетность предприятия: Бухгалтерский баланс ОАО «Машеровский» на 31.12.2020

УДК 658

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ БИЗНЕСА ПУБЛИЧНЫХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

М.М. Нечепаяев, магистрант

Научный руководитель – **Н.А. Львова**, д.э.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет

Вопрос выбора метода оценки бизнеса всегда был одним из самых важных как для его продавцов, так и для покупателей. В современных условиях нестабильности финансового рынка и сложной геополитической обстановки этот вопрос становится особенно актуальным. Очевидно, что для

инвестиционной оценки публичной компании недостаточно ограничиться ее капитализацией. Такой поверхностный подход не дает необходимой оценки, являясь преимущественно результатом соотношения рыночного спроса и предложения, а не финансового состояния компании. Существуют как классические подходы оценки бизнеса, так и современные. В данной статье мы анализируем методические подходы к оценке бизнеса и обсудим возможность выбора наиболее оптимального из них в условиях экономической турбулентности.

В числе классических подходов к оценке бизнеса выделяют затратный, сравнительный и доходный:

- Согласно затратному (имущественному) подходу, стоимость компании определяется как сумма ее активов за вычетом имеющихся обязательств. Предварительно проводится оценка текущей рыночной стоимости каждого актива компании в отдельности. При оценке активов учитывается их ликвидность, степень износа, текущее состояние рынка подобных активов и другие факторы, которые могут оказать влияние на их стоимость. Затем определяется текущая стоимость всех обязательств компании. В последствии разность между этими двумя показателями и является рыночной стоимостью собственного капитала компании¹.

- Доходный подход в отличие от затратного позволяет дать оценку не стоимости набора активов компании, а потоку ее будущих доходов, что выигрышно выделяет этот метод, так как способность компании приносить доход считается самым важным показателем в ее оценке. В основе доходного подхода лежит определение времени и размера доходов, которые будет получать собственник акций компании, а также риска, с которым это сопряжено².

- Сравнительный подход заключается в сопоставлении одной компании с другой, похожей на нее по определенным критериям, с целью определения ее стоимости. Для применения данного подхода подбирается наиболее похожая компания-аналог из конкретной отрасли, используя сравнение по разным критериям, таким как размер компании, ее территориальное расположение, стадия жизненного цикла компании, условия налогообложения и другие. Основным инструментом сравнительного подхода является ценовой мультипликатор. Ценовой мультипликатор представляет собой соотношение между рыночной ценой компании и каким-либо показателем, характеризующим результаты ее финансовой или производственной деятельности, в качестве которого могут выступать выручка, прибыль, денежный поток и другие показатели³. Для оценки рыночной стоимости рассматриваемой компании, выбранный мультипликатор легко оценить и сравнить с аналогичным мультипликатором у других компаний.

В условиях экономической турбулентности возможности применения традиционных подходов к оценке бизнеса ограничены. Так, затратный метод не работает, если в компании мало активов, и не позволяет учитывать ценность управленческих решений. Основной проблемой доходного подхода является сложность прогнозирования доходов и определения релевантной ставки дисконтирования. При оценке объекта в рамках сравнительного подхода в условиях экономической турбулентности сложно опираться на показатели капитализации.

Таким образом, не прекращается поиск новых подходов к оценке стоимости публичных компаний. Из-за быстро меняющейся внешней среды и необходимости в расширении гибкости при принятии управленческих решений все более популярным методическим подходом к оценке стоимости публичных компаний становится метод реальных опционов.

В основе этого метода лежит принцип финансового опциона, дающего право его владельцу провести какие-либо действия по отношению к бизнесу компании на определенном этапе ее развития или в течение установленного срока при возникновении неопределенности. Реальный опцион – это не просто абстрактная возможность, а некий актив компании, который имеет стоимость, заключенную в гибкости принятия решения менеджмента. Как правило, в качестве такого актива выступают патент или лицензия, которые дают право на развитие какого-либо продукта и его рынка. Однако излишняя гибкость этого методического подхода вызывает слишком частый пере-

¹ См. подробнее: Финансовая диагностика публичных компаний: учебное пособие / Под ред. Н.С. Вороновой, Н.А. Львовой. М.: Издательство Проспект, 2017. – 190 с.

² Джаксыбекова Г.Н. Доходный подход к оценке стоимости компании // Финансы и кредит. 2008 №45 (333) [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dohodnyy-podhod-k-otsenke-stoimosti-kompanii>

³ Жигалова В.Н. Оценка стоимости бизнеса / Учебное пособие / Томск: Эль Контент 2013г. – 216 с

смотр планов и вытекающую из этого потерю стратегического ориентира. Также немаловажным моментом является правильный учет стоимости создания и поддержания реальных опционов, а в условиях экономической турбулентности это может оказаться достаточно затратным для большинства российских компаний.

Большинство специалистов более универсальным стоимостным показателем эффективности бизнеса выделяют модель EVA (Economic Value Added – экономическая добавленная стоимость)⁴. Универсальность модели проявляется в том, что оценку компании рассматривают в виде суммы стоимости бизнеса как имущественного комплекса (сколько стоит, если продавать сейчас) и доходов, которые могут быть сгенерированы этим имуществом в будущем (если его не продавать). Таким образом, данная модель объединяет в себе затратный и доходный подходы.

При расчете стоимости бизнеса доходы от использования имеющихся в компании активов уменьшаются на сумму прибыли, которую все равно необходимо было заработать, чтобы оправдать стоимость капитала, вложенного в эти активы с учетом их сегодняшней стоимости. Из-за того, что основной стратегической задачей менеджмента компании является увеличение стоимости ее бизнеса, модель добавленной стоимости пользуется спросом, т.к. эффективность управления легко отследить этим показателем. Если управление обеспечивает стабильное неотрицательное значение EVA, это значит, что компания развивается более эффективно, чем рынок в целом и, следовательно, ее инвестиционная привлекательность тоже повышается⁵.

Но и этот подход не является идеально универсальным на все случаи жизни. Поэтому не прекращаются разрабатываться новые методы оценки бизнеса, отвечающие новым вызовам, современной экономике.

Список использованных источников

1. Финансовая диагностика публичных компаний: учебное пособие / Под ред. Н.С. Вороновой, Н.А. Львовой. М.: Издательство Проспект, 2017. – 190 с.
2. Финансовая экономика / Учебник под научной ред. В.В.Иванова, Н.А. Львовой. Том 2 / Проспект. Москва, 2022 – 678 с.
3. Жигалова В.Н. Оценка стоимости бизнеса / Учебное пособие / Томск: Эль Контент 2013г. – 216 с
4. Джаксыбекова Г.Н. Доходный подход к оценке стоимости компании // Финансы и кредит. 2008 №45 (333) [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dohodnyy-podhod-k-otsenke-stoimosti-kompanii>
5. Оценка бизнеса: учебное пособие / Под ред. В.Е. Осипова, Г.А. Маховиковой, 3-е изд. СПб.: Питер, 2010. – 512с.
6. Дамодаран, А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / А. Дамодаран: пер. с англ. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 1316 с.
7. Янгель Д.В. Модель EVA: ориентация на стоимость // Журнал «Консультант» №23, 2005г.

УДК 338.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

А.В. Новикова, 3 курс

Научный руководитель – **М.И. Бухтик**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Управление дебиторской задолженностью является важной функцией финансового менеджмента на предприятии. Управление задолженностью имеет особое значение, так как она занимает значительную часть всех оборотных активов организаций. Следовательно, для поддержания устойчивого финансового положения организациям необходимо тщательно контролировать дебиторскую задолженность и поддерживать ее на оптимальном уровне.

⁴ Янгель Д.В. Модель EVA: ориентация на стоимость // Журнал «Консультант» №23, 2005г.

⁵ Бродунов А.Н., Жукова К.В. Модель экономической добавленной стоимости как метод управления стоимостью бизнеса // Вестник Московского университета им. Витте. Серия 1: Экономика и управление. №1 (24), 2018, С.28-33

Под управлением дебиторской задолженностью понимают комплекс управленческих решений по оптимизации денежных потоков компании, направленных в дебиторскую задолженность, основной целью которых является расширение объема производства продукции [1, с.204].

Актуальность темы исследования заключается в том, что эффективное управление дебиторской задолженностью выступает неотъемлемой составной частью благополучной работы предприятия.

ОАО «Слуцкий льнозавод» – это одно из старейших предприятий своей отрасли. Основным видом продукции предприятия является льноволокно, которое используется для производства натуральных льняных тканей, мешковины, веревок. Свою продукцию реализует как на внутреннем рынке, так и на зарубежных рынках. Слуцкий льнозавод экспортирует свою продукцию в Россию, Китай и другие страны.

Проанализируем какую долю занимает дебиторская задолженность в краткосрочных активах ОАО «Слуцкий льнозавод», результаты представим в таблице 1.

Таблица 1. – Анализ доли дебиторской задолженности в краткосрочных активах ОАО «Слуцкий льнозавод» за 2019-2021 года

Период	Дебиторская задолженность, тыс.руб.	Активы, тыс. руб.	Удельный вес задолженности, %
2019	857	8236	10,4
2020	1054	9626	10,9
2021	1349	10379	13,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3, 4, 5]

Как видно из таблицы 1, доля краткосрочной дебиторской задолженности ОАО «Слуцкий льнозавод» в общем объеме активов имеет тенденцию к увеличению, так в период с 2019 по 2021 год она увеличилась с 10,4% до 13,0%.

Провести более подробный анализ состояния дебиторской задолженности можно используя такие показатели, как коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности и период погашения дебиторской задолженности.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности определяется отношением выручки к среднему остатку дебиторской задолженности. Период оборачиваемости определяется отношением среднего остатка дебиторской задолженности к выручке и умножением полученного результата на количество дней в году.

Проанализируем состояние дебиторской задолженности в ОАО «Слуцкий льнозавод», результаты представим в таблице 2.

Таблица 2. – Анализ состояния дебиторской задолженности ОАО «Слуцкий льнозавод» за 2019-2021 года

Показатель	2019	2020	2021	Темп изменения, %	
				2020/2019	2021/2020
Средний остаток дебиторской задолженности, тыс.руб.	785,5	955,5	1201,5	121,6	125,7
Выручка, тыс. руб.	6719	6035	8271	89,8	137,1
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	8,55	6,32	6,88	73,9	108,9
Период погашения дебиторской задолженности, дней	42,67	57,95	53,02	135,8	91,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3, 4, 5]

Анализируя данные представленные в таблице 3, можно отметить, что на протяжении всего периода размер дебиторской задолженности увеличивается. В 2020 году темп роста дебиторской задолженности выше темпа роста выручки на 31,2 п.п., что свидетельствует о неэффективной работе с возмещением дебиторской задолженности. Период погашения дебиторской задолженности в

2020 году увеличился на 15 дней, что характеризуется негативно, однако в 2021 данный показатель уменьшился на 5 дней.

Таким образом, на предприятии ОАО «Слуцкий льнозавод» наблюдается тенденция к увеличению краткосрочной дебиторской задолженности. Следовательно, руководству необходимо принять меры для эффективного управления задолженностью.

Во-первых, ввести таблицы-реестры состояния дебиторской задолженности. В данных таблицах будет отражаться информация обо всех дебиторах предприятия, сроках погашения задолженности, суммах дебиторской задолженности, в том числе просроченной. Во-вторых, необходимо назначить ответственных за контролем дебиторской задолженности. В-третьих, установить лимиты задолженности и позволить оплачивать ее ценными бумагами. Также одной из мер по управлению дебиторской задолженностью может служить факторинг.

Данные меры помогут организовать более эффективное управление и контроль за дебиторской задолженностью. Полученные денежные средства руководство предприятия сможет направить на развитие производства и улучшение финансового состояния.

Список использованных источников

1. Савченко Н.Л. Корпоративные финансы: учебное электронное текстовое издание / Н. Л. Савченко. – Екатеринбург: УрФУ, 2017. – 229 с.
2. Бухтик М.И. Управление финансами: электронное учебно-методическое пособие / М. И. Бухтик; Министерство образования Республики Беларусь, УО «Полесский государственный университет». – Пинск: ПолесГУ, 2020. – 80 с.
3. Отчетность предприятия: Бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках ОАО «Слуцкий льнозавод» на 31.12.2021
4. Отчетность предприятия: Бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках ОАО «Слуцкий льнозавод» на 31.12.2020
5. Отчетность предприятия: Бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках ОАО «Слуцкий льнозавод» на 31.12.2019

УДК 368.02

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

К.М. Павлова, Т.А. Новогран, 3 курс

Научный руководитель – **И.А. Пригодич, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Повышение конкуренции на рынке страховых услуг и развитие технической составляющей, внедрение современных технологий становится в настоящее время всё важнее и предопределяет исследования в данной области.

Основной целью всех прикладных задач ИТ является достижение максимальной эффективности интеллектуального труда на основе оптимального распределения рабочего времени в интересах реализации поставленных задач. Благодаря автоматизации основных функций и процессов в деятельности страховой компании можно не только повысить производительность труда персонала и освободить высококвалифицированных специалистов от выполнения многих рутинных операций, но и создать необходимые условия для широкого внедрения маркетингового инструментария в интересах дальнейшего развития бизнеса. В страховой организации для решения маркетинговых задач различных классов и степеней сложности требуются разные информационные инструменты и программное обеспечение [2].

В страховом бизнесе, как и в любой иной отрасли экономики, идет непрерывный поиск эффективных технологий и методов повышения рентабельности. В настоящее время наиболее популярными являются различные маркетинговые решения, разрабатываемые на основе современных информационных технологий (ИТ – Information Technology).

Работа с физическими лицами предопределяет перспективность таких систем как автоматизация ввода и обработки документов, которые значительно сокращают процесс ввода паспортных

данных и информации из заявлений клиентов, также популярным направлением развития данных систем является перевод бумажных документов в электронный архив, что значительно упрощает процессы поиска необходимых документов и экономит площади.

Одним из ключевых направлений Стратегии развития страховой отрасли Республики Беларусь в последние годы является развитие электронного (цифрового) страхования. Большим толчком в развитии IT-технологий послужила начавшаяся в 2020 году пандемия, значительно ускорившая развитие электронного канала продаж [3].

Так, рассмотрев статистические показатели лидера страхового рынка Беларуси — Белгосстраха, можно отметить более активное использование дистанционных механизмов оказания страховых услуг и развитие интернет-продаж. Перспективы развития интернет-продаж реализовываются в личном кабинете Белгосстраха, где внедряются автоматизированные решения по наиболее популярным видам, предоставляющие возможность онлайн заключения договоров страхования, а также оплаты очередных частей страховых взносов.

Сумма страховых премий, оплаченных дистанционно, увеличилась в 1,24 раза в 2021 году и в 1,85 раза в 2020 году. Доля дистанционных оплат приблизилась в 10,0% в общей сумме страховых премий за счёт физических лиц. В личном кабинете также предоставлена возможность осуществлять логистику по сопровождению заключённых договоров (заявлять о страховых событиях, организовывать оказание медицинских услуг, отслеживать этапы урегулирования убытков и т.п.). Количество электронных заявок на оказание медицинской услуги в 2021 году увеличилось в 1,5 раза по отношению к 2020 году [4].

У новых и существующих клиентов есть возможность заключать договоры страхования через сайт компании. После регистрации личного кабинета они получают возможность совершить интернет-покупку полиса. Услуга вводилась как экспериментальная, но ввиду её положительного результата в ближайшее время планируется расширение возможности работы клиента с помощью электронных форм. Для автоматизации рынка медицинского страхования был разработан и внедрён веб-сервис взаимодействия с аптеками и лечебно-профилактическими учреждениями. Ранее это были оборот бумажных документов и время, затрачиваемое на их доставку и первичную обработку. Но благодаря программному комплексу сроки принятия решения по страховому случаю в страховании транспортных средств сокращаются. Всё благодаря тому, что история страхования автомобиля хранится в электронном виде, доступ к которому в режиме реального времени доступен каждой из заинтересованных сторон. Процесс организован так, что вся информация оперативно поступает в единый центр принятия решения, что позволяет оптимизировать её обработку. Клиенту лишь необходимо обратиться с заявлением на выплату страховки и представить для осмотра автомобиль. Все остальные операции выполняются фоново, без его непосредственного участия [5].

Подобные технологии используются не только лидером страхового рынка страны, но и другими крупными страховыми компаниями, такими как Asoba, Белнефтестрах, Промтрансинвест и др. Стоит также отметить, что такие услуги обойдутся клиентам дешевле, так как за них не нужно платить комиссию, и сэкономят время, потому что оформить их можно не выходя из дому.

И если все страховые компании страны, а не отдельные представители будут внедрять и совершенствовать использование информационных технологий, то в будущем можно будет ожидать сильного скачка в развитии страхования, несмотря на имеющиеся в данный момент недостатки в виде недоверия некоторых граждан к покупкам через Интернет, отсутствие страховой грамотности у населения, проблемы с точной оценкой стоимости страхового объекта и др.

При этом следует учитывать, что важным аспектом является также обеспечение безопасности операций с применением информационных технологий и возможность обслуживания и сопровождения информационных ресурсов. Компании в сфере IT-технологий также подвержены рискам банкротства, что может отразиться и на деятельности страховой организации. Например, наиболее крупным банкротом стала компания "WorldCom" (информационные технологии и телекоммуникации) с активами в 107 млрд дол. США, которая отказалась выполнять свои обязательства перед кредиторами в июле 2002 г. и ушла с рынка [6]. Наличие многочисленных видов рисков предполагает внедрение соответствующих инструментов для их снижения. Преимущество информационных технологий и средств их защиты в данном случае играют важную роль.

Таким образом, IT-технологии меняют облик современного страхового бизнеса, дают возможность увеличить степень комфорта клиента при его обслуживании, обеспечить прямой и быстрый доступ к клиенту, а при необходимости – предоставить ему справочную или рекламную информацию.

Список использованных источников

1. Пуляк, В.Э. Интернет-технологии в страховании [Электронный ресурс] Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/bank/00388249_0.html#text. Дата доступа: 17.03.2023
2. Информационные технологии в страховом маркетинге и системах продаж страховых услуг [Электронный ресурс] Режим доступа: https://autoclub.ru/5/4/i30_652p0.htm. Дата доступа: 17.03.2023
3. Тугушева Д.Р., Ефимова К.М. Современные цифровые технологии на страховом рынке [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tsifrovye-tehnologii-na-strahovom-rynke/viewer> Дата доступа: 15.03.2023
4. Бизнес-план развития Белгосстраха на 2022 год [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://bgs.by/files/files/bp.pdf> Дата доступа: 16.03.2023
5. Не в IT – значит нигде (Интервью с руководством компании Белгосстрах) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://bgs.by/presscenter/17355/17792/>. Дата доступа 14.03.2023
6. Пригодич, И. А. Страхование в системе ВЭД: электронный учебно-методический комплекс / И.А. Пригодич. – ПолесГУ, 2018. 315 с.

УДК 368.1

СТРАХОВАНИЕ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.Н. Пашкевич, К.И. Вабищевич, Д.А. Полещук, 3 курс
Научный руководитель – **И.А. Пригодич, к.э.н.**
Полесский государственный университет

Международный туризм стремительно развивается и является одной из наиболее быстро и динамично развивающихся отраслей экономики. ”Туризм – это сложная многоплановая социально-экономическая система, которая определяется сложным набором взаимосвязей, а также включает в себя большое количество разнообразных составляющих“ [2, с. 32]. Для того, чтобы турист отправился в поездку внутри страны или за рубеж, он должен быть уверен в том, что его жизни и здоровью, а также имуществу ничего не будет угрожать в этой поездке. Именно поэтому особое значение приобретает страхование.

Страхование – это отношения по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов [1]. Страхование в туризме – это особый вид страхования, который обеспечивает защиту имущественных интересов граждан в поездках. Под страхованием туристов понимается добровольное медицинское страхование на случай неожиданного заболевания, телесных повреждений, смерти в результате несчастного случая во время тура; имущественное страхование личного имущества и багажа; страхование гражданской ответственности перевозчиков туристов и автотуристов за возможный вред, нанесенный третьим лицам или окружающей среде.

Стимулом для развития страхования в туризме послужили требования ряда стран об обязательном наличии у въезжающих граждан полиса медицинского страхования на время пребывания на их территории. Таким образом, государственные органы страны посещения сняли с себя ответственность за здоровье посещающих их иностранцев, а туристы, в случае необходимости, получили доступ к медицинской помощи. Страховой полис является самым простым и надежным способом защиты здоровья при выезде в другую страну и путешествии внутри страны.

В настоящее время существуют следующие виды страхования в туризме:

1. Страхование багажа. Выплата страховой суммы осуществляется в случае утери, порчи или кражи личных вещей.
2. Страхование отмены тура. Страховой случай наступает, когда по какой-либо причине турист не имеет возможности отправиться в тур.

3. Страхование от невыезда. Выплате страховой суммы туристу производится в случае его невозможности отправиться в поездку из-за отказа в выдаче ему визы или же другого какого-либо непредвиденного обстоятельства.

4. Страхование от внезапных заболеваний и несчастных случаев, временно выезжающих за рубеж

5. Страхование гражданской ответственности. В данном случае выплата страховой суммы наступает, если иностранец оказался вовлеченным в судебное разбирательство по причине нанесения третьей стороне имущественного вреда или вреда жизни и здоровью, вследствие чего по решению суда наступает гражданская ответственность.

Основным и наиболее распространенным видом страхования при выезде за границу является страхование от внезапных заболеваний и несчастных случаев. Следует отметить, что, с точки зрения законодательства Республики Беларусь, этот вид страхования является добровольным. Но в реальной жизни он является добровольно-принудительным, так как одним из условий выдачи визы в консульских службах иностранных государств является наличие страхового полиса.

В Республике Беларусь страховщиками, занимающимися страхованием туристов, являются следующие: Белэксимгарант, “Бролли”, “АльВеНа”, Белгосстрах и др. [3, с. 228].

Туристы являются потенциальными клиентами страховой организации. Это связано с тем, что во время поездки они могут столкнуться с различными проблемами и рисками. Риск – это гипотетическая возможность ущерба, не определенная временем и независящая от воли туриста.

Риски в туристическом бизнесе можно разделить на четыре основные группы:

1. Риски природного характера – изменение климата, наводнения, землетрясения, извержения вулканов и т.д.;

2. Риски технологического характера – технологические сбои в работе систем, которые связаны с промышленными объектами, транспортом, инфраструктурой;

3. Риски биологического характера – распространение болезней и загрязнение окружающей среды;

4. Риски политического характера – терроризм, криминал, саботаж, гражданские протесты и насилие, экономические потрясения.

В настоящее время страховой риск является главным объектом страхования в туризме. Перечень страховых случаев будет отличаться в зависимости от страховой компании. Зачастую страховая компания обязуется оплатить лечение, если вы нуждаетесь в экстренной медицинской помощи при внезапной болезни - пищевых отравлениях, гриппе, остром аппендиците или травме. Страховка включает в себя также транспортные услуги, консультацию врача, необходимое обследование и лечение, медикаменты, стационарное лечение, а также транспортировку туриста на родину - в случае, если он не может самостоятельно передвигаться.

Страховые компании зачастую не берут на себя оплату стоматологических услуг, услуг, оказываемых беременным женщинам со сроком беременности больше 3 месяцев. Не входит в страховой случай повреждения, полученные в нетрезвом состоянии или в зоне народных волнений, восстаний, бунтов и войн, а также заболевания, которые были еще до поездки (все хронические заболевания) [4]. На свой страх и риск турист может участвовать в соревнованиях, пари, скачках, авто- и мотогонках, не рассчитывая на лечение за счет страховой компании.

По статистике с каждым 76-м туристом, выезжающим за рубеж, происходит страховой случай. По данным Белгосстраха, самыми распространенными заболеваниями наших соотечественников за границей являются: болезни дыхательных путей (42%), травмы и ожоги (20%), инфекционные заболевания (11%), болезни кожи (4%).

При этом, расходы на страхование не соизмеримы с возможными тратами при наступлении страхового случая. Так, например, стоимость амбулаторного лечения коронавируса в Грузии составляет в среднем 250–350 евро, а в случае переломов, травм и растяжений может быть свыше 1 000 евро. По расчетам, произведенным на сайте ”Белгосстрах“, мы выяснили, что страховой взнос по программе “Standard” со сроком пребывания 14 дней составляет 5 евро, что эквивалентно 15 белорусским рублям. Исходя из этого становится очевидно, что стоимость страхового взноса значительно меньше, чем стоимость предоставленного вам в случае необходимости лечения.

Таким образом, выезжая за рубеж, турист в любом случае оказывается в экстремальной ситуации: смена климата, химического состава воды, иной режим питания и множество других перемен

автоматически влекут за собой определенную опасность. И для того, чтобы туристическая поездка осталась приятным воспоминанием, а не периодом по решению многочисленных проблем, необходимо обезопасить себя от всевозможных рисков с помощью единственно верного решения – страхования имущества и жизни себя и своей семьи.

Список использованных источников

1. Абдурахмановна, А.Р. Особенности страхования в туризме [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-strahovaniya-v-turizme/viewer> (дата обращения 16.03.2023).
2. Клейман А.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие / А.А. Клейман, О.А. Бабанчикова. – СПб. : ИПП, 2012. – 260 с.
3. Пригодич, И.А. Страхование в системе ВЭД: учеб. пособие / И.А. Пригодич. – Пинск: ПолесГУ, 2020. – 313 с.
4. Правило №14. Добровольное страхование туристов (комплексное) [Электронный ресурс]: согласованный с Министерством финансов Республики Беларусь 22.07.2019 №1176. – Режим доступа: <https://bgs.by/files/files/yt.doc> (дата обращения 16.03.2023).

УДК 336.717:004

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Д.А. Полешук, К.И. Вабищевич, 3 курс
Научный руководитель – **В.А. Лукашевич**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Современные банки постоянно внедряют удобные, качественные системы и продукты банковского обслуживания клиентов, поскольку стремятся к улучшению качества предоставляемых услуг, одновременно уменьшая издержки на их обслуживание. Одной из таких систем является система дистанционного банковского обслуживания.

Понятие «дистанционное банковское обслуживание (ДБО)» является общим для технологий предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом (то есть без его визита в банк), чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей [4, с. 42]. Так, основной принцип систем ДБО заключается в обмене информацией между клиентом и банком на расстоянии. Используя ДБО, клиент имеет возможность удаленного доступа к счетам, платежам и переводам, открытию вкладов, а также доступа к информационным материалам, таким как курсы валют, расположение ближайших банкоматов и т.д. Банк со своей стороны обеспечивает должный уровень безопасности и конфиденциальности такого обслуживания.

Технологии систем ДБО могут быть разделены на следующие категории:

- традиционные системы «клиент – банк», использующие прямую связь с банком по модему и предусматривающие установку специального программного обеспечения на компьютере клиента;
- системы «телебанк» (телефонный банкинг), предоставляющие платежные и информационные банковские услуги по телефону/телефаксу с использованием компьютерной телефонии;
- системы обслуживания с использованием банкоматов (АТМ-banking) и устройств банковского самообслуживания;
- интернет-банкинг – системы предоставления банковских услуг посредством Интернета, для использования которых клиенту, как правило, не нужно иметь специальное программное обеспечение и можно работать со своим банковским счетом с любого компьютера, подключенного к сети Интернет [1, с. 127].

Кроме того, системы ДБО могут быть двух видов: онлайн, работающие в режиме реального времени – операция, которую совершает клиент, исполняется банком в тот же момент и отражается на его балансе, не предусматривающие участников в обслуживании клиента, а также оффлайн, предполагающие временный разрыв между запросом клиента и его исполнением банком. Оффлайн системы могут быть автоматизированы полностью и частично. Полная автоматизация

предполагает задержку операции, так как система ДБО не интегрирована во внутреннюю автоматизированную банковскую систему.

Рассмотрим основные тенденции развития дистанционного управления банковского обслуживания [3, с. 38].

Использование стратегий многоканального обслуживания физических лиц является основной стратегией продаж банковских услуг. Ее суть заключается в комплексном предоставлении стандартных банковских услуг с современными мультимедийными формами их сбыта. Такая тенденция ДБО предполагает достижение определенного объема операций, что обеспечивает снижение стоимости данных услуг.

Использование аутсорсинг систем дистанционного банковского обслуживания, основанных на принципах разделения труда и специализации. Суть такой тенденции заключается в передаче банком выполнения части дорогостоящих функций сторонним компаниям, специализирующимся на таких функциях. В такой системе следующие участники: банк – предоставляет своим клиентам ДБО, клиент – открывает счет в банке, аутсорсер – осуществляет регистрацию и обработку дистанционных распоряжений клиентов, банк – ведет счета участников и выполняет расчетные функции.

Интеграция различных банков в единые системы дистанционного банковского обслуживания реализуется путем создания международных банковских групп и организации трансграничного сотрудничества. Благодаря данной тенденции ДБО организовано таким образом, что клиент, имеющий счета в банках различных стран, может управлять ими в рамках одной системы. Необходимо отметить, что работа в таких системах ограничивается множеством локальных и международных нормативных актов и связана с определенными рисками, описанными, в том числе, и в рамках документов Базельского комитета, но, тем не менее, становится все более популярной на территории Европейского Союза и США [2, с. 58].

Технология повышения качества и безопасности дистанционного банковского обслуживания характеризуется использованием систем ДБО, где клиент может наиболее полно и удобно управлять средствами, получать информацию о продукте, т.е. полностью решения клиентских задач. Что касается безопасности, сюда можно отнести создание разделов о безопасности работы в онлайн сервисах, защита от кражи личных данных и мошенничества.

Увеличение доступных видов услуг с целью создания максимально комплексного обслуживания клиентов. Суть данной тенденции заключается в увеличении доступных видов услуг для клиентов, что в значительной мере связано с развитием банковских технологий, конкуренцией международных и национальных банков, а также конкуренцией банков и небанковских кредитно-финансовых организаций на национальных рынках.

Что касается использования систем ДБО в Республике Беларусь, все банки предлагают достаточно разнообразный набор сервисов в рамках дистанционного банковского обслуживания и работают в сфере расширения функциональности данных систем. В настоящее время банки в РБ предоставляют следующие технологии ДБО: SMS-банкинг, голосовой банкинг, IVR (Interactive Voice Response), SMS-оповещение, USSD-банкинг, мобильный банкинг, интернет-банкинг, автооплата, WAP-банкинга, SIM-апплеты, мидлеты. Однако не все из них достаточно развиты и внедрены в систему многих банков. Это связано с проблемой обеспечения безопасности ДБО, что значительно препятствует увеличению объема транзакций и расширению клиентской базы.

В Беларуси пока еще недостаточно развиты бесконтактные платежи без физического использования карты, т.е. с помощью носимых устройств, оснащенных NFC-модулем. Такие технологии предлагают международные платежные системы Visa, Mastercard, однако планируется внедрение таких технологий в национальную платежную систему БЕЛКАРТ. Бесконтактные платежи применяются для удобства плательщика, так как обеспечивают высокую скорость обмена данными между картой и терминалом, посредством смартфона, а также являются эффективным и безопасным способом рационального использования финансов. Кроме того, все необходимые платежные функции концентрируются в одном устройстве и не требуют посещения банкоматов, касс.

Существует также технология MST (англ. magnetic secure transmission) в составе собственного платёжного сервиса Samsung Pay. Используя электромагнитное поле, смартфон передаёт данные карты в механизм считывания магнитных карт, в связи с чем, клиент может отказаться от использования платёжной карты при оплате, что является весьма удобным, так как в любой момент пла-

тежной карты может не оказаться с собой. Однако такая технология также не является достаточно развитой и актуальной, поскольку работает только на определенных устройствах Samsung, а такое устройство имеется не у всех. Если бы данная технология была внедрена в другие марки смартфонов, больше клиентов бы ей пользовались. Исходя из этого, мы видим, что для банков внедрение такой технологии является недостаточно эффективным.

Таким образом, современный уровень развития дистанционного банковского обслуживания представляет собой набор уникальных технологий, которые позволяют клиенту совершать финансовые операции из любого места в любое время. Развитие действующих систем ДБО в Беларуси должно быть направлено на упрощение операций, повышения доверия клиентов к банку и в целом формирования положительного мнения о банках. Банкам в Беларуси следует разрабатывать и внедрять новые продукты, продолжать вести политику по расширению спектра услуг, доступных посредством систем ДБО.

Список использованных источников

1. Белоглазова, Г. Н., Кроливецкая Л. П. Банковское дело / Г.Н. Белоглазова. – М.: Финансы, 2003. – 592 с.
2. Вешкин, Ю. Г. Банковские системы зарубежных стран / Ю. Г. Вешкин. – М.: Экономист, 2006. – 400 с.
3. Криворучко, С. В. Платежные системы / С. В. Криворучко. – М.: Маркет ДС, 2008. – 176 с.
4. Попов А., Яковлев Е. Дистанционное банковское обслуживание. Общие положения / А. В. Попов, Е. Яковлева // Банковские Технологии, 2000. – № 1–2. – С. 41-47.
5. Усокин, В. М. Современный коммерческий банк : управление и операции / В. М. Усокин. – М.: Вазар-Ферро, 1999. – 320 с.

УДК 657.1.011.56

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ БУХГАТЕРСКОГО УЧЕТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Е.И. Пушкин, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова**, ст. преподаватель

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Цифровизация бухгалтерского учета и аудита в Республике Беларусь – это процесс перехода от традиционных форм ведения и контроля учетной информации к современным электронным средствам и технологиям.

В Республике Беларусь цифровизация бухгалтерского учета и аудита находится на стадии развития и совершенствования. Существует ряд нормативных актов, регулирующих использование электронных документов, электронно-цифровой подписи, электронного документооборота в сфере учета и аудита.

Существует государственная программа “Цифровое развитие Беларуси” на 2021-2025 годы. Одним из направлений программы цифровизации бухгалтерского учета и аудита в Республике Беларусь является создание единой бухгалтерской информационной сети, которая позволит обеспечить взаимодействие всех участников учетного процесса – организаций, государственных органов, налоговых инспекций, аудиторских фирм, банков и т.д. – посредством электронных документов, обладающих юридической силой и защищенных от подделки и несанкционированного доступа. Такая сеть способна повысить оперативность, достоверность и полноту предоставления учетной информации, а также сократить издержки на ее подготовку и проверку.

Использование ИТ в бухгалтерском учете, анализе и аудите актуально по следующим причинам:

1. Эффективность: автоматизация учетных процессов сокращает время выполнения задач и снижает вероятность ошибок.
2. Точность: компьютерные программы обеспечивают высокую точность расчетов, исключая ошибки, связанные с человеческим фактором.
3. Обработка больших объемов данных: ИТ-системы позволяют обрабатывать и анализировать огромные массивы информации, что повышает качество принимаемых решений.
4. Взаимодействие с другими системами: интеграция с другими ИТ-системами и облачными сервисами обеспечивает централизованный доступ к информации и упрощает совместную работу.
5. Соблюдение законодательства: ИТ-решения облегчают соблюдение требований законодательства, обеспечивая актуальность и полноту дан-

ных. 6. Безопасность: современные IT-системы предоставляют средства защиты информации от несанкционированного доступа и потери данных. 7. Гибкость и масштабируемость: IT-решения позволяют адаптироваться к изменяющимся бизнес-потребностям и росту компании.

Однако использование IT-технологий имеет ряд существенных недостатков:

1. Потеря данных. Любое прерывание обслуживания, вызванное неисправностью компьютера или отключением электроэнергии, влияющее на бизнес, зависящий от программного обеспечения для бухгалтерского учета, может привести к сбоям в работе. Перебои в работе могут ограничить как доступ к сохраненной информации, так и ввод новой информации. Финансовые данные также могут быть потеряны в результате сбоя компьютера, если их резервное копирование не выполнено надлежащим образом.

2. Неточная информация. Данные системы бухгалтерского учета настолько надежны, насколько надежны данные, которые в нее вводятся. Финансовые результаты могут быть ошибочными, если будут проверены все входные данные, поскольку большинство систем бухгалтерского учета предполагают ввод данных вручную. Выявить неточную информацию может быть непросто, если существует склонность оценивать окончательные отчеты или выходные данные системы бухгалтерского учета.

3. Конфигурация системы. У каждой компании есть отличительные особенности, которые могут затруднить настройку универсального программного обеспечения для ведения бухгалтерского учета в соответствии с ее требованиями. Многие приложения допускают настройку; однако, если все сделано неправильно, это может привести к простоям и ошибкам. Кроме того, если бизнес расширяется, может возникнуть необходимость в смене бухгалтерских программ; это может привести к значительным перерывам в работе, поскольку необходимо передавать информацию, а сотрудникам требуется новое обучение.

4. Стоимость. Расходы, связанные с использованием бухгалтерского программного обеспечения, являются недостатком. В дополнение к первоначальной стоимости программного обеспечения существуют расходы, связанные с обслуживанием, модификацией, обучением и компьютерным оборудованием.

5. Мошенничество и кибербезопасность. Информация, хранящаяся в электронном виде, может быть доступна, изменена и использована не по назначению, если не приняты надлежащие меры контроля и безопасности. Должны быть предусмотрены определенные полномочия для обеспечения того, чтобы только уполномоченные лица использовали бухгалтерское программное обеспечение и имели доступ к отчетам. Бухгалтерское программное обеспечение увеличивает риск мошенничества, поскольку финансовые данные могут быть конфиденциальными.

В наше время встает вопрос о кибербезопасности в цифровом бухгалтерском учете. Цифровая архитектура должна быть настроена, организована и подключена таким образом, чтобы обеспечить как безопасность, так и работоспособность.

Существует ряд мер, которые помогут снизить потери информации, риски взлома или несанкционированного доступа:

1. Резервные копии. Резервное копирование гарантирует, что данные и информация хранятся в облаке и регулярно создаются резервные копии. Виртуализация позволяет получить доступ к резервным копиям за считанные минуты в случае кибератаки или другой проблемы.

2. Безопасность электронной почты. Все чаще бизнес ведется по электронной почте. Однако электронная почта также является основным источником фишинговых атак, во время которых хакеры рассылают поддельные электронные письма, часто с призывом к срочным действиям. Когда ничего не подозревающий читатель нажимает на ссылку или прикрепленный файл, он может спровоцировать кибератаку, которая внедряет файлы в устройства и сети, которые могут быть активированы позже для кражи файлов или отключения систем. Чтобы защитить электронную почту, нужно обучить сотрудников и использовать программное обеспечение для защиты от вредоносных программ, фишинга, спама и фильтрации контента, чтобы предотвратить попадание вредоносного контента в электронную почту.

3. Пароли и аутентификация. В бухгалтерской фирме должна действовать строгая политика в отношении паролей. Регулярная смена паролей включающих цифры, специальные символы, а также заглавные и строчные буквы. Рекомендации по длине и сложности имеют первостепенное значение.

4. Шифрование. Шифрование гарантирует, что данные защищены от внешних воздействий. Как правило, бухгалтерские фирмы уделяют особое внимание шифрованию передаваемых данных, например, используя зашифрованные системы электронной почты.

5. Средства контроля доступа. Убедитесь, что у вас есть всеобъемлющая и хорошо спланированная стратегия управления доступом. Предоставляйте доступ к системам и информации только тем, кто абсолютно обязан иметь доступ к этой информации, в зависимости от роли, группы или должности. Убедитесь, что в руководстве по доступу также указано, что делать, когда кто-то покидает организацию.

6. Обучение сотрудников. Сотрудники — это первая линия обороны. Убедитесь, что они знают, как выявлять проблемы ИТ-безопасности и сообщать о них, а также помогают обезопасить вашу бухгалтерскую фирму от потенциальных атак.

У всего есть недостатки, и бухгалтерское программное обеспечение не исключение. Если вы владелец малого бизнеса, у вас может не быть достаточно средств для использования программного обеспечения для ведения бухгалтерского учета. Однако, если компания становится больше и начинает расти, возможно, пришло время подумать о том, какое программное обеспечение для бухгалтерского учета может помочь вести дела более эффективно и точно.

Одним из самых простых шагов, которые следует предпринять, чтобы повысить безопасность фирмы, является инвестирование в систему управления бухгалтерской практикой, которая изначально включает в себя множество функций кибербезопасности, а также обучение сотрудников базовым навыкам киберзащиты.

УДК 005.511:658.14

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

И.А. Рай, 2 курс

Научный руководитель – **А.С. Голикова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Поиск дополнительного капитала под операционные и стратегические нужды компании – важная задача, с которой сталкиваются руководители и собственники бизнеса. Средства, как правило, нужны для управления кассовым разрывом, гибкости в непредвиденных условиях, быстрого роста в конкурентной среде. Существует множество доступных источников финансирования бизнеса: от традиционных банковских кредитов до государственных субсидий и частных инвесторов.

Источниками финансирования называют различные каналы получения предприятием денежных средств, которые будут направлены на развитие бизнеса и на ведение финансово-хозяйственной деятельности [0].

В основе классификации источников финансирования лежит учет ресурсов, из которых на счет фирмы поступают деньги. Источники финансирования бывают внутренними, внешними и комбинированными.

Чем меньше компания зависит от внешних ресурсов, тем больше свободы сохраняют собственники. По этой причине поиск источников финансирования должен начинаться с анализа внутренних возможностей бизнеса.

Собственные средства, которыми располагает компания.

Если этих средств недостаточно, необходимо пересмотреть процессы, чтобы определить области, в которых можно повысить эффективность и сократить накладные расходы для увеличения прибыли.

Когда внутренние ресурсы исчерпаны, предприятия обращаются к внешним источникам финансирования. К ним относятся.

Таблица 1. – Преимущества и недостатки источников финансирования

Источники финансирования	Преимущества	Недостатки
Внутренние – средства, которые поступают от субъектов, непосредственно участвующих в развитии фирмы и заинтересованных в формировании наибольшей доходности.	<ul style="list-style-type: none"> • Повышают устойчивость фирмы за счет быстрого привлечения нужного объема денег; • Позволяют легко принимать решения о развитии бизнеса; • Снижают объем внешнего долга; • Дают возможность экономить на налогах. 	<ul style="list-style-type: none"> • Истощается финансовая подушка предприятия; • Нужной суммы может не быть в наличии; • Как правило, недоступно для предприятий с сезонной прибылью; • Амортизационный фонд уменьшается; • Замедляется рост рентабельности.
Внешние. Субъектами внешнего финансирования становятся инвесторы или компании, предоставляющие займы на разных условиях.	<ul style="list-style-type: none"> • Возможность привлечь требуемую сумму; • Производство расширяется даже при отсутствии собственных запасов; • Деньги фирмы остаются в обороте; • Рентабельность и прибыльность бизнеса увеличиваются. 	<ul style="list-style-type: none"> • Нужно отчислять проценты; • Необходимость возврата денег; • Собственный доход компании уменьшится из-за долга; • Чтобы обеспечить кредит, придется передать часть активов в залог; • Финансовая стабильность компании уменьшится, а вероятность банкротства возрастет.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе <https://dasreda.ru/learn/blog/article/1178>.

Таблица 2. – Внутренние источники финансирования бизнеса

Внутренний источник	Как формируется	Как используется
Прибыль фирмы	Доход от основной и дополнительной деятельности предприятия.	Выплата дивидендов, развитие предприятия.
Дебиторская задолженность	Выданные компанией займы, которые можно востребовать.	На любые нужды.
Реализация активов предприятия	Средства, поступающие от продажи имущества фирмы.	На любые нужды.
Резервный капитал	Отчисления с дохода компании, взносы учредителей.	На преодоление непредвиденных трудностей.

Примечание – Источник: <https://finzz.ru/istochniki-finansirovaniya-biznesa-vnutrennie-i-vneshnie.html>.

Таблица 3. – Внешние источники финансирования бизнеса

Внешний источник	Как формируется	Как используется
Кредит	Единовременное краткосрочное или долгосрочное финансирование в пределах установленной банком суммы под процент.	Кредит может быть использован для оперативных нужд или как капитальное вложение (часто выдаётся под конкретную цель).
Овердрафт	Краткосрочное кредитование в рамках лимита без предварительного согласования с банком.	Используется при кассовом разрыве, когда нет возможности провести какие-то срочные выплаты (например, оплата з/п).
Лизинг	Долгосрочная аренда оборудования, автомобилей и спецтехники.	Оборудование сломалось и его быстро нужно заменить/нет времени копить на новое оборудование.
Факторинг	Финансовая услуга, которая позволяет предприятиям получить финансирование, уступив свою дебиторскую задолженность факторинговой компании.	Используется при кассовом разрыве, когда нет денег на текущие расходы: аренду помещений, зарплату сотрудникам, покупку партий расходных материалов.
Долговые бумаги	Один из видов ценных бумаг, которые дают право их владельцу получать указанный в них доход/отданную в долг сумму к определенной дате.	Финансирование госпрограмм по строительству, соцобеспечению. Решение стратегических вопросов и внедрение новых технологий.
Выпуск акций	Установленный законом порядок действий по размещению и выпуску ценных бумаг, продажи их будущим владельцам – юридическим или физическим лицам.	Полученные деньги могут пойти на дальнейшее развитие организации и расширение бизнеса. Так же ценные бумаги выпускают, чтобы оценить стоимость организации.

Примечание – Источник: собственная разработка.

Несмотря на то, что ещё несколько лет назад у предпринимателя было всего два варианта: либо идти в банк за кредитом, либо обращаться к собственным средствам. Сейчас есть довольно много альтернативных инструментов финансирования деятельности субъектов хозяйствования:

1. Краудлендинг. Под P2P-кредитованием следует понимать предоставление заемных средств одним физическим или юридическим лицом другому через специализированные кредитные интернет-площадки (P2P-платформы) без прямого посредничества со стороны банка или других традиционных финансовых учреждений. При этом, ключевой особенностью краудлендинга является реализация всех операций через P2P-платформу, обеспечивающую прямое взаимодействие заемщиков и потенциальных инвесторов [0].

2. Краудфандинг. В общем виде краудфандинг рассматривается как способ привлечения через интернет-платформы денежных средств физических и юридических лиц для достижения различных целей без посредничества традиционных институтов или профессиональных участников финансового рынка [0].

Что касается Республика Беларусь, то, несмотря на, существенное отставание от развитых стран по уровню развитости альтернативных механизмов инвестирования в настоящее время имеет место значительный потенциал роста.

На данном этапе развития финансового рынка основными причинами низкой заинтересованности инвесторов в альтернативных инвестициях являются низкий уровень доверия и информационной прозрачности рынка альтернативного инвестирования, высокие риски правоприменения.

Список использованных источников

1. Ключевые аспекты функционирования краудфандинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10660.pdf> – Дата доступа: 29.03.2023.

2. Развитие рынка P2P-кредитования: особенности функционирования и международный опыт развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10598.pdf> – Дата доступа: 30.03.2023.

3. Источники финансирования организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gosuchetnik.ru/bukhgalteriya/izuchaem-istochniki-finansirovaniya-organizatsiy> – Дата доступа: 31.03.2023.

УДК.336.63

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ И РИСКОВ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ НА ФОНДОВЫХ РЫНКАХ

Се Цзюньцзюэ, магистрант

Научный руководитель – **Б.И. Соколов**, д.э.н., профессор
Санкт-Петербургский государственный университет

В 1952 году Гарри Марковиц предложил Современную портфельную теорию, которая считается одной из важных основ количественного инвестирования [1]. В 1964 году Уильям Шарп предложил Модель ценообразования капитальных активов (САРМ), которая дает уравнение взаимосвязи между риском и доходностью в теории ценообразования активов и способна рассчитать премию за риск определенных акций на основе их бета-коэффициентов [2]. В 1973 году Юджин Фама, Лоранс К. Манн и Дэвид Г. Макбет совместно разработали трехфакторную модель, которая показала, что на доходность портфеля акций влияют факторы рыночного риска, размера и стоимости. Эта теория стала одной из основ современного количественного инвестирования. Впоследствии Росс предложил теорию арбитражного ценообразования (АРТ), основанную на принципе безарбитражности на базе модели ценообразования активов (САРМ), а модель ценообразования АРТ является теоретической основой ставшей сегодня основной количественной модели - многофакторной модели выбора акций.

В 1980-х годах в области количественных инвестиций начали применяться статистическое моделирование и машинное обучение, такие как линейная регрессия, факторные модели, нейронные сети и машины опорных векторов. Эти методы моделировали поведение и эффективность рынка путем анализа и обучения на основе исторических данных.

С увеличением вычислительной мощности и дальнейшим развитием методов сбора данных в последние годы в области количественного инвестирования стали применяться более сложные методы, такие как глубокое обучение.

Количественное инвестирование сегодня принято рассматривать как инвестиционный подход, основанный на математических моделях и методах статистического анализа. Фондовый рынок был первым местом, где количественные методы инвестирования были применены на финансовом рынке. С непрерывным развитием финансовой теории и компьютерных технологий количественные методы на фондовом рынке становятся все более многочисленными, и в основном делятся на две категории: количественный выбор акций и количественный тайминг, исходя из их категорий.

Основным методом количественного отбора акций на рынке является многофакторный метод отбора акций. Альфа-факторы в основном делятся на фундаментальные, технические и событийные.

Фундаментальные факторы близки к традиционным факторам стоимостного инвестирования, основными данными фундаментальных факторов в основном являются финансовые отчеты компаний, включая оценку компании, прибыльность, рост и ряд показателей.

Технические факторы сосредоточены на цене акций, объеме, технических показателях и других аспектах данных, через анализ рынка существует в некоторых иррациональных ценовых зарубежных странах и обобщают эмпирические показатели, используются для помощи инвесторам в прогнозировании тенденции цен на акции.

Событийный фактор в основном основывается на событийных факторах, которые влияют на цены акций. Однако не все событийные факторы могут быть оценены количественно, только события с повторяемостью и измеримостью могут быть оценены как факторы событий. К распространенным событийным факторам относятся ожидания аналитиков, прогнозы прибыли, корректировки компонентов индекса и т.д.

Количественный тайминг не только фокусируется на будущем тренде рыночных индексов, но также включает тайминг секторов, стилей и более точный тайминг факторов.

Традиционным методом тайминга является следование за трендом, который считает, что тренд сам по себе имеет непрерывность. При обнаружении тренда открывается позиция, которая закрывается при изменении тренда. Для поиска тренда в основном используются различные индикаторы цены и объема, такие как MA, MACD, KDJ и т.д.

В настоящее время модели, связанные с машинным обучением, применяются в большом количестве систем тайминга. От ранней нейронной сети до цепи Маркова (НММ) и т.д. являются более зрелыми системами моделей в области машинного обучения. Что касается показателей, то помимо самых основных данных об объеме и цене, в области количественного тайминга применяются данные, описывающие поведение и настроения инвесторов, включая большие и малые потоки капитала, последовательность сделок, оборот и скорость оборота.

Применение количественного инвестирования принесло инвесторам значительные доходы, но в некоторых аспектах существуют потенциальные опасности.

1. Ограниченность данных

Количественное инвестирование опирается на сложные алгоритмы и статистические модели для принятия инвестиционных решений. Успех этих моделей в значительной степени зависит от качества исходных данных, а предвзятость и ограничения в сборе и интерпретации этих данных могут оказать глубокое влияние на эффективность инвестиционной стратегии. Кроме того, неточные данные могут привести к недостоверным результатам и неверным инвестиционным решениям. Своевременность данных - еще один существенный риск, который может возникнуть при количественном инвестировании, когда данные недоступны или обновляются недостаточно быстро, что может привести к упущенным возможностям или некачественным инвестиционным решениям, основанным на устаревшей или неполной информации.

2. Чрезмерная подгонка

Чрезмерная подгонка происходит, когда модель разрабатывается настолько близко к определенному набору точек данных, что теряет предсказательную силу при применении к новым данным. Переподгонка обычно происходит на новых данных, которые не учитывались при обучении модели. Когда модели разрабатываются для конкретного набора данных, который не является до-

статочно разнообразным, они не являются устойчивыми и могут привести к низкой эффективности в долгосрочной перспективе при использовании для прогнозирования новых данных.

3. Несостоятельность стратегии

Количественные инвестиционные модели разрабатываются на основе рыночных данных и исходят из предположения, что история, скорее всего, повторится. В нормальной рыночной среде модели, выведенные на основе исторических данных, имеют тенденцию повторяться в силу повторяемости поведения инвесторов, но как только рыночная среда меняется под воздействием внешних факторов, таких как изменение правил торговли, макросреды, направления политики и т.д., первоначальные модели могут быть нарушены, и стратегии могут потерпеть неудачу. Инвесторам необходимо обогащать разнообразие стратегий и поддерживать пул стратегий как можно более разнообразным, что позволит справиться с рыночными потрясениями. Важную роль играют и финансовые парадоксы [3], специфичные в том числе для китайского [4] и иных азиатских [5] рынков, а также последствия глобальных вызовов [6].

Хотя использование количественных инвестиций в современных финансах все еще относительно новое, инвесторы все больше осознают их ценность по мере развития технологий и изменения инвестиционной философии. Как инвесторы, так и компании по управлению активами должны уделять больше внимания контролю рисков количественных инвестиций и постепенно интегрировать научные, прозрачные и законные количественные стратегии.

Список использованных источников

1. Markowitz H. Portfolio selection // The Journal of Finance. 1952. – №7(1). – P. 77-91.
2. Sharpe W. F. (1964). Capital asset prices: A theory of market equilibrium under conditions of risk // The Journal of Finance. 1964. №19 (3). P. 425-442.
3. Lvova N.A., Pokrovskaja N.V., Voronova N.S. Ivanov V.V. The concept of financial paradoxes: origins, essence, potential for development // Proceedings of the 28th IBIMA conference. Seville, 2016. P. 671-680.
4. Pokrovskaja N.V., Sokolov B.I., Ivanov V.V. Tax reforms for sustainable economic growth of the national economy: case of China // Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth. Milan, 2016. P. 429 - 439.
5. Азиатские соседи России: взаимодействие в региональной среде: колл. моногр. М.: Центр российской стратегии в Азии Института экономики РАН, 2021. 246
6. Вылкова Е.С. Многогранность современной пандемической реальности: коллективная монография. СПб, 2021. 300 с.

УДК 368.9

СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ ПАЦИЕНТА, УЧАСТВУЮЩЕГО В КЛИНИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ЛЕКАРСТВЕННОГО ПРЕПАРАТА

Е.В. Скребец, Д.Д. Кравец, 2 курс

Научный руководитель – **И.А. Пригодич**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Сколько существует медицина – столько проводятся и испытания лекарственных препаратов. Любое клиническое испытание, даже при соблюдении всех соответствующих норм и правил, оставляет достаточно широкий диапазон рисков, способных нанести ущерб здоровью участвующих в нем пациентов. Клинические испытания лекарственного препарата на людях необходимы, чтобы экспериментально подтвердить его эффективность и безопасность, а также, чтобы зарегистрировать препарат в уполномоченном органе здравоохранения и вывести его на фармацевтический рынок. Испытания – неотъемлемый этап разработки лекарственных средств.

Поскольку в ходе клинических испытаний есть риски в причинении вреда здоровью и жизни участника исследований, необходима правовая база, которая учитывает нормы правового законодательства в отношении защиты прав и интересов испытуемых [3, С. 101]. Объектом страхования являются имущественные интересы страхователя, связанные с его обязанностью в порядке, установленном гражданским законодательством, возместить вред, причиненный жизни, здоровью потерпевших лиц при проведении клинических испытаний [6].

Существует целый ряд законов о здравоохранении, которые относятся к клиническим испытаниям. Одним из основных постулатов является разработка мер защиты прав лиц, принимающих участие в клинических испытаниях.

В соответствии со ст. 40 Закона Республики Беларусь от 18 июня 1993 г. № 2435-ХІІ "О здравоохранении" в целях выявления или подтверждения клинических свойств исследуемых лекарственных препаратов, медицинских изделий в государственных организациях здравоохранения могут быть проведены клинические исследования (испытания) на людях. В настоящее время при решении вопроса о клинических испытаниях страховые компании руководствуются постановлением министерства здравоохранения Республики Беларусь от 6 ноября 2020 г. № 94 "О клинических исследованиях (испытаниях) лекарственных препаратов.[5]

В мире сложилась практика страхования ответственности компаний, проводящих клинические испытания. Следует отметить, что статистическая информация о выплатах компаний является закрытой, обуславливается это спецификой страхования, при которой информация о пациентах анонимна, в соответствии с требованиями законодательства.

Международные фармацевтические компании имеют так называемый глобальный договор страхования, т.е. международную страховую программу, предоставляющую защиту по всему миру. Страховщиком выступают международные страховые группы, также имеющие дочерние компании или партнеры по всему миру, которые выдают так называемый местный полис в соответствии с требованиями местного законодательства. [2, С.152]

Мировая практика страхования гражданской ответственности при проведении клинических испытаний учитывается и в Республике Беларусь.

Одной из самых известных государственных страховых организаций Беларуси является "Белгосстрах".

Страховыми случаями по данным видам страхования являются:

1. недостаточность информации об исследуемом лекарстве, методах исследования и применения лекарственных средств, методах диагностики или лечения;
2. непреднамеренные ошибки, возникшие в ходе исследования при отборе испытуемых, при отборе клинических баз, исследователей и специалистов, принимающих участие в исследовании, а также ошибки и упущения, допущенные исследователями и специалистами (медицинскими работниками), участвующими в клиническом испытании.[1]

При заключении договора страхования страхователь предоставляет заявление о страховании и следующие документы:

- сведения об испытываемом лекарственном средстве, изделии медицинского назначения и медицинской технике (основные характеристики, информация о производителе, данные о предшествующих испытаниях, данные об имеющихся аналогах др.);
- подробные условия проведения клинического испытания на территории Республики Беларусь (количество пациентов, сроки испытания и др.);
- сведения о наличии предъявленных требований о возмещении вреда, причиненного потерпевшим при проведении клинических испытаний лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники за 3 года, предшествующие заключению договора страхования.

Страховое возмещение включает:

- расходы на лечение, протезирование и иные расходы, необходимые для восстановления здоровья пострадавшего пациента и возмещаемые в соответствии с законодательством Республики Беларусь;
- расходы на ведение дел в суде (в случае, если данные расходы включены в страховое покрытие).

Страховой тариф и стоимость страхования рассчитываются индивидуально в отношении каждого клинического испытания [1].

Страховыми организациями предусмотрено обязательное страхование жизни и здоровья пациента, участвующего в клинических исследованиях лекарственного препарата, которое, однако, не защищает страхователя от претензий, выдвинутых в рамках гражданского законодательства Республики Беларусь. Поэтому организация, проводящая клиническое исследование, на которую в соответствии с законодательством Республики Беларусь возложена обязанность по страхованию

жизни и здоровья пациента, участвующего в клинических исследованиях, может застраховать гражданскую ответственность в добровольном порядке [1].

В Беларуси количество испытаний новых лекарственных средств может достигать до 54-х в год. Эффективность препаратов проверяли сначала на животных, потом на людях. В нашей стране 65 клиник имеют разрешение на испытания лекарственных препаратов. Любой желающий – и здоровый, и больной, – могут поучаствовать в эксперименте. Для кого-то мотивом к участию в исследовании является возможность внести свой вклад в развитие новых методов лечения и, таким образом, помочь другим людям выздороветь. Для других – это возможность получить лучшее лечение, дающее надежду на излечение тогда, когда существующие методы терпят неудачу. А для кого-то – просто способ заработать деньги [4].

Испытания на людях проходят в четыре этапа. В первом участвуют минимум 30 человек на каждый испытуемый препарат. По результатам исследования, в 2014 только на первом этапе экспериментов было задействовано более 1600 человек. Ежегодно в стране проводится около 70 клинических испытаний лекарств. 44% из них — это биоэквивалентные, 36%- испытания препаратов зарубежных производителей с госрегистрацией и 20%- международных мультицентровых [4]. Точных фактических данных по суммам выплат страховыми организациями денежных средств людям, участвующим в клинических испытаниях, нет. Объяснением факта отсутствия информации по данному вопросу является то, что все исследования новых медицинских препаратов проходят в условиях полной конфиденциальности.

Таким образом, основной задачей при решении вопроса страхования лиц, принимающих участие в клинических испытаниях, является обеспечение безопасной и благополучной среды для субъектов исследований, в частности, и общества в целом, что, в свою очередь, позволит не только сформировать надежную среду для осуществления данного вида деятельности, но и обеспечить поступательное развитие здравоохранения. В этой связи страховые организации должны учитывать быстрые темпы развития мировой системы здравоохранения и отвечать запросам рынка. Поэтому решение вопроса о разработке новых норм, регламентирующих данное направление, остается очень актуальным для страховых компаний и всех заинтересованных лиц.

Список использованных источников

1. Белгосстрах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bgs.by> – Дата доступа: 17.03.2023
2. Воробьев, М. К., Осипов, И.А. Страхование дело / М.К. Воробьев, И.А. Осипов. – Минск: Издательство МИУ, 2014. - 282 с. - (Основы наук)
3. Г. В. Чернова [и др.] ; под ред. Г. В. Черновой. Страхование и управление рисками : учебник для бакалавров / — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 767 с.
4. Клинические исследования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doktora.by>. Дата доступа: 19.03.2023
5. Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Закон РБ О здравоохранении от 11 декабря 2020 г. Режим доступа: <https://pravo.by>. Дата доступа: 17.03.2023
6. Пригодич И. А. Страхование в системе ВЭД: электронный учебно-методический комплекс / И.А. Пригодич. – ПолесГУ, 2018. 315 с.

УДК 368.914.041(476)

ДОБРОВОЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ НАКОПИТЕЛЬНОЙ ПЕНСИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Э.Л. Скрипко, Е.Д. Хаймова, 2 курс

Научный руководитель – **А.М. Шутова, к.э.н., доцент**

Белорусский государственный экономический университет

Каждый человек при выходе на пенсию хочет сохранить привычный ему уровень жизни. Республика Беларусь ставит перед собой цель по обеспечению устойчивого роста пенсий, улучшению социальной среды и поэтому постепенно меняется качество жизни пожилых граждан. Средний размер пенсий постоянно увеличивается. Например, в 2013 г. средний размер пенсий составлял 220 руб., в 2017 г. – 314 руб., в 2020 г. – 482 руб., в 2021 г. – 545 руб., в 2022 г. – 670 руб., в 2023 г. – 693 руб. [1].

Сегодня в нашей стране действует распределительная пенсионная система, регулируемая Законом Республики Беларусь от 17 апреля 1992 г. № 1596-ХІІ «О пенсионном обеспечении», по которому пенсия выплачивается с взносов в ФСЗН работающих граждан.

Добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии – хороший способ увеличить доход в пенсионном возрасте. 27 сентября 2021г. Президентом Республики Беларусь подписан Указ № 367 «О добровольном страховании дополнительной накопительной пенсии». В соответствии с Указом с 1 октября 2022 г. вводится дополнительный вид пенсионного страхования – добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии с финансовой поддержкой государства.

При этом добровольная пенсионная программа никак не повлияет на действующую солидарную пенсионную систему.

Накопительное пенсионное страхование для Республики Беларусь не является нововведением. При страховании дополнительной пенсии присутствует финансовый стимул в виде государственного софинансирования. Это означает, что государство материально поддержит работников, которые приняли решение оказать влияние на свой доход в пенсионном возрасте.

Работник, который желает участвовать в программе страхования, с 1 октября 2022 г. может уплачивать дополнительный взнос на накопительную пенсию, который дополняет обязательный 1-процентный взнос на трудовую пенсию. Размер взноса в процентах от фактической заработной платы работник выбирает самостоятельно. Верхняя размер дополнительного взноса составляет 10%. Если работник решил участвовать, то его работодатель также будет обязан платить взнос в размере взноса работника, но не более 3%.

Рассмотрим алгоритм работы программы: вначале работник заключает договор страхования и определяет тариф, который составляет от 1% до 10%, а также срок выплаты дополнительной накопительной пенсии, далее договор предоставляется работодателю, после чего он определяет тариф (от 1% до 3% заработной платы участника программы) и ежемесячно перечисляет взносы в страховую компанию.

Участвовать в программе предоставляется возможность работникам (гражданам, работающим по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам, предметом которых являются выполнение работ, оказание услуг и создание объектов интеллектуальной собственности), за которые работодатели уплачивают обязательные взносы в бюджет фонда соцзащиты. Стать участником программы страхования можно не позже трех лет до достижения общеустановленного пенсионного возраста.

В Беларуси в добровольном пенсионном страховании на данный момент принимают участие около 5% граждан. В основном это инициатива работодателей, включающих дополнительное пенсионное страхование в социальный пакет предприятий.

Добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии по Указу № 367 осуществляется республиканским унитарным страховым предприятием «Стравита» и страховой организацией «Приорлайф». На рисунке представлены доли данных организаций на рынке пенсионного страхования.

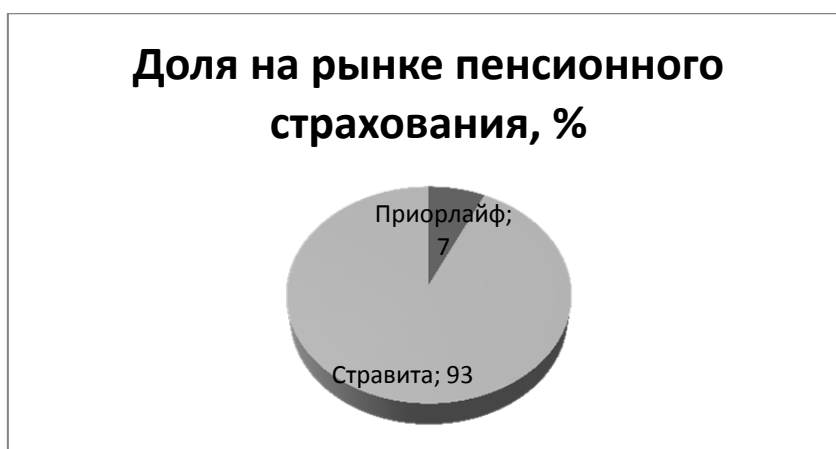


Рисунок – Доли страховых организаций, осуществляющих пенсионное страхование в Республике Беларусь, %.

Таким образом, добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии имеет ряд преимуществ. Во-первых, это понятный механизм заблаговременного сбережения средств на старость с финансовой поддержкой государства. Во-вторых, предоставляется право на льготу по подоходному налогу, возможность наследования пенсионных накоплений, гарантия сохранности пенсионных накоплений. В-третьих, вступление работника в новую программу никак не отразится на его государственной трудовой (солидарной) пенсии.

Однако следует учесть и риски, которые имеет добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии. Главный риск - это девальвация белорусского рубля. За последние 15 лет в Беларуси было две резких девальвации — в 2011 и 2014 гг. Защитить от обесценивания белорусского рубля может только вложения в недвижимость, хотя она также может обесцениваться, но не с такой скоростью как денежные накопления.

В связи с недолговременным существованием программы население Республики Беларусь пока не оценило должным образом данные преимущества. Но в перспективе – увеличение работников, участвующих в данной программе.

Список использованных источников

1. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.by/>. – Дата доступа: 31.03.2023 г
2. О пенсионном обеспечении [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 17 апр. 1992 г, № 1596-ХП : с изм. И доп. От 1 июня 2022 г. №175-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=V19201596>. – Дата доступа: 31.03.2023.
3. Страховая компания «Стравита» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stravita.by/>. – Дата доступа: 31.03.2023 г

УДК 368.041

ДОБРОВОЛЬНОЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е.А. Смирнова, 3 курс

Научный руководитель – **И.А. Пригодич, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Добровольное медицинское страхование (ДМС) – это вид личного страхования. Оно позволяет человеку получать медицинскую помощь в больницах и клиниках, которые работают в рамках программы страхового полиса. ДМС расходов основывается на договоре страхования, заключенном между страхователем и страховой организацией, по которому в обмен на уплаченную страхователем страховую премию, страховая организация берет на себя обязательства организации и оплаты оказания застрахованному лицу медицинских услуг в соответствии с условиями страховой медицинской программы, прописанной в договоре страхования и составленной согласно предпочтениям страхователя.

В кредитной системе Республики Беларусь помимо 1-го и 2-го уровней условно выделяют и 3-ий уровень, к которому и относятся страховые организации, предоставляющие возможность оформления полиса ДМС [5].

Страховые организации гарантируют высококвалифицированную медицинскую помощь, координацию действий в случае необходимости обращения за медицинской помощью, независимость от инфляции и повышения цен на медицинские услуги и др.; предлагают различные виды страховых медицинских программ, которые могут включать амбулаторно-поликлиническую, стационарную медицинскую помощь, а также медикаментозное обеспечение, стоматологическую помощь и др. Кроме этого, при выборе страховой медицинской программы можно выбрать медучреждения, в которых хотели бы обслуживаться: государственных и коммерческих.

Страховым случаем по договору ДМС расходов является факт понесенных выгодоприобретателем расходов, связанных с предоставлением застрахованному лицу медицинской помощи, предусмотренной договором страхования, ввиду внезапного расстройства здоровья застрахованного лица, несчастного случая, хронического заболевания или его обострения.

Согласно данным БРУСП “Белгосстрах”, страховой взнос (страховая премия) по договору страхования на одно застрахованное лицо составляет от 170,00 BYN в год (страховая сумма 2 000 BYN) по базовой амбулаторно-поликлинической страховой медицинской программе с обслуживанием в государственных медицинских учреждениях согласно списку. В ОАО АСБ “Беларусбанк” значение страхового взноса начинается с 95,00 – 555,00 BYN в год в зависимости от выбранной страховой программы [2].

Страховой взнос рассчитывается индивидуально для каждого страхователя и зависит от многих факторов: выбранной страхователем страховой программы, страховой суммы, количества лиц, принимаемых на страхование, их возраста и гражданства, уплаты страховой премии в рассрочку, наличия действующих договоров иных видов добровольного страхования и других факторов.

При заключении договора страхования с физическим лицом, застрахованное лицо заполняет декларацию о состоянии здоровья, на основании которой определяется группа здоровья застрахованного лица, которая также влияет на сумму страхового взноса (страховой премии).

Если страховая медицинская программа предусматривает медикаментозное обеспечение, медикаменты отпускаются бесплатно, по рецептам, выданным доверенным врачом на консультации, которая была согласована и организована страховой организацией. Для получения медикаментов застрахованному лицу необходимо предъявить рецепт и карточку застрахованного лица в аптеке, указанной в страховой медицинской программе [1].

Исходя из вышеизложенного можно выделить следующие преимущества ДМС:

1. Возможность записи к профильным специалистам без долгих очередей и множества неудачных попыток получить талон в поликлинике;
2. Содействие со стороны страховой компании при необходимости получения медицинской помощи, полная консультация по вопросам доступных услуг;
3. Защита от изменения цен на различные медицинские услуги;
4. Гарантия получения полного комплекса лечения в соответствии с выбранной страхователем программой медицинского страхования [2].

Каждый гражданин Республики Беларусь согласно статье 45 Конституции Республики Беларусь имеет право на бесплатное лечение в государственных учреждениях здравоохранения [4]. Любой белорус может получить необходимую помощь в ближайшей поликлинике по месту жительства абсолютно бесплатно. Те граждане, которых не устраивает качество и объемы обследования и лечения, предоставляемые государственной системой медицинского обслуживания, могут приобрести полис ДМС расходов и получить возможность покрытия расходов при обслуживании в частных медицинских учреждениях.

В Республике Беларусь ДМС набирает популярность. В последнее время данный вид страхования стал развиваться более интенсивно. Сами участники рынка страховых услуг связывают это с увеличением уровня достатка у населения, с экономическим ростом в стране, а также с развитием самого страхового рынка.

Залогом успешного проведения ДМС является разработка страховых медицинских программ, позволяющих обеспечить сбалансированность между страховой стоимостью программы и перечнем предлагаемых медицинских услуг, а также разработка принципов расчета страховых взносов, обеспечивающих выполнение страховщиком своих обязательств по соответствующим договорам.

Введение медицинского страхования решает сразу несколько проблем. Во-первых, сфера медицинских услуг выводится из “теневых” оборотов. Во-вторых, устанавливается контроль со стороны страховых компаний за качеством лечения и вводится конкуренция между врачами.

Согласно статистике, с момента своего появления ДМС в Республике Беларусь было рассчитано именно на работодателей: 95% договоров ДМС заключалось с организациями. Более трети из них - с компаниями, где работает тысяча и более сотрудников. Работодатели, осознавая значимость социальной защищенности своих работников, нередко предлагают добровольное медицинское страхование как наиболее значимую часть социального пакета, что повышает престиж организации, производительность труда, уменьшает текучку персонала.

Страховщикам выгодны масштабы: по статистике, каждый третий застрахованный сотрудник корпорации ни разу полисом не воспользуется. Сейчас расклад на рынке остается прежним - 95% договоров, принадлежащим организациям, против 5% договоров, заключенных в индивидуальном

порядке. Это свидетельствует, что ДМС среди организаций пользуется большей популярностью, нежели чем в индивидуальном порядке [6].

Перспективы развития ДМС в Республике Беларусь заключаются в следующих мероприятиях и направлениях развития:

1. Использование СМИ, интернет-ресурсов, встречи работников страховых компаний с работниками предприятий с целью популяризации ДМС, проведение информационных компаний для повышения осведомленности населения о программах ДМС, услугах и стоимости;
2. Снижение стоимости страховых полисов, увеличение их доступности для большинства населения, разработка механизма доступа малообеспеченных слоев населения к ДМС и медпомощи;
3. Создание государством равных условий для конкуренции между государственными и частными страховыми компаниями;
4. Стимулирование государством предприятий и организаций страховать своих работников;
5. Расширение перечня медицинских организаций, вовлеченных в программы ДМС.

В целом создаваемая в Республике Беларусь система медицинского страхования с учетом корректировок и поправок приемлема для современного этапа развития страхового рынка, так как в общем учитывает особенности экономики Беларуси современного периода.

Список использованных источников

1. Добровольное медицинское страхование. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bns.by/dms/> (дата обращения: 20.03.2023).
2. Добровольное страхование медицинских расходов. [Электронный ресурс]. URL: <https://bgs.by/insurance/17/941/997> (дата обращения: 20.03.2023).
3. Добровольное страхование медицинских расходов (ДМС). [Электронный ресурс]. URL: <https://belarusbank.by/ru/38486> (дата обращения: 20.03.2023).
4. Конституция Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.by/pravovaya-informatsiya/normativnye-dokumenty/konstitutsiya-respubliki-belarus/> (дата обращения: 21.03.2023).
5. Смирнова Е.А. Развитие кредитной системы Республики Беларусь // Международная молодежная практическая конференция. – Пинск, ПолесГУ, 2022. – 520 с.
6. Состояние и перспективы развития добровольного и обязательного видов медицинского страхования. [Электронный ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/2044459/page:5/> (дата обращения: 20.03.2023).

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВ ТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.Д. Сучёк, 3 курс

Научный руководитель – **Е.А. Вакулич**, ассистент

Полесский государственный университет

Транспорт является важнейшей базовой отраслью экономики. Он обеспечивает взаимосвязь производителей и потребителей продукции. Благодаря географическому расположению Беларуси в центре Европы через ее территорию проходят важнейшие международные транспортные магистрали, что дает отечественным автоперевозчикам естественные преимущества для расширения границ их деятельности. Поэтому вопросы увеличения инвестиций в автотранспортную отрасль являются наиболее актуальными как для хозяйствующих субъектов, так и для государства в целом.

Организация финансов в данной сфере производственной деятельности характеризуется существенными особенностями, вытекающими из специфики самого транспортного продукта.

Транспорт не создает продукцию в натурально-вещественном виде. В результате транспортные предприятия не накапливают запасов сырья, незавершенного производства, готовых изделий.

Затраты транспортных предприятий и обусловленные ими тарифы на перевозку грузов добавляются к стоимости произведенных в других отраслях товаров. Уровень транспортной составляющей в их отпускной цене зачастую определяет целесообразность реализации продукции в том или ином регионе. Это придает особую важность обоснованному планированию и регулированию затрат в автотранспортных предприятиях с целью их минимизации при сохранении высокого качества обслуживания клиентов.

Расходы автотранспортных предприятий планируются и учитываются отдельно по каждому виду деятельности. Основная часть расходов приходится на перевозку грузов и пассажиров. Их структура достаточно своеобразна, поскольку специфично само производство транспортных услуг [1, с.271-272].

Рассмотрим транспортную сферу в основных социально-экономических показателях (таблица 1).

Таблица 1. – Основные экономические показатели транспорта Республики Беларусь за 2017-2019 годы

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021
Валовая добавленная стоимость транспорта, %	106,8	104,3	97,8	91,6	101,4
К валовому внутреннему продукту, %	5,6	5,4	5,5	5,1	5,0
Численность занятых в транспортной сфере, тыс. человек	275,2	275,1	270,5	264,6	260,8
К общей численности занятого населения, %	6,3	6,3	6,2	6,1	6,1
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата, руб.	821,8	971,8	1066,9	1124,0	1293,0
К среднереспубликанскому уровню, %	99,9	100,04	97,6	89,6	89,6
Инвестиции в основной капитал в транспорт, %	103,5	103,6	104,4	71,6	114,1
К общему объему инвестиций в основной капитал, %	9,9	9,6	9,4	7,2	8,7
Чистая прибыль, убыток (-) организаций транспорта (в текущих ценах; млн. руб.)	2111,0	1208,7	1102,9	690,7	1248,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Так, валовая добавленная стоимость за 2021 г. составила 8614,2 млн. руб., т.е. 5,0% к валовому внутреннему продукту Республики Беларусь. Среднегодовая численность работников в сфере транспорта в том же году составила 260,8 тыс. чел, т.е. 6,1% от общей численности занятых в экономике. Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата составила 1293,0 руб., т.е. 89,6% к среднереспубликанскому уровню. Инвестиции в основной капитал транспорта за 2021 год составили 2702,0 млн. рублей, т.е. 8,7% от всех инвестиций по Беларуси. Чистая прибыль по отрасли составил в 2021 г. 1248,0 млн. рублей (в 2017 г. 2111,0 млн. рублей). Одна из причин этой тенденции заключается в быстром наращивании легковых автомобилей в личной собственности граждан.

Автомобильный транспорт лидирует в 2021 г. по показателю объёма перевозки грузов (40,2 %) в стране, но по показателю грузооборота (24,9 %) он пока уступает трубопроводному и железнодорожному, так как данные виды транспорта доставляют грузы на большие расстояния.

В тоже время в сравнении с 2017г., грузооборот автомобильного транспорта увеличился в 1,1 раз (с 26 987 млн. т*км до 29 593 млн. т*км). Это обусловлено увеличением среднего расстояния перевозки грузов автомобилем в связи с развитием международных автомобильных перевозок.

Рассмотрим грузооборот автомобильного транспорта по Республике Беларусь в целом, а также по областям (таблица 2).

Исходя из представленных данных видно, что по областям в грузовых перевозках наибольший показатель грузооборота был обеспечен Минской (20,2 %) и Брестской (23,3 %) областями, а также г. Минском (23,3 %). Наименьший грузооборот наблюдается в Могилёвской (8,0 %) и Витебской (6,9 %) областях. По показателю грузооборота лидируют г. Минск, а также области, расположенные на основных транспортных магистралях.

Таблица 2. – Динамика грузооборота автомобильного транспорта в целом по республике и по областям за 2017-2021 годы

	2017	2018	2019	2020	2021
Республика Беларусь, млн. т*км	26987	28081	28516	28777	29593
Доля областей и г. Минск, %					
Брестская	19,7	19,8	19,7	19,7	20,4
Витебская	7,3	7,2	6,8	6,8	6,9
Гомельская	10,0	9,8	9,7	9,3	9,2
Гродненская	12,1	12,2	12,3	11,9	12,0
г. Минск	23,9	23,6	24,0	23,3	23,3
Минская	19,8	19,6	19,4	20,8	20,2
Могилёвская	7,2	7,6	8,0	8,2	8,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3]

С целью обеспечения устойчивой мобильности и удовлетворения потребности экономики в конкурентоспособных и эффективных транспортных услугах разработана Государственная программа «Транспортный комплекс» на 2021–2025 годы.

Государственная программа включает:

- подпрограмму 1 «Железнодорожный транспорт» – задачами являются развитие железнодорожного транспорта, включая совершенствование инфраструктуры, обновление железнодорожного подвижного состава, проведение технических и технологических мероприятий на железнодорожном транспорте;
- подпрограмму 2 «Автомобильный, городской электрический транспорт и метрополитен» – задачами являются обеспечение доступности, повышение качества и безопасности услуг автомобильного, городского электрического транспорта и метрополитена, повышение эффективности работы транспортных организаций;
- подпрограмму 3 «Внутренний водный и морской транспорт» – задачами являются повышение эффективности использования внутреннего водного транспорта, включая развитие его инфраструктуры, повышение привлекательности Государственного реестра морских судов Республики Беларусь;
- подпрограмму 4 «Гражданская авиация» – задачами являются обеспечение доступности и качества авиаперевозок, безопасности полетов и авиационной безопасности;
- подпрограмму 5 «Обеспечение функционирования системы транспортного комплекса» – задачами являются повышение научного потенциала и общее обеспечение функционирования транспортного комплекса.

Реализация государственной программы «Транспортный комплекс» на 2021–2025 годы позволит обеспечить доступность, повысит качество и безопасность услуг автотранспорта, повысит эффективность работы транспортных организаций, выполняющих автоперевозки грузов, способствует повышению конкурентоспособности отечественных автоперевозчиков.

Список использованных источников

1. Бухтик, М.И. Финансы : учебное пособие / М.И. Бухтик. – Пинск : ПолесГУ, 2023. – 586 с.
2. Транспорт в Республике Беларусь, 2022 [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/e58/e58620b44fc739884f156af60bf23ae1.pdf> – Дата доступа: 28.03.2023
3. Транспорт. Грузооборот [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=176181> – Дата доступа: 28.03.2023
4. Государственная программа «Транспортный комплекс» на 2021-2025 годы [Электронный ресурс] / Pravo.by – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100165&p1=1&p5=0> – Дата доступа: 28.03.2023

ФАКТОРЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛЮДЕЙ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОДВЕРЖЕННОСТЬ ФИНАНСОВОМУ МОШЕННИЧЕСТВУ

А.В. Трусова, 2 курс

Научный руководитель – А.С. Голикова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Особое место среди всех видов мошенничества занимает именно финансовое, которое, несмотря на стремительное развитие новых технологий криптозащиты, также быстро адаптируется. Появляются все новые и новые мошеннические схемы, жертвами которых становятся тысячи людей.

Финансовое мошенничество — совершение противоправных действий в сфере денежного обращения путем обмана, злоупотребления доверием и других манипуляций с целью незаконного обогащения.

Основные виды финансового мошенничества:

1. Мошенничество с банковскими картами — хищение денежных средств с использованием похищенной или подделанной банковской карты, а так же с помощью похищенных данных банковской карты.

2. Интернет-мошенничество — вид мошенничества с использованием Интернета.

3. Финансовые пирамиды – это способ получения дохода за счет постоянного привлечения денежных средств от новых участников и их перераспределения без проведения хозяйственной или другой деятельности.

4. Мошенничество на финансовых рынках.

В представленной ниже таблице обобщена информация о наиболее часто используемых схемах финансового мошенничества в Республике Беларусь.

Таблица – Основные схемы, связанные с финансовым мошенничеством в Республике Беларусь

Вид финансового мошенничества	Схемы финансового мошенничества
1	2
Мошенничество с банковскими картами	Социальная инженерия – самый распространенный способ мошенничества. Мошенники уговаривают жертву либо выдать данные карточки и пароль из смс, либо просто перевести деньги. Данный вид мошенничества легко адаптируется, при этом методы всегда основываются на особенностях принятия решений в условиях дефицита времени, фобиях и недостаточности уровня финансовой грамотности.
	Мошенничество с e-commerce находится на втором месте. Оно связано с платежами в сети интернет, онлайн-сервисами, осуществляющими продажу компьютерных программ, игр, приложений, услуг платного телевидения.
	Самый непопулярный способ – скимминг. Речь о случаях, когда мошенники копируют данные магнитной полосы карточек с помощью специальных считывающих устройств, которые устанавливают на банкоматы и магазинные терминалы.
Интернет-мошенничество	Рассылка вредоносных писем и сообщений, содержащих ссылки на установку вредоносного ПО под видом лицензионного, которое впоследствии «вытягивает» персональные данные из девайса.
	«Сайты-фальшивки» — на первый взгляд внешне не отличимые от искомым веб-сайтов (аналогичная структура и оформление, сходный до степени смешения домен), на которых не подозревающий пользователь вводит свои персональные данные.
	Взлом аккаунтов в соцсетях для распространения просьб о материальной помощи на благотворительные цели (например, под видом перевода денег для больных родственников, детских домов, приютов и тд.).
	Взлом и блокировка аккаунтов с большой аудиторией, для восстановления доступа к которым мошенники требуют перевода денег.

1	2
Финансовые пирамиды	<p>Классическая схема Понци. Эта схема привлечения денег, которую используют большинство финансовых пирамид, согласно которой вложения привлекаемых в схему участников направлены на выплаты ранее привлеченных участников.</p> <p>Под видом сетевого маркетинга. Это одна из наиболее часто используемых мошенниками схем для маскировки своей деятельности, имеющая схожие процессы с сетевым маркетингом. Принципы работы сетевого маркетинга основываются на получении прибыли от продажи продукции. Для этих целей используются сертификаты, ювелирные изделия, косметика, товары по уходу за телом.</p>
Мошенничество на финансовых рынках	<p>Хищение денежных средств посредством их получения по поддельным банковским документам и ценным бумагам (векселя, депозитные сертификаты, кредитовые авизо, расчетные чеки и др.).</p> <p>Мошенничества, связанные с неуплатой налогов. Данный вид мошенничества в финансово-кредитной сфере получает широкое распространение в настоящее время, совершается различными способами с использованием налоговых деклараций с указанием недостоверных данных, подставных фирм-«однодневок», нелегальных организаций по обналичиванию денежных средств и требует отдельного глубокого изучения правоохранительными органами.</p> <p>Хищение денежных средств посредством получения (присвоения) различных кредитов при помощи подложной (фальшивой) бухгалтерской или учредительской документации, страховых и/или залоговых документов, гарантийных писем.</p>

Источник: собственная разработка на основе [1, 2, 3].

Все факторы, из-за которых люди становятся жертвами финансовых мошенников, можно разделить на две группы: внутренние и внешние факторы.

Внутренние факторы, определяющие финансовое поведение, делятся на интеллектуальные, социально-демографические и личностно-психологические.

К интеллектуальным факторам относятся финансовая грамотность, внимание к финансовым вопросам и интерес к финансовой деятельности, финансовый опыт, когнитивные характеристики. Социально-демографические факторы, определяющие финансовое поведение, представлены такими характеристиками индивида, как возраст, пол, наличие семьи, религия и здоровье. Личностно-психологические факторы по сравнению с экономическими оказывают большее влияние на поведение при принятии решений.

Внешние факторы, определяющие финансовое поведение, следующие: культура, доступ к финансовым консультациям (советам), демография, экономическая среда и развитие финансовой системы.

На финансовое поведение также сильно влияют такие факторы, как политическая стабильность, государственная политика в отношении бизнеса, доверие населения к власти. Чем более стабильна ситуация в стране, тем более свободно чувствуют себя инвесторы, выбирая более рискованные финансовые инструменты [4].

Выделение внутренних и внешних факторов поведения, определение их взаимосвязи и роли финансовой грамотности позволяет расширить теоретические основы анализа финансового поведения населения, что может быть использовано в научной и педагогической деятельности при изучении финансов домохозяйств.

Изучение практики подтверждает необходимость финансового образования и предоставления профессиональной помощи населению по вопросам личного финансового планирования. Соответствующие инициативы эффективно влияют на изменение финансового поведения.

В то же время следует учитывать несовершенство законодательного регулирования, невозможность в кратчайшие сроки организовать действенную систему независимого консультирования населения по всей стране. Для этого необходимо совершенствовать нормативно-законодательную базу, оперативно информировать об изменениях в законодательстве, о выдаче и отзыве лицензий,

случаях мошенничества; предоставлять координаты служб и лиц, рассматривающих жалобы населения.

Список использованных источников

1. Эксперт рассказал, как похищают деньги с банковских карт // Беларусь и мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belnir.by>– Дата доступа: 28.03.2023.
2. Мошенничество в Интернете, что делать если Вы стали жертвой мошенников // SP&P [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://splaw.by/blog/moshennichestvo-v-internete/> – Дата доступа: 30.03.2023.
3. Мошенничество в экономической (финансово-кредитной) сфере // ilex новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/moshennichestvo-v-ekonomicheskoy-finansovo-kreditnoj-sfere/> – Дата доступа: 31.03.2023.
4. Литвинова В. В. Финансовое поведение человека и определяющие его факторы // Журнал экономической теории. – 2020. – Т.17. – №1. – с. 230-237.

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.А. Тырля, 3 курс

Научный руководитель – **Е.А. Вакулич**, ассистент
Полесский государственный университет

Торговля – это отрасль национальной экономики, назначением которой является продвижение товаров из сферы производства в сферу обращения и доведение их до конечного потребителя [1, с.273].

Доходы и расходы торговые организации формируют согласно Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов от 30.09.2011 г. № 102 [2].

Расходы торгового предприятия – расходы на реализацию – включают расходы на транспортировку товаров, расходы на оплату аренды помещения, оплату труда работников, амортизацию, оплату аренды складских помещений, расходы на упаковку товаров, расходы на рекламу, погашение кредитов, перечисления за испорченный в процессе перевозки товар и др.

Важным показателем хозяйственной деятельности торговых предприятий является валовой доход, который представляет собой часть цены товара, предназначенную для покрытия расходов на реализацию и образования прибыли. Валовой доход торгового предприятия – это разница между выручкой от реализации товаров (продажной стоимостью реализованных товаров) и их покупной стоимостью (т. е. это реализованная торговая надбавка) [3, с.7].

В свою очередь, торговые предприятия в зависимости от характера их деятельности и назначения подразделяются на предприятия оптовой торговли и предприятия розничной торговли.

В таблице 1 представлена динамика оптового товарооборота организаций оптовой торговли в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

Таблица 1. – Динамика оптового товарооборота организаций оптовой торговли в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

	2019 год, млрд. рублей	2020 год, млрд. рублей	2021 год, млрд. рублей	Темп роста, % 2020/ 2019	Темп ро- ста, % 2021/ 2020	Темп прироста 2020/ 2019	Темп прироста 2021/ 2020
Республика Беларусь	75952,9	76205,1	95677,7	100,33	125,56	0,33	25,56

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [4]

Изучив таблицу 1, можно заметить, что оптовый товарооборот имеет положительную динамику. В 2020 году по сравнению с 2019 г. товарооборот увеличился на 0,33%, а в 2021 году по сравнению с 2020 г. данный показатель увеличился на 25,56%. На увеличение оптового товарооборота могут оказать влияние следующие причины: увеличение объема спроса со стороны оптовых покупателей, эффективность использования материально-технической базы предприятий; производительность труда работников; обеспеченность товарными ресурсами и др.

В таблице 2 представлена динамика розничного товарооборота организаций торговли в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

Таблица 2. – Динамика розничного товарооборота организаций торговли в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

	2019 год, млрд. рублей	2020 год, млрд. рублей	2021 год, млрд. рублей	Темп роста, % 2020/ 2019	Темп ро- ста, % 2021/ 2020	Темп прироста 2020/ 2019	Темп прироста 2021/ 2020
Республика Беларусь	44889,7	49246,1	55719,2	109,70	113,14	9,70	13,14

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [4]

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что в последние годы сохраняется тенденция увеличения розничного товарооборота. В 2020 году по сравнению с 2019 годом розничный товарооборот увеличился на 9,70 %, а в 2021 году по сравнению с 2020 году - на 13,14 %. Рост продажи товаров розничной торговли может быть обусловлен, с одной стороны, непрерывным ростом производства товаров народного потребления и, с другой - повышением покупательской способности населения.

В таблице 3 представлена динамика оптового товарооборота оптовой торговли по формам собственности в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

Таблица 3 – Динамика оптового товарооборота оптовой торговли по формам собственности в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

Вид собственности	2019 год, млрд. рублей	2020 год, млрд. рублей	2021 год, млрд. рублей	Темп роста, % 2020/ 2019	Темп роста, % 2021/ 2020
государственная	7900,5	8285,8	9269,2	104,88	111,87
частная	59115,8	57238,7	76994,4	96,82	134,51
иностранная	8936,6	10680,6	13772,3	119,52	128,95

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [4]

Согласно таблице 3, в структуре оптового товарооборота оптовой торговли по формам собственности в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг. наибольшая часть приходится на частную собственность. Также наблюдается тенденция увеличения всех видов собственности в структуре оптового товарооборота в 2021 г.: государственной –11,87 %, частной – на 34,51% и иностранной – на 28,95 %. Причинами могут являться развитие предпринимательской деятельности, увеличение доли частных предпринимателей.

В таблице 4 представлена динамика розничного товарооборота организаций торговли по формам собственности в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

Таблица 4 – Динамика розничного товарооборота организаций торговли по формам собственности в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг.

Вид собственности	2019 год, млрд. рублей	2020 год, млрд. рублей	2021 год, млрд. рублей	Темп роста, % 2020/ 2019	Темп роста, % 2021/ 2020
государственная	4791	4655	4584	97,16	98,47
частная	57396	58971	59336	102,74	100,62
иностранная	3590	3812	4049	106,18	106,22

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [4]

Согласно таблице 4, в структуре розничного товарооборота организаций торговли по формам собственности в Республике Беларусь на период 2019-2021 гг. наибольшая часть также приходится на частную собственность. Также в 2021 году наблюдается тенденция увеличения показателей частной собственности на 0,62% и иностранной – на 6,22 %, а также снижение государственной на 1,53%. Причинами могут стать развитие предпринимательской деятельности и осуществление приватизации.

Согласно Программе социально-экономического развития Республики, Беларусь на 2021-2025 гг., основными направлениями развития торговли в Республике Беларусь являются:

1. Потребительский рынок будет ориентирован на увеличение объемов продаж товаров высокого качества и по доступным ценам, создание комфортной потребительской среды.

2. Предполагается расширить торговую инфраструктуру. В жилых кварталах городов будут размещены как магазины шаговой доступности, так и крупноформатные объекты. В областных центрах страны предусматривается реализовать проекты строительства торговых и бизнес-центров.

3. Намечено нарастить объемы развозной торговли на селе со стороны крупных сетевых операторов и потребительской кооперации. Будет увеличено число магазинов по реализации фермерской продукции.

4. Планируется создать сеть онлайн-магазинов, сформировать национальные электронные торговые площадки [5].

В настоящее время торговая отрасль действует в условиях высокой конкуренции, что стимулирует производителей повышать качество продукции, увеличивать ассортимент товаров и услуг, а также заниматься расширением рекламы. Таким образом, можно сделать вывод, что торговля является одной из наиболее важных сфер экономики.

Список использованных источников

1. Бухтик М.И. Финансы: учебное пособие / М.И. Бухтик. - Пинск: Полесский государственный университет, 2023. – 586 с.

2. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 10 июля 2012 г., № 425-З: с изм. И доп.: Закон Респ. Беларусь от 11 мая 2016 г., № 364-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2023. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>.

3. Финансы [Электронный ресурс]: метод. Рек. К самост. Работе для студентов. Ч. 3 / сост. М. С. Александренок. – Могилев: Белорус.-Рос. Ун-т, 2023. – 42с

4. Статистический ежегодник 2022г. [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/da7/2ofs6kwxniiwet4h4icu0kdluroipo8.pdf> - Дата доступа: 28.03.2023

5. Основные положения проекта Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/osnovnyepolozheniyaproekta-programmy-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-respubliki-belarus-na-202.html> – Дата доступа: 28.03.2023.

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ТАФФЛЕРА (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛЛАКТ»)

К.В. Филютич, В.А. Мангерт, 3 курс
 Научный руководитель – **Е.А. Вакулич, ассистент**
Полесский государственный университет

Банкротство – это неспособность компании платить по обязательствам: начислять зарплату, выходные пособия, рассчитываться с контрагентами. Вероятность банкротства оценивается на основе двухфакторной и пятифакторной модели Альтмана, модели Таффлера, модели Лиса, четырёхфакторной R-модели прогноза риска банкротства. На примере ОАО «Беллакт» рассмотрим модель Таффлера.

Компания «Беллакт» — единственный в Беларуси и один из крупнейших на территории СНГ производителей сухого детского питания. Сегодня его ассортимент составляет более 30 наименований. Наряду с сухими продуктами предприятие производит и широкую гамму цельномолочной продукции. Являясь предприятием непрерывного цикла производства, ОАО «Беллакт» перерабатывает около 125 т молока в сутки, насчитывая в своем ассортименте более 200 видов продукции [5].

Себестоимость продукции за 2021 год составила 338 305 тыс. руб., а за 2020 год – 294 282 тыс. руб. С увеличением себестоимости увеличилась и выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг с 324 437 тыс. руб. до 378 794 тыс. руб., это говорит о том, что увеличение себестоимости, происходящее за счет увеличения объема производства, влияет на увеличение выручки реализации продукции, товаров, работ, услуг предприятия.

Чистая прибыль увеличилась на 47,41 % в 2021 году по сравнению с 2020 годом и составила 28 643 тыс. руб. [3].

Модель Таффлера – методика прогнозирования банкротства предприятий на основе его финансовых показателей, предложенная в 1977 году британскими учеными Р. Таффлером и Г. Тишоу. Данная модель была разработана ими по результатам тестирования более ранней модели Альтмана на данных отчетности британских компаний как более соответствовавшая новым экономическим реалиям.

Четырёхфакторная модель Таффлера имеет следующий вид:

$$Z = 0,53 * X_1 + 0,13 * X_2 + 0,18 * X_3 + 0,16 * X_4;$$

Таблица – Показатели для расчёта четырехфакторной модели Таффлера за 2020-2021гг.

	Порядок расчёта	Коэффициенты значимости	2020 г.	2021 г.
X ₁	Собственный оборотный капитал ("ОПиУ № 2" (стр.060) / "ББ № 1" (стр.690))	0,53	1.10	1.42
X ₂	Краткосрочные активы ("ББ № 1" (стр.290)) / Сумма обязательств ("ББ № 1" (стр.590 + стр.690))	0,13	2.55	2.96
X ₃	Краткосрочные обязательства ("ББ № 1" (стр.690)) / Сумма обязательств ("ББ № 1" (стр.590 + стр.690))	0,18	0.65	0.69
X ₄	Выручка ("ОПиУ № 2" (стр.010) / "ББ № 1" (стр.300))	0,16	1.73	1.74

Примечание – Источник: [3]

Константа сравнения 0,3. Если $Z > 0,3$, то риск банкротства малый, тогда как значение $Z < 0,3$ - признак высокой вероятности банкротства.

$$2020г.: Z = 0,53 * 1,10 + 0,13 * 2,55 + 0,18 * 0,65 + 0,16 * 1,73 = 1,31;$$

$$2021г.: Z = 0,53 * 1,42 + 0,13 * 2,96 + 0,18 * 0,69 + 0,16 * 1,74 = 1,54.$$

Так как и в 2020, и в 2021 году значение $Z > 0,3$, то вероятность банкротства очень низкая.

Диагностика кризиса финансового состояния ОАО «Беллакт» за 2020–2021 гг., проведённая по модели Таффлера показала следующее: фактический комплексный коэффициент по оценке вероятности банкротства по модели Таффлера больше нормативного значения, а это свидетельствует о низкой вероятности банкротства.

Таким образом, подводя итог проделанной работы, мы можем сказать, что предприятие ОАО «Беллакт» является финансово устойчивым, а также банкротство предприятию не грозит. Стоит обратить внимание, что модель показала подъём в 2021 году. Применение рассматриваемой модели возможно, но лучше не использовать её, как единственный критерий для определения риска наступления банкротства. В связи с этим проблема разработки универсальной модели оценки вероятности наступления банкротства остается актуальной.

Список использованных источников

1. Антикризисное управление: Пособие для студентов спец. Е 25 01 06 «Менеджмент» / В. Ф. Байнев. - Мн.: БГУ, 2002. – 143 с.
2. Финансы : учебное пособие / М.И. Бухтик [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2017. – 111 с.
3. Годовой отчет предприятия ОАО «Беллакт» за 2020 и 2021 гг.
4. Финансы: учеб. пособие / Аносов В.М. [и др.]; под. общ. ред. Т.И. Василевской, Т.Е. Бондарь – Минск: БГЭУ, 2016. – 454 с.
5. Официальный сайт ОАО «Беллакт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bellakt.com> - Дата доступа: 28.03.2023г.

УДК 33

FINANCE AND FINANCIAL MARKETS IN MODERN CONDITIONS

M.D. Tsarenya, 3rd year

Scientific supervisor – **N.P. Bulanova, senior lecturer**
Belarusian National Technical University

In modern conditions, finance and financial markets play a crucial role in the global economy. The financial sector has been rapidly evolving over the years, and with the advancement of technology, it has become more complex and interconnected. This essay will discuss the current state of finance and financial markets, the challenges they face, and the opportunities they present in modern conditions.[1]

Firstly, the global financial market is vast and diverse, comprising various financial instruments such as stocks, bonds, futures, options, and currencies. The financial market serves as a platform for investors to buy and sell financial assets, allowing them to diversify their portfolios and manage risks. However, the financial market is not without its challenges. One of the most significant challenges is market volatility, which can lead to significant losses for investors. The market can be influenced by various factors such as economic conditions, political events, and changes in regulations. The rapid spread of information through the internet and social media has also led to increased volatility, as investors can quickly react to news and events.[2]

Secondly, the financial sector is closely linked to the real economy, and changes in one can have a significant impact on the other. The global financial crisis of 2008 highlighted the interconnectedness of the financial system and the real economy. The crisis was triggered by the collapse of the subprime mortgage market in the United States, which had a ripple effect on the global financial system, leading to a severe economic recession. Since then, regulators have implemented various measures to strengthen the financial system, such as imposing stricter capital requirements on banks and increasing transparency and accountability.[3]

Thirdly, technology has revolutionized the financial sector, leading to the emergence of new financial products and services. Fintech startups are disrupting traditional financial institutions by offering innovative solutions such as digital wallets, peer-to-peer lending, and robo-advisors. Blockchain technology is also transforming the financial sector, providing secure and transparent transactions through cryptocurrencies such as Bitcoin and Ethereum. However, these new technologies also pose challenges, such as cybersecurity risks and the potential for financial exclusion of those who do not have access to technology [4].

In conclusion, finance and financial markets are constantly evolving in modern conditions, presenting both challenges and opportunities. The financial sector is closely linked to the real economy, and changes in one can have a significant impact on the other. Technology is also transforming the financial sector, leading to the emergence of new financial products and services. As the financial sector continues to evolve, it is essential for regulators, policymakers, and market participants to work together to ensure a stable and sustainable financial model of the economy.

References

1. Role of the financial markets [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-market.asp>
2. Financial market trends [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.oecd.org/finance/financial-markets/financialmarketrends-oecdjournal.htm>
3. Financial crisis [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.intereconomics.eu/contents/year/2010/number/2/article/financial-market-crisis-and-financial-market-channel.html>
4. Financial sector [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.federalreserve.gov/newsevents/speech/bernanke20081007a.htm>

УДК 336.22

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕСТНОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ КИТАЯ

П. Цзинь, магистрант

Научный руководитель – Н.В. Покровская, к.э.н., доцент

Санкт-Петербургский государственный университет

Задача распределения налоговых полномочий и налоговых поступлений между различными уровнями власти бюджетной системы особенно актуальны для государств с различным уровнем развития территорий [8]. Важность фискальных трансфертов [4] и оптимального выбора налоговых источников актуализирует рассмотрение данных вопросов и для России [9], и для азиатских стран [1]. Теоретические взгляды на передачу налоговых источников на местный уровень [5] предполагают разные последствия для закрепления за местными бюджетами поступлений по косвенным и прямым налогам [3; 6]. Китайская налоговая система развивалась на протяжении многих лет, проходя через различные этапы реформ [10]. В настоящее время местная налоговая система Китая сталкивается с рядом проблем, которые затрудняют ее развитие и снижают эффективность. В данной статье мы рассмотрим основные проблемы местной налоговой системы Китая и предложим возможные пути их решения.

Ключевой проблемой для Китая является неравномерное распределение налоговых доходов [2]. Например, в провинции Гуандун значительная часть налоговых доходов уходит в центральный бюджет, оставляя местным органам власти недостаточно средств для развития социальной сферы и инфраструктуры. В результате, многие районы этой провинции испытывают дефицит средств для финансирования образования, здравоохранения и транспорта.

Негативную роль играют так же недостаточная прозрачность и сложность налогового законодательства [7].

Многие малые и средние предприятия (МСП) в Китае сталкиваются с трудностями в интерпретации и выполнении налогового законодательства. Например, налоговые льготы и субсидии, предоставляемые правительством для поддержки инноваций и технологического развития, часто оказываются недоступными для большинства МСП из-за сложности процесса получения этих льгот и неоднозначности требований. Это приводит к тому, что предприятия не могут в полной мере использовать предоставляемые государством возможности для развития своего бизнеса, а также снижает их конкурентоспособность на рынке.

Низкая налоговая база на некоторых территориях не позволяет сформировать необходимые местные налоговые доходы. В сельской местности Китая многие предприятия и частные фермеры не учитываются в налоговой базе из-за отсутствия регистрации и недостаточного контроля со сто-

роны налоговых органов. Это приводит к снижению налоговых доходов и увеличению налоговой нагрузки на зарегистрированные налогоплательщики.

Следует отметить последствия недостаточной автоматизации и цифровизации налогового процесса. В местной налоговой системе Китая существует отставание в применении информационных технологий и автоматизации налогового процесса. Внедрение современных технологий может упростить налоговое администрирование, снизить издержки и уменьшить возможности для уклонения от уплаты налогов.

В заключении следует отметить недостаточное сотрудничество между налоговыми органами разных уровней. Улучшение координации и обмена информацией между органами может способствовать более эффективному налоговому контролю и предотвращению уклонения от уплаты налогов.

Для решения основных проблем местной налоговой системы Китая следует предпринять следующие меры:

1. Пересмотреть механизм распределения налоговых доходов между центральным и местным правительствами, чтобы обеспечить более справедливое распределение ресурсов и улучшить развитие местных инфраструктур и социальных программ.

2. Упростить и унифицировать налоговое законодательство, а также повысить его прозрачность, что облегчит понимание и соблюдение налоговых правил для налогоплательщиков и снизит коррупцию.

3. Расширить налоговую базу путем активизации работы налоговых органов по выявлению и регистрации новых объектов налогообложения, что позволит увеличить доходы от налогов и снизить налоговую нагрузку на отдельные категории налогоплательщиков.

4. Внедрить современные технологии в налоговое администрирование, включая автоматизацию и цифровизацию налоговых процессов, что упростит налоговое администрирование, снизит издержки и уменьшит возможности для уклонения от уплаты налогов.

5. Улучшить координацию и обмен информацией между налоговыми органами разных уровней, что способствует более эффективному налоговому контролю и предотвращению уклонения от уплаты налогов.

Комплексное применение данных мер позволит обеспечить повышение эффективности и справедливости местной налоговой системы Китая и способствовать устойчивому развитию экономики.

Список использованных источников

1. Азиатские соседи России: взаимодействие в региональной среде: колл. моногр. М.: Центр российской стратегии в Азии Института экономики РАН, 2021. 246
2. Ли Цзяньцзюнь [李建军] Исследование построения местной налоговой системы [地方税收体系构建研究] // Налоговые исследования [税务研究]. 2022. №2. С. 140-143.
3. Нарративы индивидуального подоходного налогообложения в XXI веке / Под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.
4. Покровская Н.В. Роль налоговых трансфертов в формировании местных бюджетов в Российской Федерации // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2015. Т. 6. № 3.
5. Покровская, Н.В. Зачисление налога на доходы физических лиц в местные бюджеты в Российской Федерации // Экономика, налоги, право. 2017. № 3. С. 146-151.
6. Теоретико-методологический конструктив индивидуального подоходного налогообложения: / Под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021
7. Чжан Сюэцяо, Сюй Мэнбо [张雪乔, 许梦博] Исследование построения местной налоговой системы в период трансформации Китая [中国转型期地方税收体系构建研究] // Экономическая перспектива [经济视角]. 2016. №4. С. 53-58.
8. Aktaev N.E., Bannova K.A., Balandina A.S., Dolgih I.N., Pokrovskaja N.V., Rumina U.A., Zhdanova A.B., Akhmadeev K.N. Optimization criteria for entry into the consolidated group of taxpayers in order to create an effective tax mechanism and improve the social, economic development of regions in the Russian Federation // Procedia -Social and Behavioral Sciences. 2015. V. 166. P. 30-35.
9. Bannova K.A., Dolgih I.N., Zhdanova A.B. Developing The Competitive Advantage Of Companies And Regions By The Creation Of Consolidated Groups Of Taxpayers // Innovation Management and Sustainable Economic Competitive Advantage: From Regional Development to Global Growth. 2015. P. 834-841.

10. Pokrovskaja N.V., Sokolov B.I., Ivanov V.V. Tax reforms for sustainable economic growth of the national economy: case of China // Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth. Milan, 2016. P. 429 - 439.

УДК 336.22

РЕФОРМИРОВАНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В КНР

Чаолэмэн, магистрант

Научный руководитель – **Н.В. Покровская**, к.э.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет

Вопросы налогообложения имеют важное значение для формирования доходов территорий [8; 9]. Изучение опыта азиатских стран дает полезные уроки для России [1], в том числе в условия преодоления последствий пандемии COVID-19 [3; 6].

В КНР налоговая реформа началась с конца 70-х годов в XX веке, результатом стало разграничение налогов по уровням власти. Сейчас налоговая система КНР состоит из 25 видов налоговых сборов, объединенных в 8 групп. Особое внимание заслуживает косвенное и подоходное налогообложение [4; 7]. Налог на добавленную стоимость - это общий, широко распространенный налог на потребление, начисляемый на добавленную стоимость товаров и услуг.

В рамках реформ, объявленных в КНР в 1978 году, создана новая структура налоговой системы страны, направленная на развитие Китайской экономики ее интеграцию в мировую экономическую систему. Одним из элементов реформирования китайской экономики было введение налога на добавленную стоимость. Введение и развитие налога на добавленную стоимость в Китае прошло примерно через пять этапов.

Этап сосуществования налога на продукцию и налога на добавленную стоимость (1979–1993). На этом этапе в 1979 году Китай впервые ввел налог на добавленную стоимость. В это время в Китае взимались промышленные и коммерческие налоги с местных и иностранных предприятий. Большая проблема, которая тормозила развитие экономики было двойное налогообложение. Таким образом, налог на добавленную стоимость, который возник, на данном этапе помог избежать двойного налогообложения, и продолжает развиваться и на современном этапе.

Следующий этап сосуществования налога на добавленную стоимость, основанного на производстве, и налога на предпринимательскую деятельность приходится на период с 1994 по 2003 год.

С 1994 года налоги на товары были сняты в налоговой системе Китая. С тех пор Китай вступил в стадию, когда налог на добавленную стоимость и налог на бизнес были объединены.

Хотя реформа и стимулировала экономический потенциал, она также привела к истощению финансовых ресурсов, особенно к слабому росту доходов центрального бюджета.

С этой целью Китай с 1994 года проводит реформу фискальной и налоговой систем, в основе которой лежит система распределения налогов. Реформа системы налогообложения промышленности и торговли является вспомогательной реформой, а трансфертный налог является ключом к системе налогообложения промышленности и торговли. В реформе трансфертного налога реформа налога на добавленную стоимость стала фундаментом во всей налоговой системе. [2, с. 96]

После 1994 года, хотя общие поступления от налога на добавленную стоимость в Китае увеличивались год от года, доля общих налоговых поступлений в целом демонстрировала тенденцию к снижению с 45,02% в 1994 году до 35,01% в 2001 году.

Следующий этап реформ области НДС приходится на период 2004-2009 годы. В течение этого периода Китай вступил в стадию трансформации НДС от налога на добавленную стоимость, основанного на производстве, к налогу на добавленную стоимость, основанному на потреблении, и сделал важный шаг к созданию современной системы НДС [10].

Четвертый этап расширения налога на добавленную стоимость приходится на период с 2010–2016 годы.

На этом этапе реформа НДС способствовала снижению налогового бремени. В то же время были выявлены некоторые противоречия и проблемы. На этом этапе существуют несколько налоговых ставок налога на добавленную стоимость. Здесь ставки налога на добавленную имеют три

уровня: 16%, 10% и 6%. Но в то же время сосуществование нескольких налоговых ставок приводит к искажению поведения субъектов рынка, что не способствует функционированию рыночного механизма и противоречит характеристикам налога на добавленную стоимость. В то же время это не способствует соблюдению налогоплательщиками налогового законодательства и увеличивает расходы на сбор и администрирование налоговыми органами.

Пятый этап реформ НДС в КНР начинается 19 ноября 2017 года. Здесь вступили в силу изменения во Временные нормы и правила КНР «О налоге на добавленную стоимость», которые являются основным законодательным документом, регулирующим налогообложение НДС в КНР [2]

На сегодняшний день реформа НДС в КНР находится на 5 этапе своего развития. Реформа налога на добавленную стоимость должна не только перенимать зарубежный опыт, но и в полной мере учитывать уровень экономического развития Китая и возможности сбора налогов и администрирования, и не может копировать иностранные модели. [5]

Стандартная ставка НДС составляет 13%. Для некоторых товаров и услуг применяется ставка в 9% и 6%. Ставка налога для мелких плательщиков НДС составляет 3%.

С сумм НДС (и налога на потребление – взимается с продаж табака, алкоголя и некоторых других товаров) уплачивается также налог на строительство и поддержание в городе, ставки различаются в зависимости от месторасположения налогоплательщика: 7% в городских районах, 5% в округах и 1% в других районах. С сумм НДС (и налога на потребление) также уплачивается взнос на образование по ставке 3% и локальный взнос на образование по ставке 2%.

В заключении хочу отметить, что с момента начала реформ налоговой системы путем замены налога на хозяйственную деятельность на налог на добавленную стоимость (НДС), в Китае была существенно оптимизирована экономическая сфера деятельности. Отметим, что до начала реформы, НДС начислялся только на продажу и импорт материальных товаров, а также предоставление услуг по их обработке, ремонту и замене, в то время как корпоративный налог начислялся за предоставление всех других услуг, а также при передаче нематериальных активов и собственности. С недавних времен НДС взял на себя почти все функции налога на хозяйственную деятельность, и теперь является единственной формой потребительского налога в Китае.

Список использованных источников

1. Азиатские соседи России: взаимодействие в региональной среде: колл. моногр. М.: Центр российской стратегии в Азии Института экономики РАН, 2021. 246
2. Архитектоника современного налогообложения потребления / Под ред. И.А. Майбунова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.
3. Вылкова Е.С. Многогранность современной пандемической реальности: коллективная монография. СПб, 2021. 300 с.
4. Нарративы индивидуального подоходного налогообложения в XXI веке / Под ред. И.А. Майбунова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.
5. Теоретико-методологическая палитра косвенного налогообложения / Под ред. И.А. Майбунова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.
6. Погорлецкий А. И., Покровская Н.В. Сравнительный анализ мер фискального регулирования стран G20 в эпоху коронакризиса и в пост-коронавирусной перспективе // *Journal of Applied Economic Research*. 2021. Т. 20. № 1. С. 31-61.
7. Теоретико-методологический конструктив индивидуального подоходного налогообложения: / Под ред. И.А. Майбунова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.
8. Aktaev N.E., Bannova K.A., Balandina A.S., Dolgih I.N., Pokrovskaja N.V., Rumina U.A., Zhdanova A.B., Akhmadeev K.N. Optimization criteria for entry into the consolidated group of taxpayers in order to create an effective tax mechanism and improve the social, economic development of regions in the Russian Federation // *Procedia -Social and Behavioral Sciences*. 2015. V. 166. P. 30-35.
9. Bannova K.A., Dolgih I.N., Zhdanova A.B. Developing The Competitive Advantage Of Companies And Regions By The Creation Of Consolidated Groups Of Taxpayers // *Innovation Management and Sustainable Economic Competitive Advantage: From Regional Development to Global Growth*. 2015. P. 834-841.
10. Pokrovskaja N.V., Sokolov B.I., Ivanov V.V. Tax reforms for sustainable economic growth of the national economy: case of China // *Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth*. Milan, 2016. P. 429 - 439.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.В. Чернак, 3 курс

Научный руководитель – Е.А. Вакулич, ассистент
Полесский государственный университет

Малый и средний бизнес (МСБ) является особо важным сектором рыночной экономики, обеспечивающим занятость населения, экономический рост и качество валового национального продукта.

Со стороны государства в Республике Беларусь всё больше внимания уделяется именно малому и среднему бизнесу, оказывается всевозможная поддержка, направленная на улучшение деловой среды, содействие развитию субъектов МСБ, совершенствование инфраструктуры их поддержки.

В Республике Беларусь по причине нехватки внутренних источников (собственных средств) субъекты малого и среднего бизнеса обращаются к следующим внешним источникам финансирования: государственным источникам в лице Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей, Банка развития, инновационных фондов и исполнительных комитетов (из бюджетов); финансированию коммерческими банками и лизинговыми организациями [1]. Каждому источнику соответствует определённый перечень способов и условий финансирования субъектов МСБ.

Финансовая поддержка малого и среднего предпринимательства – одна из самых основных, но в тоже время непростых целей экономической политики Республики Беларусь. Проведём оценку деятельности в этом направлении основных источников финансовой поддержки МСБ.

Первое место по значимости в финансовой поддержке МСБ занимают средства **Банка развития**. Для финансирования малого и среднего бизнеса Банк развития разрабатывает ряд продуктов по поддержке отдельных категорий субъектов МСБ совместно с банками-партнёрами и лизинговыми организациями в соответствии с приоритетными направлениями их развития в Республике Беларусь.

По состоянию на 01.01.2023 года всего с начала действия программы Банка развития по поддержке субъектов МСБ профинансировано 7276 проектов, общий объем заключенных кредитных договоров и договоров финансовой аренды (лизинга) – 1 396,6 млн. рублей в эквиваленте. Общая стоимость проектов, профинансированных за счет ресурсов Банка развития, составила порядка 2 086,6 млн. рублей в эквиваленте.

Наибольший удельный вес в общем портфеле поддержки МСБ по сумме кредитного договора, договора финансовой аренды (лизинга) занимают проекты, связанные с производственной деятельностью – 42,2%, и деятельностью в области транспорта – 27,3% [2].

Таким образом, Банк развития в значительном объеме обеспечивает доступ субъектов МСП к кредитным ресурсам, а также предоставляет необходимые возможности по проведению операций финансовой аренды для реализации инвестиционных проектов. Однако динамика развития МСБ остаётся малоподвижной. Объективная причина этого кроется в ограниченности финансовых возможностей Банка развития, так как предоставляемые им кредитные ресурсы МСБ составляют менее 1 % фактического кредитования МСП банковской системы страны.

Далее проведём анализ финансовой поддержки субъектов малого и среднего бизнеса **Белорусским фондом финансовой поддержки предпринимателей (рисунок 1):**

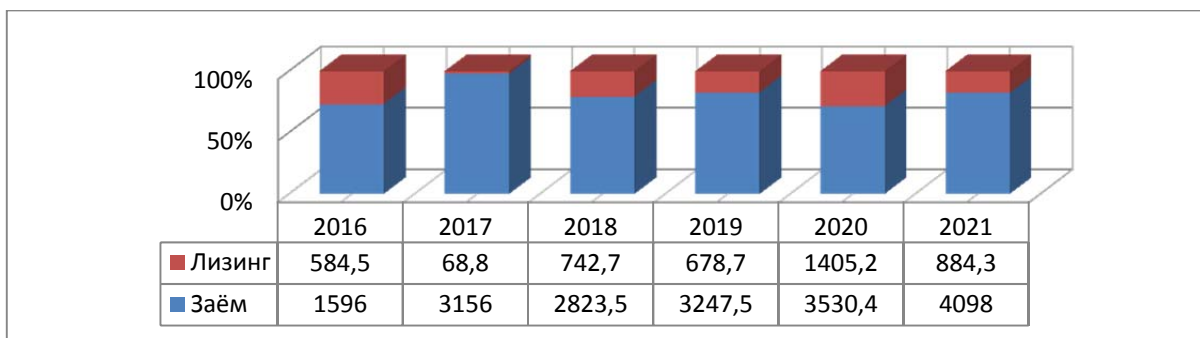


Рисунок 1. – Динамика соотношения объёмов оказанной финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства БФФПП за 2016 – 2021 гг., тыс. рублей

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Данные графика свидетельствуют о положительной динамике суммы финансовой поддержки предпринимателей со стороны фонда. В период с 2016 по 2021 год средний темп прироста составил 18 %. Значительную долю в структуре поддержки занимает предоставление денежных средств на возвратной основе (займы). Их объём в 2021 году по сравнению с базисным периодом прирос на 157%. Однако в 2021 году отмечается сокращение предоставления имущества на условиях финансовой аренды (лизинга) на 520,9 тысяч рублей, что может быть обусловлено меньшей их востребованности.

Так как поддержка МСБ (заём и лизинг) со стороны фонда осуществляется на конкурсной основе, то не все поступившие проекты могут быть профинансированы. Динамика одобрения заявок по финансовой поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства БФФПП представлена на рисунке 2:

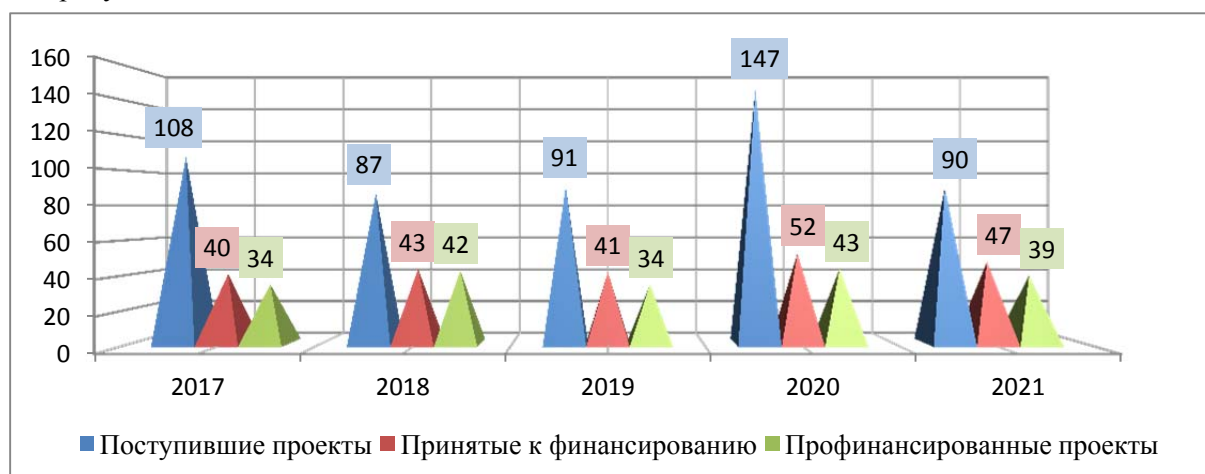


Рисунок 2. – Динамика одобрения заявок по финансовой поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства БФФПП за 2016 – 2021 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

По данным диаграммы лишь треть всех поступивших проектов финансируются фондом. Наибольшее количество проектов МСБ было профинансировано в 2020 году. По данным за 2021 год поступило 90 проектов, из них лишь 39 было профинансировано.

Таким образом, финансовую поддержку сектора МСБ Белорусским фондом и Банком развития можно оценить достаточно высоко, по многим показателям отмечается положительная динамика, что является необходимым фактором развития МСП в Республике Беларусь.

Источники и объёмы поддержки МСБ в Беларуси определяются в соответствии с Государственными программами “Малое и среднее предпринимательство”. Проведём сравнительный анализ объёмов и источников финансирования мероприятий двух программ за 2016–2020 гг. и 2021–2025 гг.:

Таблица – Источники и объёмы финансирования в соответствии с Государственными программами “Малое и среднее предпринимательство” за 2016-2020 гг. и 2021-2025 гг., белорусских рублей

Источники финансирования	2016-2020 гг.	2021–2025 гг.
Всего	593 962 494,0	31 406 413 550,9
Республиканский бюджет	13 418 806,5	16 635 922,9
- Минэкономики	-	558 516,3
- БФФПП	12 657 616,4	16 613 354,6
Местные бюджеты	76 748 457,5	58 159 378,5
Собственные средства БФФПП	3 514 150,0	5 570 000,0
Средства Банка развития	500 000 000,0	800 000 000,0
Кредиты ОАО «АСБ Беларусбанк»	-	12 000 000 000
Кредиты ОАО «Белагропромбанк»	-	7 500 000 000,0
кредиты ОАО «Белинвестбанк»	-	11 000 000 000,0
Иные источники (международная помощь)	281 080,0	13 193 150,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4; 5]

Исходя из данных таблицы, Государственная программа “Малое и среднее предпринимательство” на 2021–2025 гг. предусматривает увеличение объёмов финансовых ресурсов по поддержке МСБ по сравнению с программой на 2016–2020 гг. Отмечается сокращение финансирования местными бюджетами, однако дополнительно в качестве источников финансирования мероприятий программы выделяют кредиты государственных банков, они занимают наибольший удельный вес среди всех предусмотренных средств, что в свою очередь снимает нагрузку с бюджетных средств, способствует получению большей доходности государственными банками и развитию экономики.

По результатам исследования можно сделать вывод о том, что в Республике Беларусь проводится достаточно активная политика по финансовой поддержке субъектов МСБ для стимулирования развития перспективного сектора экономики.

Список использованных источников

1. Малый и средний бизнес [Электронный ресурс] // Министерство экономики. – Режим доступа: http://economy.gov.by/ru/small_business-ru/ – Дата доступа: 16.02.2023.
2. Банк развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brrb.by/> – Дата доступа: 18.02.2023.
3. Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belapf.by/> – Дата доступа: 22.02.2023.
4. О Государственной программе “Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь” на 2016 – 2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 февраля 2016 г. № 149 (в ред. постановления Совмина от 25.10.2016 № 870) [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/C21600149_1457557200.pdf. – Дата доступа: 24.02.2023.
5. О Государственной программе “Малое и среднее предпринимательство” на 2021 – 2025 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29.01.2021 № 56 [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100056>. – Дата доступа: 24.02.2023.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.В. Чернак, 3 курс

Научный руководитель – М.И. Бухтик, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В Республике Беларусь, как и в других странах с рыночным типом экономики, малый и средний бизнес является важным элементом системы хозяйствования, способствующим повышению уровня и качества жизни населения, созданию конкурентной и эффективной экономики.

На современном этапе со стороны государства все больше внимания уделяется именно МСБ, оказывается всевозможная поддержка. Государственная программа “Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь” на 2021-2025 гг. ставит своей целью формирование благоприятной среды для развития субъектов МСП с учётом их потребностей [3].

Для выявления проблематики развития МСП необходимо проанализировать его состояние в динамике, определить некоторые тенденции. Проанализируем изменения количества субъектов МСБ в период с 2016 по 2021 год (рисунок 1):

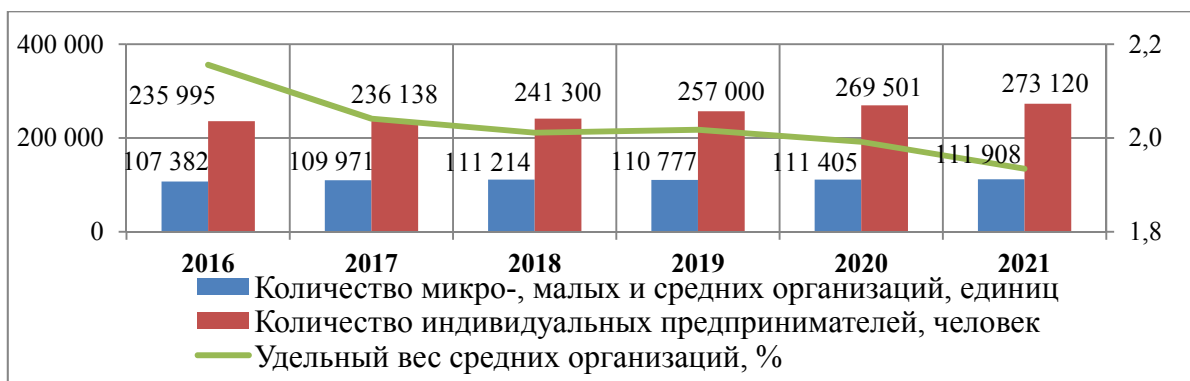


Рисунок 1. – Динамика количества субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь за 2016 – 2021 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

Исходя из статистических данных, отмечаются тенденции непрерывного увеличения числа ИП: их количество в 2021 году по сравнению с 2016 годом увеличилось на 15,73 %. Средний темп прироста микроорганизаций в период с 2016 по 2021 гг. составил 0,97 %, малых организаций приросло гораздо меньше, в среднем на 0,11 %, что обусловлено сокращением их количества в 2018 и 2021 годах. Что касается средних предприятий, то здесь стоит отметить постоянное сокращение их численности в рассматриваемый период в среднем на 1,33 %, в 2021 году по сравнению с базисным периодом их количество сократилось на 6,48 % [2]. Сложившийся неоднозначный тренд свидетельствует об отсутствии общего развития МСБ, так как предпочтительным для развития экономики является рост малых и средних предприятий.

В структуре организаций МСБ на 2021 год наиболее многочисленными являются микроорганизации (87 %), далее малые (11 %) и средние предприятия (2%), а численность организаций МСБ уступает количеству ИП [2].

Далее рассмотрим распределение субъектов МСБ по отраслям экономической деятельности (рисунок 2):

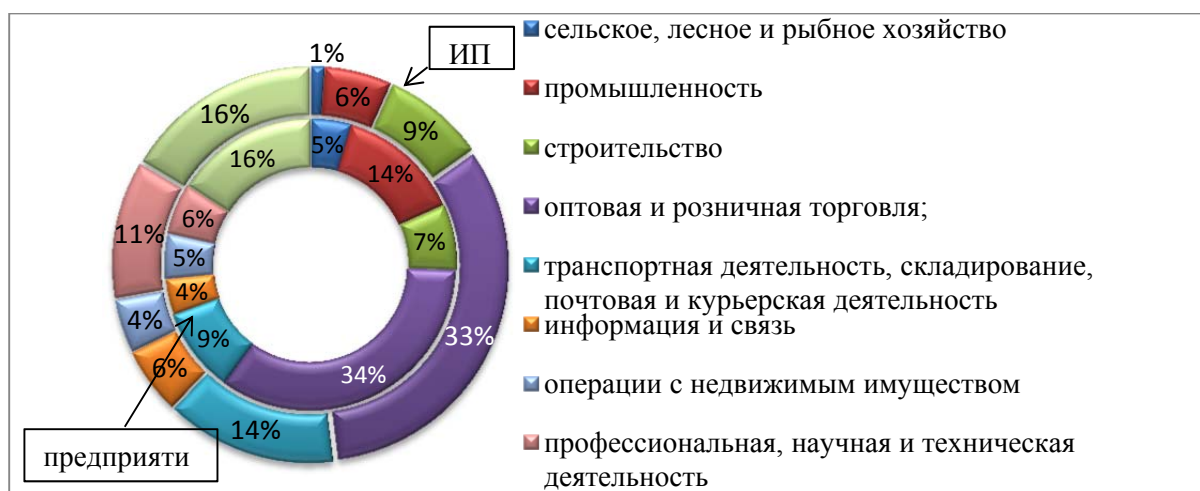


Рисунок 2. – Распределение субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь по видам экономической деятельности за 2021 год

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1]

Согласно статистическим данным, приведённым в диаграмме, на долю МСБ приходится наибольший процент деятельности в сфере услуг. Так, наибольшее количество индивидуальных предпринимателей и предприятий МСБ сконцентрировано в сфере оптовой розничной торговли, ремонте автомобилей и мотоциклов (удельный вес в общей структуре – 33 % и 34 % соответственно).

Предпочтение заниматься торговлей и оказанием услуг среди субъектов МСБ объясняется тем, что данный сегмент не требует больших капитальных вложений, но при этом обеспечивает быстрый оборот денег [1, с. 65-66].

ИП в большей степени занимаются профессиональной, научной и технической деятельностью, что определено структурными и правовыми особенностям, а соответственно и их экономическими возможностями.

Состояние и развитие малых и средних предприятий в Республике Беларусь можно охарактеризовать рядом следующих показателей (таблица):

Таблица – Основные показатели деятельности организаций малого и среднего предпринимательства за 2016-2021 гг.

Показатели	Годы					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Средняя численность работников тыс. чел	1148,6	1151,6	1158,1	1192,9	1146,2	1121,8
Объём производства продукции (работ, услуг) млн. руб.	40 657,6	47 516,7	62 882,6	62 882,6	69 670,1	85 617,8
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн. руб.	91 630,4	114775,7	137999,7	142953	145986,8	175063,6
Чистая прибыль, млн. руб.	3 170,9	3 843,9	3 986,2	7 420,7	5 294,9	9 133,8
Рентабельность продаж (организаций), %	7,0	7,2	7,2	6,9	8,2	8,4
Удельный вес убыточных организаций, %	24,4	21,4	20,9	20,1	22,3	19,1
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	6 729,7	7 225,7	8 866,1	11 230,0	11 872,8	11 051,1
Экспорт, млн. долларов США	10 641,2	13 699,3	17 073,0	15 607,3	12 271,1	17 039,9

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

Данные таблицы свидетельствуют о поступательном росте объема производства предприятий МСБ, поэтому выручка от реализации также постоянно возрастает (средний прирост за 6 лет составил 16,06 % и 13,82 % соответственно). В период 2019-2020 годов отмечается снижение многих показателей, что определено кризисным положением в этот период вследствие пандемии и подрыва макроэкономической стабильности в государстве, которые негативно сказались на покупательском спросе граждан. Если сравнить показатели 2021 года с 2016, то значения базисного прироста будут следующими: рентабельность продаж – 20%, инвестиции в основной капитал – 64,21%, экспорт – 60,13%. Удельный вес убыточных организаций МСБ в 2021 году сократился на 21,72 % по сравнению с 2016. Средняя численность работников в изучаемый период в среднем уменьшилась на 0,47%, что может быть связано с их оттоком на более крупные предприятия государственного сектора.

Показатели экономического развития индивидуальных предпринимателей характеризуются непрерывным увеличением численности физических лиц, привлекаемых ИП, сумм поступивших платежей в бюджет, экспорта в среднем на 9,71 %, 12,52 % и 31,62 % соответственно. Выручка от реализации в 2021 году по сравнению с базисным периодом увеличилась на 22,31 % [2].

Таким образом, малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь является перспективно развивающимся сектором экономики, вклад которого в развитие страны постепенно увеличивается, однако для более прогрессивного развития требуется повышение поддержки в период экономических кризисов. Несмотря на общую положительную динамику, малый и средний бизнес имеет большой нереализованный потенциал.

На основании выявленных проблем, зарубежного опыта, учитывая нынешние тенденции, можно предложить следующие **перспективные направления развития МСБ в Республике Беларусь на современном этапе:**

1. Унификация определения малого и среднего бизнеса на уровне законодательства, коммерческих банков и иных институтов поддержки МСБ, что позволит адекватно оценивать развитие малого и среднего бизнеса, принимать более эффективные управленческие решения на государственном уровне по поддержке субъектов МСБ, банки смогут более детально проработать банковские продукты для отдельных субъектов МСБ, учитывая их особенности.

2. Улучшение благоприятных условий открытия и ведения бизнеса в государстве.

3. Инновационная деятельность малого и среднего бизнеса.

4. Создание эффективных механизмов финансово-кредитной поддержки и страхования рисков МСП (гарантийных фондов), развитие микрокредитования, венчурного финансирования.

5. Государственная поддержка имиджа предпринимательства как в Беларуси, так и за её пределами.

При поддержке субъектов МСБ в наибольшей степени необходимо делать упор именно на средние предприятия, так как их количество в стране сокращается, а экономическая значимость возрастает.

Таким образом, разработанные направления и все вышеуказанные меры будут способствовать развитию предпринимательства в Республике Беларусь, формированию бизнес-среды и дальнейшему экономическому росту, что приведет к повышению уровня и качества жизни населения.

Список использованных источников

1. Короткевич, А. И. Малый и средний бизнес Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития / А. И. Короткевич, А. И. Стефанович // Экономическая наука сегодня. – 2022. – № 15. – С. 57-72.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 25.02.2023.

3. О Государственной программе "Малое и среднее предпринимательство" на 2021 – 2025 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29.01.2021 № 56 [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100056>. – Дата доступа: 17.02.2023.

Е.С. Шевчук, 3 курс

Научный руководитель – Е.А. Вакулич, ассистент

Полесский государственный университет

Домохозяйства объединяют всех наемных работников, владельцев мелких и крупных капиталов, ценных бумаг, земли, которые, в свою очередь, трудятся или не трудятся в общественном производстве. Необходимо также отметить, что современные домохозяйства являются не только поставщиками, но и потребителями экономических ресурсов. Ввиду роста самостоятельности и наличия определённых особенностей финансов домашних хозяйств появляется необходимость более детального анализа их финансовой деятельности и определения роли финансовых ресурсов домашних хозяйств в развитии инвестиционного потенциала и их места в финансовой системе страны, что должно учитываться во всех процессах макрорегулирования.

К. Маркс определял домашнее хозяйство как «потребительское производство», т.е. связанное с производством самого человека. В.В. Иванов и В.В. Ковалев дают следующее определение: «домашнее хозяйство - это группа лиц (за исключением домашних хозяйств, состоящих из одного лица), совместно принимающих экономические решения». В рамках данного исследования финансы домашних хозяйств – это денежные отношения, затрагивающие формирование и использование денежных средств групп лиц, проживающих в одном помещении и ведущих общее хозяйство, в целях совместного потребления и накопления в процессе своей социально-экономической деятельности [4, с. 65].

Здесь необходимо отметить, что очень существенным собственником инвестиционных ресурсов в белорусской экономике является население. Домохозяйства получают большую часть доходов, созданных обществом: заработная плата, пенсии, стипендии, доходы от предпринимательской деятельности, доходы от операций с личным имуществом и др., которые затем направляются на приобретение финансовых и нефинансовых активов. Основными показателями, характеризующими финансовое состояние домашних хозяйств, являются доходы, расходы, потребление и сбережение. Рассмотрим некоторые из них в таблице 1:

Таблица 1. – Основные показатели доходов населения Республики Беларусь за 2019-2022 гг.

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.
Реальный располагаемый денежный доход населения, %	106,5	103,3	100,5	99,1
В общем объеме денежных доходов:				
1) Оплата труда, %	70,1	62,5	63,2	62,9
2) Доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход, %	7,3	7,3	7,7	8,1
3) Трансферты населению (пенсии, пособия, стипендии и другие трансферты населению), %	16,1	24,8	22,2	23,8
4) Доходы от собственности и прочие доходы, %	6,5	5,4	5,3	5,2
Номинальная начисленная средняя заработная плата, руб	1118,1	1290,0	1477,8	1684,9
Реальная заработная плата к соответствующему периоду предыдущего года, %	107,9	106,6	103,4	101,6
Средний размер начисленных пенсий, руб	499,7	580	592,11	603,6

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2, 3]

Данные в таблице 1 показывают, что за 2019-2022гг. реальная заработная плата к соответствующему году и реальный располагаемый денежный доход населения имеет тенденцию к снижению, что обусловлено снижением объёма денежных доходов, а именно оплаты труда, трансфертов населения, доходов от собственности и прочих доходов. Также стоит отметить, что номинальная

начисленная средняя заработная плата, как и средний размер начисленных пенсий, имеет положительную динамику.

Доходы домашних хозяйств указывают на возможность приобретения товаров, услуг, а расходы и сбережения отражают фактическое распределение полученных доходов.

Расходы домохозяйств включают: расходы на покупку товаров и оплату услуг (потребительские расходы); расходы на оплату налогов, сборов, взносов; накопление сбережений и прочие расходы. Рассмотрим их в таблице 2:

Таблица 2. –Динамика потребительских расходов домашних хозяйств Республики Беларусь за 2019-2022 гг.

	Удельный вес потребительских расходов домашних хозяйств РБ, %								
	Продукты питания	Алкогольные напитки, табачные изделия	Непродовольственные товары	Оплата услуг	Транспорт	Одежда, обувь	Жилищно-коммунальные услуги	Здравоохранение	Прочие товары и услуги
2019г.	35,7	2,8	32,8	25,7	10,4	7,5	7,3	4,5	5,8
2020г.	36,8	2,7	33,9	24,3	10,3	6,5	7,6	5,7	5,5
2021г.	37,6	2,5	33,6	23,7	10,2	6,5	6,4	6,2	5,6
2022г.	39,7	2,5	33,7	24,1	10,1	6,5	6,5	6,3	6,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1, 2].

В ходе данного исследования было замечено, что основными статьями потребительских расходов домашних хозяйств являются продукты питания, непродовольственные товары и оплата услуг, которые занимают наибольший удельный вес. В свою очередь наименьший удельный вес занимают следующие позиции: алкогольные напитки, табачные изделия, здравоохранение и прочие товары и услуги.

Структура денежных расходов домашних хозяйств представлена на рисунке.

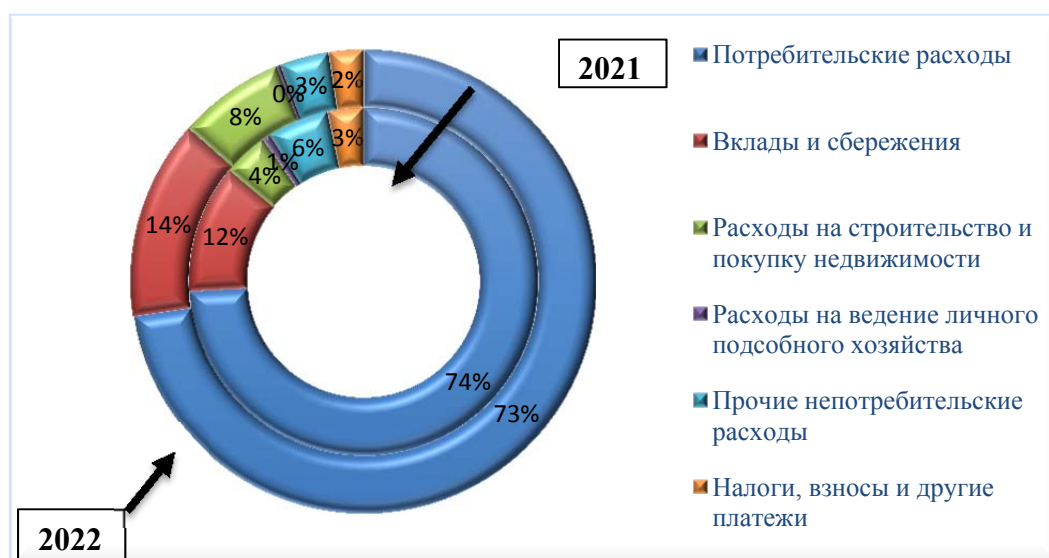


Рисунок – Структура денежных расходов домашних хозяйств (в процентах к итогу)

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1].

Данные на рисунке за исследуемый период показывают, что наибольший удельный вес в составе расходов домашних хозяйств составили потребительские расходы, а наименьший расходы на ведение личного подсобного хозяйства соответственно.

Таким образом, можно заметить, что домашние хозяйства увеличивают свои вклады и сбережения и снижают потребительские расходы. Также от финансового состояния домохозяйств зависит благосостояние страны. Поэтому необходимо создавать экономические условия для занятости домохозяйств и получения ими высоких доходов, включая стимулирование работодателей создавать рабочие места и развитую сеть подготовки и повышения квалификации, организовать повышение экономической грамотности населения и активизации деятельности домохозяйств на финансовом рынке.

Список использованных источников

1. Беларусь в цифрах [Электронный ресурс] / Статистический справочник / Под ред. И.В.Медведева, Е.И.Кухаревич, Ж.Н.Василевская и др. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2022. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/4a6/17lwzjez5wrikz92fyx8f2w0qlhm97me.pdf> – Дата доступа: 22.03.2023.
2. Сайт Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Доходы и потребление домашних хозяйств – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/uroven-zhizni-naseleniya/dokhody-i-potreblenie-domashnikh-khozyaystv> – Дата доступа: 22.03.2023.
3. Сайт Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Денежные доходы населения – Минск, 2023. – <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/uroven-zhizni-naseleniya/denezhnye-dokhody-naseleniya> – Режим доступа: – Дата доступа: 22.03.2023
4. Санько И.В. Финансы / Теоретические аспекты финансов домашних хозяйств / Сост. и общ. ред. И.В. Санько. – Полоцк: ПГУ, 2018. – 212 с.

УДК 368.911.5

СТРАХОВОЕ МОШЕННИЧЕСТВО: МАХИНАЦИИ В МЕДИЦИНЕ

А.Ю. Юркевич, Е.С. Доморад, 3 курс
Научный руководитель – **И.А. Пригодич, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Медицинское страхование является относительно новой формой страхования. Развитие страхования в медицинской области соотносится с эволюцией медицины и с появлением дорогостоящих услуг. Мошенничество в медицинской области может рассматриваться как с точки зрения закона, так и со стороны этики, т.к. страхование медицинских расходов снижает риск дополнительных затрат на лечение работников [1]. Цель статьи – выявить и рассмотреть наиболее распространенные случаи страхового мошенничества в медицинской сфере и обозначить методы борьбы с мошенничеством в страховой системе.

Фонды медицинского страхования по всему миру ежегодно теряют около 260 миллиардов долларов из-за мошенничества с медицинским страхованием, что эквивалентно 6% мировых расходов на здравоохранение [2]. При анализе случаев страхового мошенничества в медицинской сфере, было выявлено, что мошенники получают страховое возмещение следующими способами:

1. Получение страховой выплаты по поддельным документам: злоупотребление полномочиями, подделка документов, дача взятки, и служебный подлог. Основу преступных действий составляет мошенничество путем имитации страхового случая. Например, клиента признают инвалидом вследствие полученной травмы, хотя медицинских показаний к этому нет.

2. Умышленное членовредительство. Мошенники наносят себе незначительные травмы, получая выплаты из разных страховых компаний.

3. Соккрытие причин получения травмы. Например, предприятие страхует сотрудников от несчастного случая. Получив травму дома, страхователь сообщает, что она случилась на производстве.

4. Соккрытие информации о своем здоровье на момент заключения договора. Клиент умышленно скрывает наличие у него хронических заболеваний, а впоследствии при их обострении сообщает, что они новоприобретенные.

5. Завышение страховой суммы по лечению. Завышение страховой суммы путем «приписок» в диагнозе несуществующих болезней, назначения ненужных исследований, лекарств, методов диагностики и необязательных методик лечения.

6. Получение лечения подставным лицом. Администрация клиник в большинстве случаев не требует у застрахованного предъявить страховой полис, и практически никогда не просит предъявить документы, удостоверяющие личность. Это служит хорошим поводом для мошенничества в виде передачи страхового полиса третьим лицам.

7. Мошенничество с использованием полиса страхования ответственности медицинского работника. Оно заключается в инсценировке страхового события, связанного с врачебной ошибкой, которая повлекла причинение вреда больному, пациенту клиники. В этом случае ущерб больному должна компенсировать страховая компания, в которой был заключен договор страхования профессиональной ответственности врача.

8. Мошенничество с инсценировкой смерти застрахованного лица. Например, скоропостижная смерть застрахованного лица в период командировки в другой город. Подозрительными для страховой компании могут стать следующие позиции: значительный размер страховой суммы; страховый случай произошел в скором времени после заключения договора страхования; ходатайство выгодоприобретателя о скорейшем рассмотрении страхового случая и выплате страховой суммы; сам факт смерти застрахованного лица в другом городе. В таком случае проводится расследование страхового случая: в больнице, где умер застрахованный, должны быть записи о его поступлении; опросы медицинского персонала больницы помогают выявить какие-либо факты, имеющие отношение к застрахованному; тело должно доставляться в морг города, где в командировке находился застрахованный; в отделе ЗАГС города, где в командировке находился застрахованный, должна составляться актовая запись о смерти застрахованного; выдается свидетельство о смерти с указанным номером; подпись руководителя ЗАГСа в представленном свидетельстве должна соответствовать оригиналу; проводится вскрытие трупа застрахованного в соответствии с медицинским порядком констатации причин внезапной смерти человека; если по документам была осуществлена кремация трупа застрахованного (должна присутствовать отметка в крематории города, где в командировке находился застрахованный). Так можно установить была ли смерть застрахованного инсценирована со всеми вытекающими уголовными последствиями.

9. Мошенничество посредством фиктивного оформления полисов обязательного медицинского страхования. К преступлениям подобной категории относится незаконное оформление полисов обязательного медицинского страхования на лиц, которые не имеют никакого отношения к конкретным организациям. В результате этих действий страховые компании вынуждены из соответствующих фондов медицинского страхования уплачивать стоимость медицинских услуг, которые якобы получили эти лица, не только не работавшие в этих организациях, но и не прописанные, и не проживающие в этом населенном пункте. Посредники в сговоре с медработниками, могут оформлять полисы обязательного медицинского страхования, находить людей, которым нужен полис, с предложением ускорить решение проблемы за определенную цену, и, получив согласие этих людей, решать вопрос, акцентируя внимание клиентов на то, что лечиться за деньги гораздо дороже и в выигрыше будут все стороны. Фонд, из которого перечисляются суммы на лечение, потерпит значительные убытки.

10. При страховании жизни и здоровья участились случаи инсценировок наезда на пешехода в целях незаконного получения страхового вознаграждения. Такой способ зарабатывания себе на жизнь достаточно опасен для жизни и здоровья самого мошенника, но такие факты периодически встречаются.

Случаи мошенничества, которые удалось раскрыть, развивают страховую практику: чтобы суметь противостоять чему-либо, необходимо столкнуться с проблемой. С каждым новым случаем создаются новые инструменты по борьбе с мошенничеством в сфере медицинского страхования, например информирование людей. Почти половина убытков от мошенничества, возмещенных в период с 1996 по 2005 год, приходится на судебные иски, поданные осведомителями [3]. Готов-

ность людей сообщать о нарушениях – неизбежный этап в содействии распространению изблительного поведения.

Медицинские страховые компании разработали эффективную политику и методы борьбы с мошенничеством, направленные на предотвращение, обнаружение и расследование. У страховщиков есть профессиональные следователи и эксперты. Они выполняют проверки правдоподобия, например, сопоставляют лечение с основными заболеваниями, прежде чем возмещать иск. Страховые компании также проводят ретроспективный анализ всех ранее заявленных расходов с помощью сложной технологии обнаружения мошенничества, чтобы определить закономерности или тенденции в предыдущих требованиях. По результатам этих проверок страховые компании могут запросить у физических лиц или поставщика медицинских услуг более подробную информацию о расходах на лечение, направленных на возмещение.

Развитие новых видов услуг в сфере личного и медицинского страхования характеризуется не только как очередной этап развития экономических отношений в сфере страхования, но и увеличением мошеннических преступных проявлений по данному направлению. С каждым годом в страховании появляются новые схемы обмана страховщиков с целью получить корыстную выгоду в виде определенных выплат.

Таким образом, изучение схем мошенничества – необходимое мероприятие для улучшения системы защиты физических и юридических лиц. Как выяснилось в процессе исследования, наиболее распространенными случаями страхового мошенничества в медицинской сфере являются случаи фальсификации медицинских документов, умышленные акты несчастного случая, сокрытие важных фактов при заключении договора страхования. Данные о случаях мошенничества являются базой для подготовки необходимых превентивных мероприятий. Важным фактором в борьбе с мошенничеством являются лица, сообщающие о преступных схемах в необходимые органы. Эксперты, работающие со страховыми компаниями исследуют обстоятельства страхового случая, прежде чем выгодоприобретатель получит выплату.

Список использованных источников

1. Пригодич И. А. Страхование в системе ВЭД: электронный учебно-методический комплекс / И.А. Пригодич. – ПолесГУ, 2020. 313 с.
2. Johnson JM, Khoshgoftaar TM. Medicare fraud detection using neural networks. J Big Data. 2019;6(1):63. doi:10.1186/s40537-019-0225-0
3. Faunce TA, Bolsin SN. Three Australian whistleblowing sagas: lessons for internal and external regulation. Med J Aust. 2004;181(1):44–47. doi:10.5694/j.1326-5377.2004.tb06160.x

УДК 336.717

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА НА ТРАДИЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ

А.Ю. Юркевич, Е.С. Доморад, 3 курс
Научный руководитель – **В.А. Лукашевич**
Полесский государственный университет

В настоящее время Интернет-банкинг меняет банковскую индустрию, оказывая серьезное влияние на банковскую деятельность. Банковское дело теперь не ограничивается отделениями, куда нужно лично приходить, чтобы снять наличные, выписать чек или запросить выписку о счетах. В Интернет-банкинге любой запрос или транзакция обрабатываются в режиме онлайн без какого-либо обращения в отделение в любое время. Предоставление услуг интернет-банкинга все больше становится «необходимостью», а не «приятной услугой». Так, Интернет-банкинг во многих развитых странах становится скорее нормой, чем исключением, поскольку это самый дешевый способ предоставления банковских услуг.

Речь пойдет об электронном банкинге ОАО «АСБ Беларусбанк», о значении, функциях и преимуществах электронного банкинга. В работе также будет рассмотрено влияние электронного банкинга на традиционные банковские услуги. Будет проведен опрос среди студентов Полесского Государственного Университета на тему возрастающей популярности Интернет-банкинга в со-

временных условиях. Вместе с тем будет затронута тема продвижения Интернет-банкинга среди старших поколений.

Онлайн-банкинг, также известный как электронный банкинг или виртуальный банкинг, — это электронная платежная система, которая позволяет клиентам банка или другого финансового учреждения проводить ряд финансовых операций через веб-сайт финансового учреждения [1].

Интернет-банкинг активно используется клиентами для совершения платежей онлайн, оплаты услуг, запроса баланса и выписок по счетам. В настоящее время продвигаются возможности онлайн открытия счетов и депозитов, выпуска банковских карт, конвертации валюты и прочих разнообразных услуг. Так, например, Альфа-банк предлагает свою версию интернет-банка Альфа-Клик. В предлагаемые услуги входят: регулярные платежи (услуги мобильной связи, интернет, ЖКХ и др.), погашение кредитов и пополнение депозитов, переводы между счетами, покупка валюты, открытие счета и контроль операций (получение детальной информации о совершенных операциях за любой период) [2]. В целом, большинство интернет-банков предоставляют похожий перечень услуг, например, для сравнения, взят еще один белорусский банк – Белагропромбанк. Его система Интернет-банкинга позволяет пользователям: открывать счет и управлять им, открывать и пополнять депозиты, оформлять заявки на кредит и его погашение, совершать платежи, совершать переводы на другие счета (в том числе за рубеж), просматривать остатки и управлять лимитами [3].

В настоящее время Интернет-банкинг Беларусбанка предоставляет следующие услуги:

- совершать любые платежи (за услуги мобильной связи; в системе «Расчет» (ЕРИП) - коммунальные платежи, услуги страхования, газ, интернет, охрана, обучение и многое другое; по кредитам и кредитным картам);
- мгновенно переводить деньги (между своими счетами; для пополнения своих вкладных счетов в банке; другим людям по номеру карты любого банка);
- оформлять онлайн (карту к новому счету; заявки на дополнительные услуги для используемых карт; заявку на овердрафт; кредит на карту);
- приумножать и сохранять (открывать и пополнять вклады (депозиты); покупать Интернет-облигации и получать доход по ним без посещения банка);
- экономить свое время и деньги (процент по кредиту будет ниже, если оформить его в системе «Интернет-банкинг»; оплатить услуги можно в один клик с помощью сервиса Платеж «одной кнопкой»; с помощью сервиса «Автоплата» можно настроить регулярные коммунальные платежи, мобильную связь и другие услуги в автоматическом режиме);
- подключать / отключать услуги (SMS-оповещение; SMS-banking; получение выписки по счету на электронную почту; услугу «Автоплата»);
- контролировать свои финансы;
- получать информацию (о курсах валют, новых банковских продуктах, предложениях и акциях, новостях банка) [4].

Преимущества интернет-банкинга:

- комфорт: возможность проводить операции с нашими счетами без необходимости стоять в длинной очереди перед кассами в банке;
- доступность: услуги дистанционного банковского обслуживания доступны клиентам 24/7;
- клиентская база: Интернет позволяет банку охватить всю территорию страны. Интернет также обеспечивает равные условия для небольших банков, которые хотят пополнить свою клиентскую базу;
- портативность: мобильное приложение позволяет клиентам проверять баланс и выполнять обычные банковские операции из любого места в любое время, когда есть телефон [3].

На основе вышеперечисленных преимуществ можно сделать вывод, что Интернет-банкинг является удобным средством, позволяющим производить банковские операции.

Среди студентов Полесского Государственного Университета был проведен опрос, касающийся темы использования Интернет-банкинга. По данным опроса удалось выяснить что из 52 опрошенных, 98,1% являются пользователями Интернет-банкинга, изредка используют банкомат и/или инфокиоск и еще реже посещают отделение банка. 98,1% проголосовавших предпочитают проверять состояние счета именно в Интернет-банкинге, при этом только 9,4% делают это при помощи

банкомата и 0% ходят в банковское отделение. 98,1% переводят деньги на другой счет при помощи Интернет-банкинга. 94,3% опрошенных также отметили, что оплачивают услуги через Интернет-банкинг. 100% студентов согласились с тем, что Интернет-банкинг упрощает доступ к банковским услугам. В конце опроса, студенты имели возможность оставить свой комментарий о том, какие преимущества имеет Интернет-банкинг. Многие отметили, что это быстрый, доступный и удобный способ пользования банковскими услугами.

Таким образом, Интернет-банкинг действительно популярен среди студентов, в частности среди студентов ПолесГУ. Так, за последние два десятилетия влияние традиционных банков сильно пошатнулось. Поэтому изменилось и понимание сущности этой банковской системы. На изменения в банковской сфере оказали влияние интернационализация, глобализация, увеличение количества финансовых услуг, развитие конкуренции, технологическое развитие и появление большого количества инноваций. Интеграция информационно-коммуникационных технологий в бизнес изменила отношения внутри организаций и между организациями, а также между отдельными лицами. Новые информационные технологии прочно вошли в индустрию финансовых услуг и играют значимую роль в развитии банковской отрасли.

Тем не менее, внедрение Интернет-банкинга требует от банка значительных затрат: не каждый банк имеет возможность точно оценить конечный выигрыш и вложить финансы. Также банк может столкнуться с кадровой проблемой: для поддержания системы Интернет обслуживания, необходимо нанять специалистов. Насущная проблема, тормозящая развитие Интернет-банкинга – это проблема недостаточной информативности: некоторые люди не имеют достаточной информации о том, как пользоваться Интернет-банкингом, особенно это распространено среди старшего поколения из-за отсутствия опыта пользования технологиями. Банкам рекомендуется проводить различные информационные кампании и уделять внимание проведению специальных тренингов. Важно сфокусироваться и на обеспечении образовательной поддержки пользователей старшего поколения.

Еще одно положение, требующее развития в Республике Беларусь – это проблема беспокойности людей в безопасности их интернет-аккаунтов. Для уверенности общества в надежности своих аккаунтов, банкам предлагается, во-первых, улучшать безопасность своих онлайн-платформ с помощью современных методов шифрования и двухфакторной аутентификации. Во-вторых, необходимо обучение клиентов основам безопасности при использовании интернет-банкинга. Кроме того, улучшение интерфейса обеспечит желание к обучению пользователей, в частности старшего поколения, так как наглядность функций – это ключ к сокращению барьера между современными технологиями и старшим поколением.

Список использованных источников

1. [Интернет-ресурс] [https://www.ijbmi.org/papers/Vol\(11\)11/A11110106.pdf](https://www.ijbmi.org/papers/Vol(11)11/A11110106.pdf).
2. [Интернет-ресурс] <https://www.alfabank.by/services-perevod/alfa-click/>.
3. [Интернет-ресурс] https://www.belapb.by/natural/distanc_obs_l/internet_banking/.
4. [Интернет-ресурс] https://belarusbank.by/ru/fizicheskim_licam/31886/internet_banking.
5. [Интернет-ресурс] <https://ijrcs.org/wpcontent/uploads/IJRCS202004039.pdf>.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 330.1

РОЛЬ ХАОТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ФОРМИРОВАНИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ОБЩЕСТВА

Я.Ю. Барнатович, 1 курс

Научный руководитель – С.Ю. Солодовников, д.э.н., профессор,
заведующий кафедрой «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

Основой любой системы является ее структура. Структура есть не что иное, как «... итог движения элементов системы, итог их организации, упорядочение, и в этом смысле она выступает как закон связи элементов» [1, с. 805]. Следует сказать, что для возникновения, существования и развития структур хаос является необходимым условием. И. Коршун пишет: «Хаос – это состояние системы, характеризующееся большой степенью энтропии». Возникновение структур начинается с появления синергетического эффекта, то есть коллективного хаотического движения элементов системы. «Синергетика представляет собой научное направление, изучающее процессы самоорганизации структур различной природы, и в этом своем качестве она инициирует изучение универсальных законов порядкообразования, стремится структурировать научную среду, группируя вокруг себя предметные поля и методологические направления, так или иначе связанные с изучением проблем порядка и хаоса» [2, с. 10].

В синергетике рождение структур связано с открытостью, нелинейностью и неравномерностью систем. Открытость системы – ее способность к обмену веществом с окружающей средой, в роли которой выступает информация. «Под информацией следует понимать негэнтропийную способность системы к образованию случайных сигналов» [2, с. 13]. В ходе взаимодействия структур с окружающей средой (информацией) появляются множественные флуктуации – «случайные отклонения мгновенных значений величин от их средних значений (от состояния равновесия)» [3, с. 19]. Множество малых изменений в системе, приводит к тому, что система достигает точек полифуркации, в которых будет определен ее новый организационный порядок. Подобный феномен принято называть в синергетике «порядок через флуктуацию» и можно сказать, что малые колебания порождают большие следствия. Для описания подобных процессов подходит метафора Эдварда Лоренца – «эффект бабочки». Ее суть заключается в чувствительности неравновесных систем к малым флуктуациям. Как например, взмах крыльев бабочки в штате Айова может вызвать лавинообразные процессы, которые достигнут своей кульминации в Индонезии в сезон дождей.

Возникает проблема соотношения порядка и хаоса в структурах. Те структуры, в которых степень упорядоченности элементов и связей между ними увеличивается (за счет снижения энтропийных процессов), становятся все более детерминированными. В конечном счете они представляют собой набор предметов, не составляющих систему, т.к. между ними нет никаких взаимодействий (связей). Если же связи появляются, то они представляют собой односложное взаимодействие элементов, которое крайне неустойчиво к любому внешнему воздействию, приводящему к возникновению множественных флуктуаций и гибели системы. Присутствие хаотических процессов в системе оказывает положительное влияние на существование, развитие и функционировании структуры. Таким образом, возникает необходимость определения оптимального соотношения порядка и хаоса, точки идеального эволюционного развития. В соответствии с научными разработками Е. А. Седова исчисляемая точка эволюционного развития (точка «К»), после прохождения которой теряется оптимальное соотношение порядка и хаоса, исчисляется следующим образом [4, с. 92–100]:

$$\frac{H}{I} = \frac{20\%}{80\%}$$

где H – энтропия, I – структурная информация.

Выводы. Хаос является необходимым условием для развития, функционирования и формирования экономических структур. Множественные флуктуации в структуре – свидетельство неизбежности ее развития, тенденция которого будет определена в точке бифуркации и ведет либо к разрушению, либо к эволюции структуры.

Список использованных источников

1. Структура. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / главн. науч. ред. и сост. С. Ю. Солодовников. – Минск : МФЦП, 2002. – 1007 с.
2. Солодовников, С. Ю. Понятие хаоса и его место в развитии сложных систем / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня: сборник науч. ст. – Выпуск № 7. – Минск БНТУ, 2018. – С. 5–18.
3. Василькова, В. В. Порядок и хаос в развитии социальных систем (Синергетика и теория социальной самоорганизации). – Спб.: Изд-во «Лань», 1999 – 478 с.
4. Седов, Е. А. Информационно-энтропийные свойства социальных систем. // Общественные науки и современность. – 1993. – с. 92-101.

УДК 338.12.017:004.89

АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ С РАЗВИТИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

К.Д. Бех, А.А. Батюшко, 2 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Технология искусственного интеллекта (ИИ) изучается в течение долгого времени. За последние годы произошло множество существенных достижений в совершенствовании данной технологии, а также сфера информационных технологий определила новейшие возможные варианты применения ИИ.

Цель данного исследования: анализ потенциала внедрения ИИ в бизнес-сферу.

Для достижения поставленной цели были сформулированы и решены следующие задачи исследования:

1. проанализировать применение ИИ в бизнесе;
2. оценить прогноз развития ИИ в бизнесе;
3. изучить проблемные зоны ИИ в бизнесе;

В наше время технология искусственного интеллекта вводится в огромное количество отраслей. Эта технология является стратегически необходимой, так как ИИ помогает значительно увеличить эффективность всех процессов, выработать новый, клиентский опыт, а человеческие ресурсы направить в другое русло, для решения более важных задач.

В последнее десятилетие ИИ используют, как потребители, так и предприятия. Вложения от крупных компаний позволили ИИ показать свою производительность, проявить себя в чрезвычайных ситуациях. Использование технологии продолжает привлекать внимание исследователей и бизнес лидеров. Абсолютно точно утверждение: внедрение ИИ в бизнес среду способно значительно увеличить финансовые показатели компаний.

Рассматривая сферу обслуживания клиентов, необходимо упомянуть исследование компании Forrester Consulting по применению искусственного интеллекта в данной области. Участниками исследования стали 430 руководителей. Главным выводом отчета стало утверждение: Объединение современной технологии и способностей профессионалов взаимодействовать с клиентами гарантирует высокую удовлетворенность и клиентов, и самих профессионалов.

В Беларуси примером внедрения технологии ИИ служит проект “Люди бай”, предназначенный для улучшения взаимодействия компании и потенциальных работников. В компанию уже внедрены элементы технологии ИИ, которая помогает соискателю составить видео-резюме без помощи сторонних программ и ресурсов, а только с использованием самого сайта, тем самым экономя время как соискателя, так и работодателя, который вместо чтения резюме может просмотреть маленький видеоролик и уже понять, подходит ли ему данный кандидат. Как итог, эта технология

оптимизирует фиксацию и обработку запросов, что помогает нанимателю устанавливать более персонализированные взаимоотношения с потенциальными работниками.

ИИ, помимо вышеуказанного, применяется для составления прогнозов о том, в чем клиент будет заинтересован, учитывая уже имеющиеся данные о предпочтениях и запросах. На основе информации ИИ составит персонализированные рекомендации, исходя из предпочтений клиентов, и предложит им наиболее подходящие варианты и, тем самым, удовлетворит их запросы, что повысит прибыльность компании.

Эти приемы активно используют крупные сети магазинов и рыночные площадки. ИИ также улучшает прямое взаимодействие клиента и площадки, являясь либо посредником между ними, либо непосредственно отвечая на вопросы клиента. Все это повышает доходность компании за счет повышения продаж и уменьшения собственных расходов на персонал и обслуживание.

Еще один способ применения ИИ для увеличения эффективности работы компании – применение для переговоров. Уже созданы программы, которые “сжимают” текст содержания переговоров, предоставляя по определенным запросам ту информацию, которая необходима, опустив все то, что в данный момент не имеет значения. Это позволяет компании не тратить время на самостоятельное ознакомление с текстом, а уже работать с готовым вариантом. На основе открытой информации алгоритмы могут находить цели с наибольшей потенциальной прибылью и предоставить компании данный список, а руководство уже на основе готовых вариантов примет решение.

Как на микросреду, ИИ оказывает влияние и на макросреду. Крупные компании-разработчики и небольшие группы специалистов постоянно совершенствуют свои продукты, предоставляя их все большему числу компаний на мировом рынке. По прогнозам The Wall Street Journal, преимущества технологи ИИ увеличат мировой ВВП до 14% в период с настоящего времени до 2030 года, что равняется приросту в мировой экономике на 15,7 трлн. долларов.

Кроме положительных факторов, следует рассмотреть те проблемы, которые возникнут при внедрении ИИ в компанию. Это касается как сложности самостоятельной разработки программного обеспечения, структур, баз данных и серверов для ИИ или их дорогостоящей закупки у сторонних компаний-разработчиков, так и проблемы возможной безработицы, ведь если ИИ внедряется с целью улучшения эффективности рабочего процесса и уменьшения нужды в человеческих и временных ресурсах, мы получим большое количество людей, потерявших работу и у которых отсутствуют те знания и умения, которые позволят им работать на том же, уже “обновленном”, или другом рабочем месте.

Ожидается, что почти всех профессий коснется ИИ. Профессии продавца, таксиста, бухгалтера уже находятся в зоне риска. Однако, отказ от вообще всех работников в пользу полной автоматизации невозможен. Например, специалисты по разработке, обслуживанию и постоянной работе с ИИ востребованы, а со временем необходимость в них только возрастет. Все они отвечают за то, насколько эффективно работает ИИ, и какую выгоду он принесет компании. Поиск таких специалистов, их обучение и предоставление условий для работы являются приоритетом для компаний, которые планируют или уже готовы внедрить ИИ в собственный рабочий процесс. Работодатели прибегают к следующим способам создания подготовленных кадров:

1. Внедрение непрерывного обучения при использовании ИИ. Как специалисты, так и программа в ходе работы постоянно совершенствуются на основе чужого и своего опыта.
2. Смена вектора развития в сторону взаимодействия с ИИ и предоставление данному направлению большего количества доступных ресурсов.
3. Партнерство с другими компаниями и учреждениями образования. От этого решения выигрывают две стороны: компания, которая получила кадры для работы с ИИ, и выпускник, который получает рабочее место и необходимый в данной сфере практический опыт.

Таким образом, развитие ИИ существенно влияет на современную деловую среду. Благодаря применению алгоритмов машинного обучения и искусственных нейронных сетей, возможности автоматизации и оптимизации бизнес-процессов значительно расширяются. Однако необходимо учитывать потенциальные риски, связанные с использованием ИИ в сфере управления и принятия решений, чтобы достичь баланса между эффективностью и этичностью использования новых технологий в бизнесе.

Список использованных источников

1. Sizing the prize: What's the real value of AI for your business and how can you capitalise? PwC Dr. Anand S. Rao and Gerard Verweij. [Electronic resource] – Mode of access: <https://www.pwc.com/au/government/pwc-ai-analysis-sizing-the-prize-report.pdf>. – Date of access: 27.03.2023.
2. The state of artificial intelligence: Recent advances, startup landscape, the road ahead, CB Insights. [Electronic resource] – Mode of access: <https://www.cbinsights.com/research/report/artificial-intelligence-trends/> – Date of access: 27.03.2023.
3. The Wall Street Journal: The Economic Value of AI Irving Wladawsky-Berger. [Electronic resource] – Mode of access: <https://www.wsj.com/articles/the-economic-value-of-artificial-intelligence-1540568499> – Date of access: 26.03.2023.
4. Vala Afshar, How AI-powered commerce will change shopping, 2018. [Electronic resource] – Mode of access: <https://www.zdnet.com/article/how-ai-powered-commerce-will-change-shopping/> – Date of access: 27.03.2023.
5. БЕЛТА: Как оптимизировать работу HR-менеджеру, а соискателю найти работу мечты - знает команда "Люди Бай" [Электронный ресурс]. - П., 2023. - Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/kak-optimizirovat-rabotu-hr-menedzheru-a-soiskatelju-najti-rabotu-mechty-znaet-komanda-ljudi-baj-555585-2023/> (Дата обращения: 25.03.2023).
6. Марголин И. Д., Дубовская Н. П. Основные этапы развития искусственного интеллекта // Молодой ученый. 2018. № 20. С. 23–26.

УДК 338.46:330.34

ВЛИЯНИЕ СЕРВИЗАЦИИ НА УРОВЕНЬ ЖИЗНИ И СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

У.В. Букшинская, А.И. Онищик, 3 курс
Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Сервизация – это процесс перехода от производства товаров к предоставлению услуг. Этот процесс стал особенно актуальным в последние десятилетия, когда экономика многих стран начала переживать серьезные изменения.



Рисунок 1 – Классификация сферы услуг по отраслям.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [3]

Первое, что следует отметить, это то, что сервизация может привести к повышению уровня жизни населения. Это связано с тем, что услуги часто более доступны, чем товары. Кроме того, сервизация может привести к созданию новых рабочих мест, что также будет способствовать улучшению уровня жизни.

В первую очередь сервисизация связана с тем, что сфера услуг превращается в движущую силу хозяйственного развития. Этот процесс требует изменения мировоззрения руководителей организаций и корректировки стратегий менеджмента, маркетинга и логистики[3].

Однако сервисизация может также иметь негативное влияние на экономику страны. Во-первых, это связано с тем, что услуги менее стабильны, чем производство товаров (предоставление услуг не всегда подчиняется законам спроса и предложения). Во-вторых, сервисизация может привести к сокращению производства товаров и, как следствие, к снижению экспорта и ухудшению торгового баланса.

На рынок услуг приходится около 20% мировой торговли. Международная статистика свидетельствует о том, что торговля услугами является одним из наиболее быстрорастущих секторов мирового хозяйства. Если в конце 50-х годов доля услуг в ВВП развитых стран составляла около 55%, то в 90-х годах – более 70%. В развивающихся странах это соотношение было 55-75%.

В современном постиндустриальном обществе информационные услуги на разных уровнях экономической деятельности все шире включаются в материально-вещественную структуру производства и потребления. Так, например, в ЕС «третичный сектор» сегодня обеспечивает 63% ВВП и 62% от числа занятых, для Японии эти показатели составляют 59% и 50% соответственно[3].

На официальном интернет-портале Президента Республики Беларусь прописано, что сфера услуг формирует почти половину внутреннего валового продукта Беларуси (за 2021 год - 48,3%)[1].

Страны СНГ хотя и обладают потенциальными резервами для развития сферы международных услуг, но не имеют достаточной материально-технической базы и финансовых ресурсов для их развития.

Если говорить о распределении стоимости услуг в мировой торговле, то наибольшее значение услугами имеют туризм и транспорт. На рынке грузовых и пассажирских транспортных услуг доминируют США. Большой объем туристических услуг оказывают Франция, Италия, Канада, Швейцария. В Беларуси же в связи с сложившейся сейчас ситуацией в мире и введенными санкциями, возможность развивать туризм сильно сократилась. Упор ушел в сферу внутреннего туризма. Также среди иностранных граждан растет популярность медицинского туризма. Только за 2021 год медицинскую помощь получили 165 тыс. иностранцев из 153 стран. Экспорт медицинских услуг в 2021 году составил \$41,1 млн[1].

Таблица – Соотношение транспортных услуг в РБ за 2021г.

Транспорт	Грузоперевозки, %	Пассажирские перевозки, %
Трубопроводный	37,5%	-
Железнодорожный	37,5%	21,7%
Автомобильный	24,9%	56,1%
Внутренний водный и воздушный	0,1%	22,2% (авиация)

Примечание – источник: собственная разработка на основе данных [2]

Трубопроводный транспорт наиболее выгодно осуществляет передачу на расстояние жидких, газообразных или твердых грузов (нефть, газ и нефтепродукты в основном) по трубопроводам под давлением. Относительно развитых стран в Беларуси достаточно низкий процент использования авиационного транспорта, при том, что Беларусь находится на достаточно важных торговых путях. По данным, приведенным в таблице, также видно насколько преобладает над прочими видами транспорта автомобильный (общественный транспорт, такси, личный транспорт). Это вероятнее всего связано с развитием в стране внутреннего туризма.

В общем соотношении доля сферы услуг в ВВП в Беларуси составляет 48,3%. На данный момент наиболее успешно развиваются следующие направления сферы услуг: оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов, информация, связь и операции с недвижимым имуществом.



Рисунок 2. – Соотношение направлений сферы услуг в 2021 году в Республике Беларусь
Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2, с. 31]

В соответствии с данными таблицы, мы видим, что оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов имеет наибольший процент. Информация и связь уступают всего на 1,3%. Минимальный процент имеют: услуги по временному проживанию и питанию; предоставление прочих видов услуг; творчество, спорт, развлечения и отдых. В «золотой» середине находятся: транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность; операции с недвижимым имуществом; образование; здравоохранение и социальные услуги. В связи с данными следует делать упор на развитие культуры, не забывая о других направлениях.

В заключение, можно сказать, что сервисизация может привести к росту экономики и улучшению жизни населения. Однако, для того чтобы успешно перейти к сервисизации и получить все ее преимущества, необходимо учитывать все возможные последствия и принимать соответствующие меры для минимизации рисков. В Республике Беларусь достаточно высокий уровень сервисизации, но, так как развивать промышленность и производство более сложный и длительный процесс, стоит сделать упор на научно-технический прогресс и передовую технику.

Список использованных источников

1. Президент Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Сфера услуг – Режим доступа <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnye-otrasli/sfera-uslug> – Дата доступа: 24.03.2023
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / сфера услуг Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/4a6/17lzwjez5wrikz92fyx8f2w0qlhm97me.pdf> – Дата доступа: 27.03.2023
3. Файловый архив студентов «StudFiles» [Электронный ресурс] / Сервисизация: условия и причины возникновения – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/10072651/page:16/> – Дата доступа: 26.03.2023

УДК 001.895:338.28(476)

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ ПРОЕКТА “УМНЫЕ ГОРОДА”

В.С. Буценко, В.В. Панковец, 3 курс
Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Цифровая трансформация экономики для Республики Беларусь сегодня выступает в качестве приоритетного способа развития и повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке. Президентом Республики Беларусь поставлена масштабная задача по превращению Беларуси в ИТ-страну.

Города такой страны должны соответствовать заданному курсу развития. По этой причине городское управление должно активизировать работу по внедрению передовых ИТ-решений в городскую инфраструктуру, способствующих формированию «умных городов». В центре такого го-

рода должен находиться человек - именно для его комфорта и удобства необходимо внедрять новые технологии.

В 2019 году Министерство связи и информатизации разработало типовую концепцию развития умных городов. Реализация данной концепции происходит в рамках подпрограммы «Региональное цифровое развитие» Государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021 – 2025 годы.

Целью разработки данной типовой концепции является создание базовых условий для последующего формирования на уровне городов Республики Беларусь комплексного подхода к повышению эффективности городского управления с помощью передовых ИТ-решений.

Понятие «умный город» подразумевает разработку и внедрение инновационных решений для управления городской инфраструктурой, обеспечивающих сбор и обработку больших массивов данных, анализ которых позволяет прогнозировать «поведение» отдельных объектов инфраструктуры, предотвращать опасные ситуации, оказывать жителям и гостям города многочисленные услуги, повышая комфорт их жизнедеятельности [1].

На данный момент к основным направлениям развития концепции «умный город» можно отнести [2]:

1. *Управление развитием города.* В данное направление в основном характеризуется реализацией двух проектов: созданием единой автоматизированной системы управления Умный город, "Умная" экономика, "Умное" управление, "Умные" люди, "Умная" мобильность, "Умная" среда, "Умный" образ жизни городским хозяйством и созданием платформы для активного вовлечения горожан в решение вопросов городского развития.

2. *Жилищно-коммунальное хозяйство и распоряжение имуществом.* Здесь будет активно развиваться разработка систем автоматического учета и регулирования потребления ресурсов, системы по дистанционному контролю за техническим состоянием объектов инфраструктуры, электронные сервисы по взаимодействию и обслуживанию населения, сервисы по упрощению процессов распоряжения имуществом.

3. *Топливо-энергетический комплекс.* Переход к системам управления всеми стадиями производства и распределения энергии («умные сети»), развитие цифровых подстанций.

4. *Городское планирование и строительство.* Развитие и применение геоинформационных систем, применение BIM-технологий, повышение стандартов строящихся зданий, должен быть выполнен переход к строительству «умных домов».

5. *Управление объектами городской инфраструктуры.* Внедрение «умного уличного освещения», «умных светофоров», «умных парковок» и т.д.

6. *Общественная безопасность.* Здесь ведется работа по развитию системы мониторинга общественной безопасности, решений по видеонаблюдению наиболее значимых объектов города.

7. *Общественный и личный транспорт.* Оснащение города системами видеофиксации нарушений правил дорожного движения, развитие электронных сервисов для заказа такси, аренды автомобиля и другие.

8. *Здравоохранение и социальная защита населения.* Использование электронных медицинских карт, разработка мобильных устройств и сервисов и т.д.

9. *Образование.* Создание единого информационного пространства для применения электронных средств обучения и сервисов.

10. *Культура и туризм.* Создание способов демонстрации объектов и интерактивного их представления посетителям.

11. *Жизнедеятельность и досуг граждан.* Создание городских порталов, формирование сервисов для улучшения качества жизни людей.

12. *Экология.* Создание экологических карт города и формирование современных систем утилизации отходов.

В качестве руководящих документов, определяющих, на что должны быть в первую очередь направлены проекты по развитию «умных городов», должны использоваться Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016 - 2022 годы, а также настоящая типовая концепция [3].

Данная концепция уже широко применяется по всему миру. Примеры «умных городов» можно увидеть в таких странах, как Великобритания, Норвегия, Китай, Япония, ОАЭ, Россия, Украина.

В качестве пилотных проектов по внедрению и оценке их эффективности, начиная с 2020 года, был опробован ряд проектов. Так, например, с 2019 года реализуется проект мобильного приложения «Мой город». Данное приложение предоставит возможность жителям города искать необходимую информацию, знакомится с событиями города, заказывать и оплачивать товары и услуги, используя только одно приложение. В дальнейшем планируется объединение всех «умных городов» в единую цифровую систему – «цифровое государство» [4].

В качестве заказчика в проекте выступает городская администрация. Исполнитель – оператор «РУП Белтелеком». Абонентами являются юридические лица, которые наполняют платформу информацией о своих услугах и сервисах. Пользователи- жители и гости города, которые скачивают приложение на мобильные устройства.

Стартовой площадкой для проекта выбран Полоцкий регион. Благодаря инициативе и заинтересованности местной власти пилотный проект успешно протестирован и реализован.

С момента запуска приложения «Мой город» для Полоцкого региона в феврале 2021 года проект значительно вырос. К нему присоединились одиннадцать городов – Орша, Глубокое, Барановичи, Браслав, Пинск, Лепель, Жодино, Телеханы, Добруш, Бобруйск, Сморгонь. Готовятся к запуску еще 18 городов.

Платформа «Мой город» не только формирует положительный имидж города за счет реализации концепции «Умный город», но и дает возможность интерактивного общения с жителями города.

На главной странице администрация города размещает информацию о главных событиях города, а ответственные службы – о важных новостях, таких как предстоящее отключение воды или о плановых ремонтных работах и т.д.

Говоря о преимуществах для юридических лиц-участников проекта, нужно отметить в первую очередь дополнительный канал реализации услуг населению и коммуникации с заинтересованной аудиторией. В их распоряжении кабинет оператора онлайн-услуг (онлайн-запись, онлайн-доставка и онлайн-оплата).

По статистике полутора лет работы платформы самыми популярными стали онлайн-услуги городских администраций, кафе, детских садов и учреждений культуры [5].

Таким образом, в нашей стране делаются первые шаги по реализации концепции «умный город». Данная концепция, в первую очередь, направлена на улучшение качества жизни населения и на приведение к большей прозрачности всех процессов городской жизни.

Города в зависимости от их особенностей могут выбирать различные стратегии перехода к внедрению и применению технологий «умного города», допуская различную приоритетность направлений цифровизации городской инфраструктуры и последовательность реализации проектов. Итог таких преобразований должен сводиться к улучшению качества жизни горожан, в том числе благодаря повышению эффективности использования ресурсов (финансовых, энергетических, технологических, человеческих), активному вовлечению граждан в процессы городского управления, а также к большей прозрачности всех процессов городской жизни.

Проект «Умные города Беларуси» обеспечит построение современной системы управления регионами как базиса для проведения мероприятий по комплексной цифровой трансформации экономики и социальной сферы Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Типовая концепция развития «умных городов» в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vitebsk-region.gov.by/uploads/files/Tipovaja-Kontseptsija-Umnyjgorod.PDF> – Дата доступа: 14.02.2023.
2. Первая редакция СТБ «Цифровая трансформация. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stb.by/Stb/ProjectFileDownload.php?UrlId=9032> – Дата доступа: 14.02.2023.
3. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016 – 2022 годы [Электронный ресурс]: утверждена на заседании Президиума Совета Министров от 03.11.2015 № 26 – Режим доступа: pmo.basnet.by – Дата доступа: 14.02.2023.
4. Шорр Е. А. «Умные города Беларуси»: практическая плоскость / - Шорр Е. А./ Веснік Сувязі «Умный город». 15 марта 2021 г. Минск .2021: с.4-5.
5. «Мой город» [Электронный ресурс].- Режим доступа: mpt.gov.by – Дата доступа: 14.02.2023.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАХОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Е.А. Вакулич, ассистент

Полесский государственный университет

Страховая отрасль — достаточно консервативный бизнес, который не спешит внедрять самые «модные» технологии, сосредоточен на использовании проверенных решений и поэтому имеет большой потенциал для роста. В тоже время это один из информационно зависимых видов бизнеса. Большие объёмы обрабатываемой информации, высокие требования к точности, необходимость многостороннего анализа финансового состояния клиентов — основные причины необходимости автоматизации страхового бизнеса [1]. Разностороннее и повсеместное применение инновационных финансовых технологий и постоянное их совершенствование становится немаловажным условием для достижения и удержания страховыми организациями лидирующих позиций на рынке страховых услуг. Выделяют следующие виды инноваций в страховании: технологические инновации — изменения в организации деятельности страховщика; технические инновации — совершенствование методов продажи в деятельности страховщика; продуктовые инновации — разработка новых страховых продуктов или совершенствования существующих; управленческие инновации — усовершенствование, направленные на оптимизацию управленческих решений [2].

По опыту мировой практики можно судить, что наиболее проблемными этапами жизненного цикла инновационных финансовых технологий являются внедрение (ввод в эксплуатацию) и сопровождение данных технологий. Внедрение инновационных финансовых технологий есть ни что иное, как переход от старой системы управления к новой, и, естественно, данный процесс сопровождается рядом проблем, которые сформированы ниже. Следует начать с личных барьеров. Со стороны рядовых работников сопротивление изменениям не редкое явление, сопровождающееся наличием объективных аспектов, связанных с человеческим фактором, препятствующих внедрению современных инновационных финансовых технологий. Работник, который столкнулся с изменениями, оказывает сопротивление по следующим причинам. Изменения содержат неизвестность, которая пугает и разрушает из устоявшегося процесса работы, приобретённый имидж обесценивается, требуется прилагать усилия для нахождения новых методов взаимодействия с системой, должностные обязанности и права подлежат изменению. Перестройка может вызывать непонимание не только со стороны работников, но и со стороны руководства страховых организаций, даже в силу того, что оно и является её инициатором. Крупные инновационные технологии поддаются изменению сложившуюся организационную структуру и, как следствие, это ведет к утере контроля над организацией в переходной стадии изменений. К технологическим проблемам внедрения стоит отнести ограничения в наличии компьютеров и надлежащего программного обеспечения для функционирования системы, их высокую стоимость. Самыми труднопреодолимыми и воспринимаемыми руководством наиболее болезненно являются организационные барьеры. Например, одной из проблем следует выделить отсутствие полного понимания у руководителей механизмов реализации решений и того, как работают исполнители. Одной из причин описанной ситуации, в том числе, является недостаточная формализация бизнес-процессов страховой организации. На основе вышеописанных проблем и барьеров, сопровождающих процесс внедрения инновационных финансовых технологий, были выделены некоторые общие особенности внедрения данных технологий [3].

Формулирование стратегии и целей являются главным фактором успешности внедрения инновационных финансовых технологий в страховую деятельность. Без корректной и чёткой формулировки целей разработки (внедрения) не выработать высокоуровневые бизнес-требования к системе. В тоже время не следует начинать внедрение инновационных технологий, если нет поддержки внедрения со стороны высшего руководства.

Правильно внедрённая инновационная финансовая технология в страховую деятельность наряду с предоставлением возможности оперативного сбора, хранения и анализа финансовых данных способствует значительному повышению дисциплины сотрудников страховой организации и обеспечивает построение прозрачной для руководства структуры и последовательности процессов

его деятельности. Перед внедрением и далее требуется тщательное тестирование системы на предмет корректного выполнения всего цикла бизнес-процессов, которые заложены в её функциональность на реальных данных организации и тщательная отладка всей системы в целом. Готовность к доработкам и изменениям.

Из всего вышесказанного следует отметить, что страховая деятельность постоянно подвержена изменениям как со стороны страховой организации (внутренние), к которым относятся, к примеру, добавление в пакет услуг новых типов страхования, изменяющиеся запросы клиентов, так и со стороны контролирующих органов (внешние), т.е. меняющееся законодательство, процесс подачи отчётности в вышестоящие органы и др. Важным аспектом внедрения и сопровождения страховых программных продуктов является постоянный мониторинг как со стороны заказчика, так и постоянная техническая поддержка продукта со стороны исполнителя. Также при внедрении страховых инновационных финансовых технологий в практику является упор на привлечение массового клиента и развитие, в первую очередь, системы продаж. Внедрение инновационных финансовых технологий сводится к необходимости направить силы и средства страховых организаций на построение рентабельного бизнеса, способного удовлетворять меняющиеся возможности и потребности клиентов.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100066>. –Дата доступа: 01.03.2023
2. Бухтик, М.И. Государственное регулирование страхового рынка в РБ / М.И. Бухтик, В.М. Ливенский // Современные аспекты экономики : научный журнал. – 2022. – № 3, ч. 2 (295). – С. 9-17.
3. Цифровизация экономики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bit.samag.ru/uart/more/67>. — Дата доступа: 01.04.2023.

УДК 338.1

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.В. Васютина, 3 курс

Научный руководитель – **Е.А. Бидзюра**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Экономическая безопасность промышленного предприятия имеет решающее значение для его функционирования и долгосрочного успеха. Экономическая безопасность промышленного предприятия – это «поддержание функционирования промышленного предприятия в пределах нормы путем создания устойчивой динамичной системы, ориентированной на законную реализацию социально-экономических интересов при экономически допустимом риске в условиях актуализированных и потенциальных угроз с целью повышения конкурентоспособности производимой продукции и обеспечения непрерывной деятельности предприятия» [1, с. 105]. Без обеспечения экономической безопасности промышленное предприятие может столкнуться с такими проблемами как финансовая нестабильность, снижение прибыли и банкротство, что может привести к потере рабочих мест для сотрудников, снижению инвестиций в научно-технические разработки, а также потере доли рынка.

Наличие долгосрочной стратегии экономической безопасности помогает предприятию выдерживать экономические спады и деловые циклы. Это также помогает предприятию инвестировать в новые технологии, расширять свою деятельность и привлекать новые инвестиции. Таким образом, экономическая безопасность необходима для долгосрочного успеха промышленного предприятия, поскольку она помогает обеспечить финансовую стабильность и рост, избегая при этом актуализированных и потенциальных рисков и угроз.

Ниже представлены некоторые риски, которые обычно связаны с экономической безопасностью промышленного предприятия:

1. Колебания спроса. Изменения предпочтений клиентов или внешних экономических условий могут повлиять на спрос производимой продукции, что при негативном влиянии приведет к снижению продаж и доходов.

2. Стоимость сырья. Цена такого сырья как металлы, химикаты и энергия, может значительно варьироваться, что приводит к увеличению затрат на производство и снижению прибыльности.

3. Конкуренция. Усиление конкуренции на рынке может вынудить компанию снизить цены или увеличить расходы на рекламу и маркетинг, что может повлиять на прибыль.

4. Государственная политика. Экономическая политика и нормативные акты, вводимые правительством, могут оказать экономическое влияние на бизнес, особенно когда они увеличивают издержки производства или вводят налоги.

5. Трудовые проблемы. Промышленные предприятия могут столкнуться с проблемами профсоюзов или забастовками, что приведет к остановке производства, что может негативно сказаться на доходах и прибыли.

Риск-менеджмент представляет собой систему управления рисками на предприятии, которая позволяет своевременно прогнозировать наступление рисков в его деятельности, а посредством имеющегося комплекса методов и приемов снизить вероятность неблагоприятных последствий от рисков и принимать обоснованные управленческие решения по воздействию на них [2, с.75-78].

Система управления рисками направлена на выявление, оценку, мониторинг и контроль рисков, связанных с деятельностью и инвестициями промышленного предприятия. Крайне важно, чтобы эта система была адаптирована к конкретным потребностям предприятия, чтобы были выявлены и минимизированы риски, которые с наибольшей вероятностью могут угрожать его экономической безопасности.

Различные элементы системы управления рисками включают в себя:

1. Общая стратегия управления рисками.
2. Инструменты и процедуры выявления и оценки рисков.
3. Методы мониторинга и контроля риска.
4. Программы обучения и повышения квалификации для всех сотрудников.
5. Процедуры сообщения о любых инцидентах или проблемах.
6. Документирование всех решений, связанных с риском.
7. Планирование на случай непредвиденных обстоятельств.

Цель системы управления рисками состоит в том, чтобы позволить предприятию принимать обоснованные решения о том, какие риски следует учитывать, а каких следует избегать, при этом достигая своих целей. Система должна постоянно обновляться по мере возникновения новых рисков, а старые риски с большей вероятностью могут привести к неблагоприятным последствиям.

Управление рисками является важной задачей для любого промышленного предприятия, но особенно важно оно для тех операций, которые могут представлять значительный риск для его экономической безопасности. Сюда относится любой бизнес, работающий в условиях жесткой конкуренции, где любая ошибка может привести к широкомасштабным финансовым потерям.

Также важно отметить, что управление рисками – это не разовое мероприятие. Это постоянно развивающийся процесс, который следует обновлять по мере поступления новой информации. Это особенно важно, когда риски, с которыми сталкивается предприятие, со временем меняются, как это часто бывает с инновационными и быстро развивающимися предприятиями.

Список использованных источников

1. Бидзюра, Е. А. Теоретико-методологические подходы к определению экономической безопасности промышленных предприятий / Е. А. Бидзюра // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2022. – Вып. 15. – С. 100–108. <https://doi.org/10.21122/2309-6667-2022-15-100-108>

2. Ермасова, Н.Б. Риск-менеджмент организации [Текст]: учебное пособие/Н.Б. Ермасова. - М.: Альфа-Пресс, 2015. - 239

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ЦЕЛЕВОГО НАБОРА В ВУЗАХ
СТРАН СНГ И ЗА РУБЕЖОМ****А.И. Верич**, аспирантНаучный руководитель – **В.Ю. Друк**, к.э.н., доцент**Полесский государственный университет**

Целевой набор – это форма бесплатного обучения, которая предполагает обязанность обучающегося отработать определенный период времени после окончания обучения на конкретном предприятии-работодателе. При этом финансируемые расходы на подготовку специалистов на этой форме в разных странах организовано по разному.

В России финансирование целевого набора в вузы осуществляется за счет средств государственного бюджета. Это означает, что государство выделяет определенные суммы денег на обучение студентов, которые были зачислены по целевой квоте.

Квота (количество мест для «целевиков») устанавливается с учетом потребности в трудовых ресурсах в отраслях национальной экономики. Квота может достигать 100% от всего бюджетного набора (например, специальность «Противодействие техническим разведкам»).

Одним из условий целевого набора при этом является отработка после окончания учебного учреждения не менее трех лет, в организации, которая указана в договоре как работодатель. В договоре в обязательном порядке указывается не только специальность и время обучения студента, но и должность, на которую может претендовать студент, а также работодатель имеет право указать тему диплома, которая в конце обучения будет защищаться студентом. Работодатель, не выполнивший свои обязательства по трудоустройству, обязан выплатить студенту денежную компенсацию.

Инициатива о поступлении по целевому набору исходит от абитуриента, который должен обратиться на предприятие, в котором хотел бы работать после ВУЗа, отправить на это предприятие мотивационное резюме, и при положительном ответе отправить документы в приемную комиссию ВУЗа, куда предоставляют стандартный пакет документов для поступления и заверенную копию договора с заказчиком. Таким образом, студент при поступлении по целевому направлению получает ряд преимуществ: 1) отдельный конкурс для поступающих по целевому направлению (он может быть ниже, но не является гарантией поступления); 2) зачисление до начала приемной компании на другие формы обучения, что дает возможность поступать еще раз с основным потоком, если целевой конкурс абитуриент не прошел; 3) обеспечение жильем и стипендией на время учебы; 4) гарантия трудоустройства (отказ работодателя от трудоустройства встречается очень редко). ВУЗ, в свою очередь, заполняет оплаченные места, а работодатель – по итогу получает нужного ему сотрудника. Так же стоит отметить отрицательные стороны при обучении по целевому набору: подписание договора налагает обязательства не только на вуз и работодателя, но и на самого студента; в случае нарушения договора со стороны студента (отчисление, отказ от отработки) возникает обязанность возместить стоимость обучения и иных выплат, итоговая сумма выплат обычно велика; обучающиеся по целевому договору не всегда имеют возможность перевестись на заочное отделение или перейти на полноценный бюджет – это требует согласия будущего работодателя, который далеко не всегда идет навстречу студенту [1].

В Республике Беларусь также применяется форма подготовки студентов по целевому направлению. Принципиальное отличие от Российской Федерации состоит в том, что оплата обучения осуществляется за счет средств предприятий, а не из бюджета по квотам. Это сдерживает развитие целевой подготовки в стране, особенно в период ухудшения экономических условий в стране. Отличительной особенностью целевого обучения в Республике Беларусь от Российской Федерации является также срок отработки – в Беларуси 5 лет (и обсуждается увеличение срока отработки), в России – 3 года.

В 2023 году в Республике Беларусь вступают в силу новые правила «для целевиков». Что же они предусматривают? Во-первых, для них установлены новые, более ранние, сроки зачисления (с 3 по 8 июня), до основного потока, аналогично тому принципу, который уже применяется в России. Во-вторых, меняется форма вступительных испытаний: абитуриент сдает один внутренний

экзамен в ВУЗе по профильному предмету, в устной или письменной форме (ранее – только результаты ЦТ). Балл, полученный на экзамене, суммируется со средним баллом аттестата, ЦТ сдавать не нужно.

Договор о целевой подготовке должен быть подписан со стороны заказчика и абитуриента до начала приема на обучение. Новые правила предполагают и развитие системы поиска предприятия для целевой подготовки. Ранее абитуриент преимущественно сам искал себе предприятие. С текущего года проводятся обязательные ярмарки вакансий целевой подготовки, что облегчает поиск предприятия для потенциальных абитуриентов. Кроме того, вузы и их учредители в определенный срок (1 мая, а для педагогических специальностей – 25 мая) обязаны размещать информацию с указанием обратившихся к ним предприятий-заказчиков кадров, специальностей, ими востребованных, и количеством мест целевого набора [2].

За рубежом, в Германии, например, аналогом целевого обучения является *Duales Studium* (DNS). Студенты заключают контракт с университетом и компанией, а затем параллельно учатся и получают практику на предприятии. Обучение в DNS длится 4 года и приравнивается к бакалавриату.

Безусловным преимуществом такой формы обучения является тесная связь обучения и профессиональной деятельности. Студент, наравне с теоретическими знаниями, получает практические навыки, а это обеспечивает ему дополнительные преимущества на рынке труда, он лучше подготовлен к трудоустройству после окончания обучения. Повышается и качество теоретической подготовки, теоретические знания апробируются в реальных производственных условиях, отрабатывается навык применения полученных знаний, их адаптация к конкретным экономическим ситуациям. Другими положительными моментами дуальной подготовки являются: оплата труда с первого дня (даже при получении теоретических знаний), что обеспечивает экономическую заинтересованность студентов; получение практического опыта (от 12 до 18 месяцев, в различных отделах организации); перспектива карьерного роста еще в период обучения.

Отрицательные стороны данной системы подготовки: относительно узкий выбор дуальных курсов и вузов, их реализующих; большое количество желающих, высокий конкурс (конкурс может достигать 100 кандидатов на 1 место); не согласованы даты подачи документов в ВУЗы (можно не успеть вовремя подать документы); учебное заведение и организация, участвующая в дуальной подготовке, могут быть территориально далеко расположены друг от друга, возникают дополнительные транспортные издержки; для обучающихся по этой форме не предусмотрены каникулы, только отпуск 30 дней; так же, как и при целевом наборе, студенты должны отработать на предприятии, оплатившем подготовку, или возратить средства в случае не выхода на работу.

Поступление на дуальную форму возможно как путем самостоятельного поиска предприятия, желающего участвовать в подготовке специалиста «для себя», и после заключения контракта, подать документы в ВУЗ, так и путем подачи документов непосредственно в ВУЗ, где предложат возможные варианты предприятий (больше характерно для частных ВУЗов) [3].

Таким образом, обучение по целевому направлению схоже с дуальной формой обучения. Дуальное образование позволяет студентам получить не только теоретические знания, но и практический опыт работы в реальной профессиональной среде, что является важным фактором в карьерном росте. Целевой набор, в свою очередь, позволяет студентам получить образование бесплатно и иметь гарантированную работу на определенное время. Общим для этих форм обучения является то, что есть ограничения в выборе профессий и работодателей.

Однако при целевой подготовке студент все-таки больше времени проводит в учебном заведении, в организацию приходит лишь на практику, а на работу – только после завершения обучения, при дуальной форме обучения студент за время обучения получает реальные профессиональные навыки.

Таким образом, совершенствование целевой формы обучения может быть усовершенствовано за счет использования зарубежного опыта дуального образования в части повышения практико-ориентированности подготовки студентов.

Список использованных источников

1. Центр тестирования и развития. Гуманитарные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proforientator.ru/> – Дата доступа: 25.03.2023.
2. Министерство образования Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.edu.gov.by/> – Дата доступа: 25.03.2023.
3. Карпеченко, Т.И. дуальная система / Т.И. Карпеченко // . – 2014. - № 2: специальный номер. – С. 16-17.

УДК 331.4

АНАЛИЗ УСЛОВИЙ ТРУДА НА ОАО "ПИНСКИЙ ОПЫТНО-МЕХАНИЧЕСКИЙ ЗАВОД" И ПУТИ ИХ УЛУЧШЕНИЯ

А.С. Войтович, 4 курс

Научный руководитель – В.Ю. Друк, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Условия труда – совокупность факторов трудового процесса и рабочей среды, в которой осуществляется деятельность человека. На состояние человеческого организма большое влияние оказывает микроклимат структурных подразделений (цехов). Сотрудник, удовлетворенный своей работой, мотивирован качественно трудиться и стремится к саморазвитию. Удовлетворенность персонала отражает отношение сотрудника к различным аспектам работы: безопасности и условиям труда; рабочей нагрузке; оплате труда; статусу и престижу работы; взаимоотношениям с коллегами; адекватности оценки результатов труда руководством; отношениям между руководством и подчиненными; степени возможной автономии и зоне ответственности; возможности роста и развития.

По результатам анализа эффективности использования трудовых ресурсов было выявлено, что на ОАО "Пинский опытно-механический завод" высокая текучесть кадров. Чтобы выявить причины неудовлетворенности сотрудников, было организовано анкетирование. При помощи метода анкетирования можно с наименьшими затратами получить высокий уровень массовости исследования. Особенностью этого метода можно назвать его анонимность (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы). Для определения уровня удовлетворенности сотрудникам было предложено на каждый вопрос указывать ответ, где: 0 – совершенно не удовлетворен; 1 – минимальная степень удовлетворенности; 2 – не совсем удовлетворен; 3 – абсолютно удовлетворен.

Изученные данные наглядно представлены на рисунке. В анкетировании приняли участие 20 сотрудников. Наибольшая неудовлетворенность со стороны опрошенных сотрудников наблюдалась при ответе на вопрос "Возможность обучения и повышения квалификации" – 60% совершенно не удовлетворены имеющимися на предприятии возможностями обучения и повышения квалификации, 10% сотрудников испытывают минимальную удовлетворенность, 15% сотрудников не совсем удовлетворены и 15% удовлетворены полностью.

Следует отметить неудовлетворенность опрошенных по поводу информации о делах организации: 30% сотрудников совершенно не удовлетворены, 15% – в минимальной степени, 25% опрошенных – не совсем удовлетворены.

При ответе на вопрос "Удовлетворенность степенью и характером участия в контроле деятельности организации" 30% опрошенных сотрудников ответили, что совершенно не удовлетворены, 15% – в минимальной степени удовлетворены, 25% – не совсем удовлетворены.

Также опрос показал низкую степень удовлетворенности при ответе на вопрос "Удовлетворенность заработной платой и её составляющими" – так, 25% сотрудников совершенно не удовлетворены своей заработной платой и её составляющими, 25% - не совсем удовлетворены.

Следует также отметить неудовлетворенность в вопросе "Удовлетворенность признанием результатов Вашей деятельности" – 35% опрошенных имеют минимальную степень удовлетворенности, 30% не совсем удовлетворены.

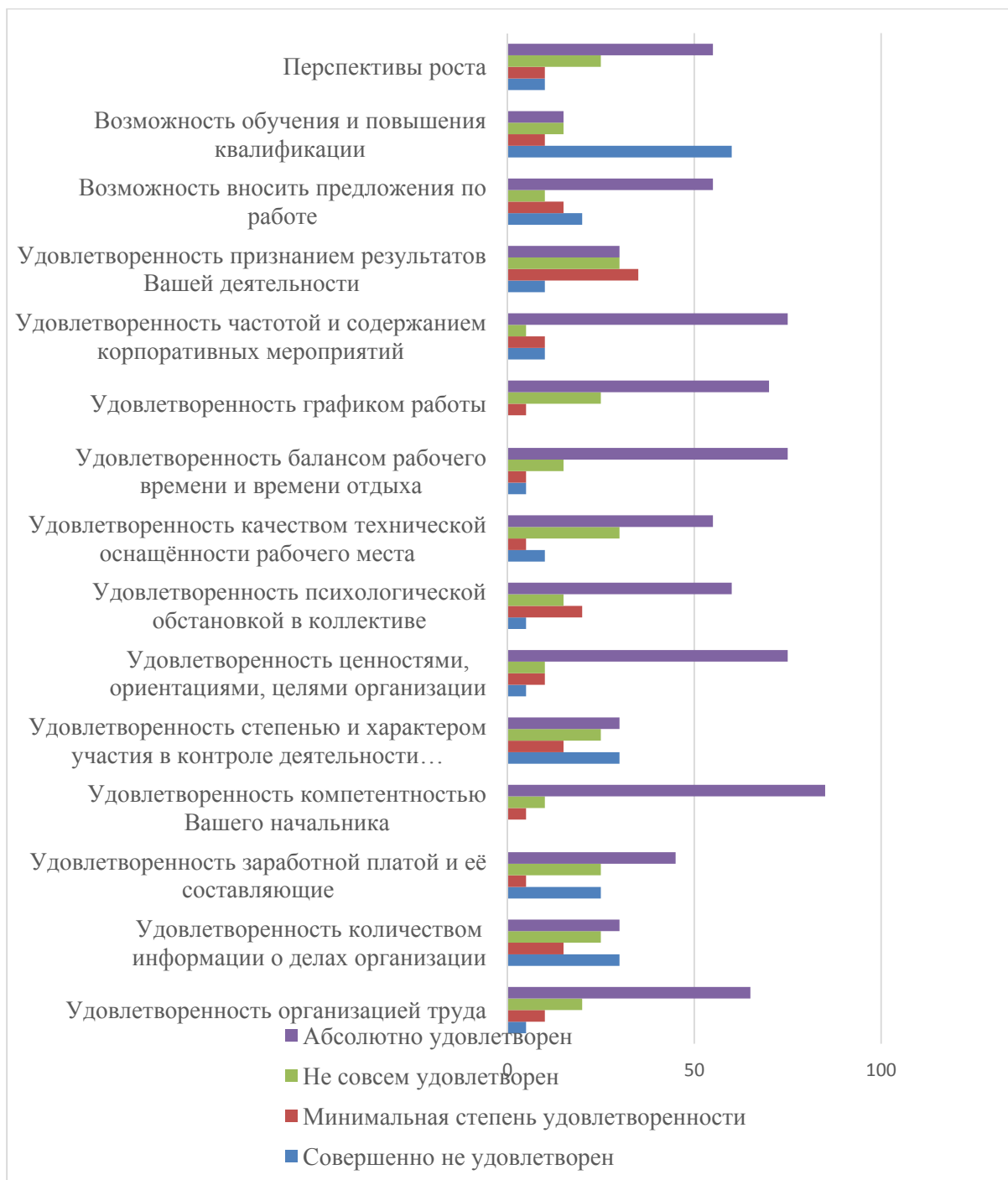


Рисунок – Наибольшая степень удовлетворенности и неудовлетворенности по вопросам условий труда на ОАО "Пинский опытно-механический завод, процентов

Примечание – Источник: собственная разработка на основании данных анкетирования

При ответе на вопрос "Удовлетворенность качеством технической оснащённости рабочего места" 30% опрошенных ответили, что они не совсем удовлетворены.

В качестве наиболее удовлетворительных признаны следующие параметры:

- удовлетворенность организацией труда – 65% опрошенных полностью удовлетворены, 20% опрошенных не совсем удовлетворены;

- удовлетворенность компетентностью Вашего начальника – 85% опрошенных полностью удовлетворены;

- удовлетворенность ценностями, ориентациями, целями организации – 75% опрошенных полностью удовлетворены;
- удовлетворенность психологической обстановкой в коллективе – 60% опрошенных полностью удовлетворены, 15% не совсем удовлетворены;
- удовлетворенность балансом рабочего времени и времени отдыха – 75% опрошенных полностью удовлетворены, 15% не совсем удовлетворены;
- удовлетворенность графиком работы – 70% опрошенных полностью удовлетворены;
- удовлетворенность частотой и содержанием корпоративных мероприятий – 75% опрошенных полностью удовлетворены.

Таким образом, для увеличения удовлетворённости условиями труда в исследуемой организации необходимо обеспечить сотрудников возможностью пройти обучение и повысить квалификацию, решить вопросы по вовлеченности персонала в процесс управления организацией, предоставлению наиболее полной информации о деятельности организации, развитию морально-психологического климата посредством проведения большего числа и лучшего качества корпоративных мероприятий, а также признанию заслуг работников со стороны руководства.

Список использованных источников

1. Леонидова Г.В., Ивановская А.Л. Условия труда как фактор повышения его производительности в регионах России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. Т 14. № 3. С. 118-134. DOI: 10.15838/esc.2021.3.75.7

УДК 330.357

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНА

М.Д. Гайдук, 2 курс

Научный руководитель – **В.С. Филипенко, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Минская область – регион с высокоразвитым промышленным и сельскохозяйственным потенциалом. Область вносит существенный вклад в развитие экономики страны – формирует 18,8 % валового внутреннего продукта республики.

Производство промышленной продукции занимает в валовом региональном продукте 37,3 %. Наиболее значимыми видами деятельности для области являются производство пищевых продуктов (удельный вес в областном объеме производства – 29,9 %), химическое производство (16,3 %), машин и оборудования (10,5 %), металлургическое производство (9,1 %), транспортных средств и оборудования (8,8 %). Широко известны такие предприятия, как ОАО "Беларуськалий", ОАО "БЕЛАЗ", ОАО "Слуцкий сыродельный комбинат", ОАО "Слуцкий сахарорафинадный комбинат", и т. д.

Минская область является крупнейшим сельскохозяйственным регионом Беларуси, за последние пять лет хозяйствами всех категорий области обеспечен рост производства продукции сельского хозяйства на 7,9 %. Количество сельскохозяйственных предприятий – 358. В большинстве районов развито мясо-молочное животноводство, птицеводство, производство зерна, картофелеводство в сочетании с льноводством, а на юго-западе – со свекловодством. Сельскохозяйственные предприятия возле крупных городов дополнительно специализируются на выращивании овощей и фруктов. В числе ведущих – СПК "Агрокомбинат Снов", ОАО "Агрокомбинат "Дзержинский", ОАО "1-я Минская птицефабрика" и т. д. [1].

На вновь созданные рабочие места за счет создания новых производств и предприятий в целом по области за 2018-2022 годы трудоустроено более 40 тыс. человек, или 15 % от общего количества трудоустроенных граждан на вновь созданные рабочие места в республике.

Инвестиционная деятельность в Минской области направлена на привлечение ресурсов в производственную сферу и сосредоточение их на реализации инвестиционных проектов за счет внедрения современных технологий и разработок, в результате повышается конкурентоспособность

выпускаемой продукции, расширяется экспортная база и производство импортозамещающей продукции [2].

Достижению таких результатов способствует Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы. Главной целью Программы является обеспечение стабильности в обществе и рост благосостояния граждан за счет модернизации экономики, наращивания социального капитала, создания комфортных условий для жизни, работы и самореализации человека [3].

Для оценки факторов, влияющих на экономический рост валового регионального продукта Минской области, был проведен факторный анализ на основе информации из статистических сборников Минской области за 2016-2022 года.

По результатам анализа, коэффициент корреляции составляет 0,99, что говорит о высокой степени достоверности, само уравнение имеет вид:

$$y = 5,4 + 24,6x_1 + 598,6x_2 + 109,1x_3 = 23009,4$$

где y – валовой региональный продукт (млн руб.);

x_1 – ставки основных фондов (тыс. руб.);

x_2 – ставки труда (тыс. руб.);

x_3 – ставки инвестиций (тыс. руб.).

Исходя из исследования, 7,6 % прироста ВРП обусловлено ставками основных фондов, 87,2 % – ставками труда, 5,2 % – ставками инвестиций. Данное соотношение характеризуется тем, что среди факторов производства наиболее высокие темпы имеет рост производительности труда, что определило преимущество ставок труда. Незначительные темпы отмечаются при росте обновления основных фондов, также наблюдается снижение инвестиционной активности, что обуславливает положение ставок основных фондов и инвестиций.

На основании полученного уравнения, в краткосрочном периоде, при привлечении дополнительной рабочей силы за счет безработных Минской области и при существующем темпе увеличения ставок основных фондов и инноваций производства, темп роста ВРП составит 102,9 %. В долгосрочном периоде, при увеличении темпов прироста ставок основных фондов и инноваций производства в 2 раза в сравнении с ежегодным приростом, темп роста ВРП Минской области составит 109,4 %.

Таким образом, для обеспечения стабильного экономического роста нужно активно стимулировать рост производительности труда за счет материальных ресурсов и повышения квалификации рабочих, способствовать обновлению основных фондов производства и активному привлечению как внутренних, так и внешних инвестиций.

Список использованных источников

1. Минская область [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/regions/minskaya>. – Дата доступа: 28.03.2022.
2. Об итогах социально-экономического развития Минской области за пятилетний период 2018-2022 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://neostar.by/ob-itogah-soczialno-ekonomicheskogo-razvitiya-minskoj-oblasti-za-pyatiletnij-period-2018-2022-godov/>. – Дата доступа: 28.03.2022.
3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы – 29 июля 2021 г. № 292.

УДК 338.4

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ПРОМЫШЛЕННОЙ И АГРАРНОЙ ПРОДУКЦИИ В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Н.Г. Гапанович, А.А. Макаревич, 3 курс
Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Экономика региона Брестской области имеет сложную функциональную и территориально-производственную структуру, включающую межотраслевые и отраслевые звенья, регионы, комплексы, предприятия и организации.

Исторически сложившаяся аграрная специализация экономики области влияет и на структуру промышленности, где наибольший удельный вес занимает пищевая и перерабатывающая промышленность (47,6% от общего объема промышленного производства). Динамично развивающийся агропромышленный комплекс области обеспечивает почти 25% общереспубликанского экспорта продуктов питания. Причем по данному показателю Брестчина – абсолютный лидер среди регионов Республики Беларусь.

Существенный сегмент в структуре производства области занимают также машиностроение и металлообработка (10,8%), стройиндустрия (5,4%), легкая промышленность (5%) и производство мебели (10,1%) [1].

Промышленность региона обеспечивает 26,6% валового регионального продукта. Удельный вес области в объеме промышленного производства страны – 10,9%.

В регионе насчитывается более 1800 промышленных предприятий. Ведущими являются ОАО "Савушкин продукт", ОАО "558 авиационный ремонтный завод", СП "Санта-Бремор" ООО, ОАО "Брестский мясокомбинат", РУП "Брестэнерго", ОАО "Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение", ОАО "Полесье", СП ОАО "Брестгазоаппарат", РУПП "Гранит", ОАО "Белсолод", ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев", ОАО "Брестский ликеро-водочный завод "Белалко", ПТУП "Гефест-техника" [2].

В таблице 1 представлены данные об объеме промышленного производства по видам экономической деятельности в период 2016-2020 гг.

Таблица 1. – Объем промышленного производства по видам экономической деятельности в 2016-2020 гг.

Показатель	Года					Темп роста 2020 г. к 2016 г., %
	2016	2017	2018	2019	2020	
Промышленность – всего, млн. руб.	9501,48	10577,95	11720,49	12577,23	14060,59	147,98
В т.ч.:						
Горнодобывающая промышленность	173,70	199,88	238,89	264,58	252,74	145,50
Обрабатывающая промышленность	8023,21	9102,01	10104,95	10885,68	12200,54	152,07
Производство продуктов питания, напитков и табачных изделий	4616,64	5156,14	5588,47	6081,26	7018,30	152,02
Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха	460,18	539,66	589,40	642,14	669,85	145,56
Производство изделий из дерева и бумаги	321,14	375,27	510,65	596,94	668,43	208,14
Производство кокса и продуктов нефтепереработки	11,06	13,88	17,13	14,36	11,19	101,18
Производство химических продуктов	229,07	275,49	328,75	369,09	389,90	170,21
Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	211,50	227,68	281,39	279,81	322,77	152,61
Производство транспортных средств и оборудования	35,11	64,85	57,93	58,24	148,01	421,56
Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	1153,64	1106,19	1172,89	1196,22	1370,71	118,82
Водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	150,94	169,87	203,77	230,75	236,60	156,75

Примечание – Составлено автором на основе [3]

Из таблицы 1 видно, что в 2016-2020 гг. наибольшие темпы роста объема производства наблюдаются по таким видам экономической деятельности, как производство транспортных средств и оборудования (421,56%), производство изделий из дерева и бумаги (208,14%), производство химических продуктов (170,21%), а наименьшие – производство кокса и продуктов нефтепереработки (101,18%).

Существенный вклад в промышленный потенциал области вносят предприятия свободной экономической зоны «Брест», в которой в настоящее время насчитывается 75 резидентов. С целью создания новых производств, стимулирования инвестиционной активности резидентам СЭЗ был предоставлен ряд налоговых и таможенных льгот. Это позволило увеличить долю СЭЗ «Брест» в областном промышленном производстве до 18 %, а в экспорте - до 29,3%.

В области проведено техническое перевооружение мясомолочной и консервной отраслей, реализованы сотни инвестиционных проектов в СЭЗ «Брест», малых населенных пунктах, на ряде крупных предприятий стройиндустрии и легкой промышленности [1].

Сельское хозяйство специализируется на мясном и молочном животноводстве, картофелеводстве, выращивании зерновых, сахарной свеклы, овощей (таблица 2).

В области 267 сельскохозяйственных организаций. Крупнейшие из них – ОАО "Птицефабрика "Дружба", ОАО "Барановичская птицефабрика", ОАО "Крошин", ОАО "Остромечево", ОАО "Комаровка", ОАО "Беловежский", ОАО "Жеребковичи", ОАО "Ружаны-Агро", ОАО "Журавлиное", ОАО "Агро-Колядичи", ОАО "Парохонское", СПК "Федорский".

Таблица 2. – Производство основных видов продукции сельского хозяйства в Брестской области в 2018-2021 гг.

Показатель	Года				Темп роста 2021 г. к 2018 г., %
	2018	2019	2020	2021	
Валовые сборы, тыс. тонн:					
зерновых и зернобобовых	1073,8	1299,7	2465,3	1391,7	129,61
картофеля	1220,0	1214,0	1109,3	1014,7	83,17
овощей	395,9	433,3	404,3	424,0	107,10
льноволокна	4,0	7,3	8,3	6,2	155,00
сахарной свеклы	855,5	811,1	732,2	905,2	105,81
фруктов и ягод	197,4	145,1	189,5	182,3	92,35
Реализация скота и птицы, тыс. тонн	502,4	508,6	534,2	544,9	108,46
Производство молока, тыс. тонн	1688,9	1797,4	1905,6	1946,7	115,26
Производство яиц, млн шт.	550,3	561,4	570,5	567,2	103,07

Примечание – Составлено автором на основе [3]

Из таблицы 2 видно, что в 2018-2021 гг. наблюдаются наибольшие темпы роста объема производства льноволокна (155%), зерновых и зернобобовых (129,61%), молока (115,26%), а наименьшие – картофеля (83,17%), фруктов и ягод (92,35%).

Таким образом, Брестская область имеет большой потенциал в сельскохозяйственной сфере и промышленности. Здесь расположены предприятия по выпуску продуктов питания, развиты машиностроение, текстильное и швейное производство, производство мебели и строительных материалов. Ежегодно наращиваются объёмы промышленного производства и сельхоз продукции, а главная задача – не снижать темпы роста объемов производства.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Брестского областного исполнительного комитета [Электронный ресурс] / Брестский областной исполнительный комитет. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/>. – Дата доступа: 28.03.2023.
2. Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Пресс-служба Президента Республики Беларусь, 2022. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/president>. – Дата доступа: 28.03.2023.

УДК 339.564

ЭКСПОРТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.Г. Гержа, магистрант
Научный руководитель – **В.Ю. Друк**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Образование является одним из факторов благополучия граждан, безопасности страны и экономического роста.

Согласно Концепции развития системы образования Республики Беларусь до 2030 года, в развитии высшего образования ведущими тенденциями остаются глобализация и информатизация, что обусловлено значительными изменениями в технологиях производства, сменой технологических укладов, развитием экономики, основанной на знаниях. Процесс перехода к экономике знаний влечет за собой потребность в специалистах с более высоким уровнем образования и становится основой для роста экспорта образовательных услуг [2].

Одними из важнейших задач развития системы образования Республики Беларусь является повышение привлекательности и конкурентоспособности системы образования страны в мировом образовательном пространстве, а также подготовка высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов, отвечающих высоким требованиям мирового рынка и способных внести значительный вклад в развитие экономики. Принимаемые для решения данной задачи меры позволят увеличить экспорт образовательных услуг.

Реализация политики по развитию экспорта образовательных услуг является одной из важнейших задач системы образования. Численность иностранных студентов и магистрантов в учреждениях высшего образования Республики Беларусь к началу 2021/2022 учебного года выросла на 53% по сравнению с 2016/2017 учебным годом. Данные отражены в таблице 1.

Таблица 1. – Численность иностранных обучающихся (студентов и магистрантов) в учреждениях высшего образования Республики Беларусь на начало учебного года, тыс. человек

Наименование показателя	Значения по годам					
	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Численность иностранных обучающихся в учреждениях высшего образования	15,9	15,6	16,6	19,7	20,1	24,3

Примечание: Источник [3, с.97]

Согласно государственной программе «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы, планируется увеличение численности иностранных обучающихся в белорусских учреждениях высшего образования согласно таблице 2.

Таблица 2. – Планируемая численность иностранных обучающихся в учреждениях высшего образования, тыс. человек

Наименование показателя	Значения по годам					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Численность иностранных обучающихся в учреждениях высшего образования	18,4	23,0	24,5	25,5	26,5	26,0

Примечание: Источник [1]

Как видно из таблицы 2, к 2025 году планируется увеличить этот показатель до 26 тыс. человек.

После сравнительного анализа таблицы 1 и 2, можно сделать вывод о том, что в 2020 и 2021 году удалось достигнуть планового показателя по обучению иностранных студентов в белорусских УВО.

Численность иностранных обучающихся в учреждениях высшего образования страны продолжает расти, однако имеется ряд факторов, сдерживающих рост экспорта услуг в области высшего образования. К этим факторам относятся:

- недостаточная материально-техническая база. Это становится проблемой из-за невозможности обеспечения благоприятных бытовых условий при размещении большого количества иностранных обучающихся в общежитиях УВО;
- отсутствие финансовых средств, что становится барьером для повышения позиций белорусских УВО в международных образовательных рейтингах, проведения более качественной рекламной кампании с целью привлечения иностранных студентов;
- языковые барьеры между иностранными студентами и работниками УВО (не только преподавателями, но и другими служащими);
- высокая стоимость обучения в белорусских УВО для иностранных граждан;
- нехватка квалифицированных кадров для работы с иностранными гражданами, в том числе для преподавания на иностранных языках.

К мерам, которые принимаются для уменьшения негативного влияния этих факторов, относятся: развитие инфраструктуры УВО, расширение практики преподавания на иностранных языках и обучения в дистанционной форме, формирование новых форм и видов услуг в области высшего образования.

Кроме того, ведется постоянная работа по улучшению позиций белорусских УВО в международных рейтингах (таблица 3).

Таблица 3. – Планируемая доля УВО, вошедших в 5000 лучших университетов мира по международным рейтингам, от общего количества УВО

Наименование показателя	Значения по годам				
	2021	2022	2023	2024	2025
Планируемая доля УВО, вошедших в 5000 лучших университетов мира по международным рейтингам, от общего количества УВО	24,0	26,0	26,0	28,0	30,0

Примечание: Источник [1]

Для развития экспорта услуг в области высшего образования Министерство образования продолжает работать по следующим ключевым направлениям:

- развитие нормативной правовой базы международного сотрудничества;
- укрепление взаимодействия белорусских учреждений образования с иностранными выпускниками;
- представление белорусского высшего образования на международных образовательных выставочных площадках;
- активное вовлечение иностранных обучающихся в культурно-творческую деятельность УВО в период обучения;
- реализация совместных образовательных программ с иностранными учреждениями образования.

Увеличение объемов экспорта образовательных услуг должно предусматривать сохранение высоких стандартов качества образования, поскольку снижение качества оказываемых услуг приведет к снижению престижа белорусских УВО.

Таким образом, для повышения экспорта образовательных услуг Республики Беларусь необходимо выявить новые источники финансирования, расширить практику преподавания на иностранных языках, улучшить технологии дистанционной формы обучения; укрепить материально-техническую базу УВО, повысить репутацию белорусских УВО на международном рынке образовательных услуг.

Список использованных источников

1. Государственная программа «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100057>. Дата доступа: 22.03.2023.

2. Концепция развития системы образования Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://adu.by/images/2021/12/koncept-razv-sist-obrazov.pdf>. Дата доступа: 22.03.2023.

3. Статистический ежегодник 2022/Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/da/7/2ofs6kwxniibet4h4icu0kdluroipo8.pdf>. Дата доступа: 22.03.2023.

УДК 330.342

ПОСТРЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА: ПОНЯТИЕ И КЛЮЧЕВЫЕ ПРИЗНАКИ

А.В. Голубцова, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.В. Мелешко**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Современная экономика характеризуется совершенно новыми признаками, началось формирование пострыночных отношений. На сегодняшний день многие страны мира столкнулись с тотальной цифровизацией, без которой процессы, происходящие в рамках нового типа хозяйствования, были бы невозможны. Так, важной особенностью пострыночной экономики является высокопроизводительное промышленное производство, которое достигается посредством внедрения информационных технологий, автоматизированной и наукоёмкой техники, интернет-технологий.

В настоящее время продукты научных исследований создаются целенаправленно в огромных масштабах и всё чаще используются на практике, в производстве. Так, широкое распространение получили такие прогрессивные технологии, как 3D печать, робототехника, микроэлектроника, вычислительная техника, биотехнологии и прочее. Сфера их применения постоянно расширяется. Это свидетельствует о том, что сейчас в большей степени делается упор на развитие наукоёмких, высокоэффективных технологий, сберегающих энергию и ресурсы.

Цифровизация и информатизация активно внедряется не только в производство благ и услуг, но и в повседневную жизнь общества, в его культуру и влияет на творчество людей. По этому поводу профессор С. Д. Бодрунов в своей работе отмечает: «Возрастание роли знаниеёмких технологий, соответствующих им ресурсов и результатов производства, необходимость ускорения темпа их развития и совершенствования вносят изменения в макроструктуру экономики. На смену «классической» индустриальной системе с абсолютным доминированием промышленного производства и «обществу услуг», в котором отрасли сервиса вытесняют материальное производство, приходит новая индустриальная экономика второго поколения. В ней доминирующее положение должны занять отрасли, в которых производится знаниеёмкий продукт как таковой, а также те, где создаются само знание и человек, способный этим знанием овладеть и применить его в материальном производстве» [1, с. 19].

По мнению Э.В. Самигуллина «в настоящее время все государства планеты, по типовой характеристике экономики, можно разделить на 4 группы: 1) с коммерческой экономикой; 2) формирующие рыночную экономику; 3) с рыночной экономикой; 4) формирующие пострыночную экономику» [2, с. 74]. Страны, представляющие первую форму хозяйствования, в основном ориентированы на реализацию импортных товаров. Их экономика характеризуется слабым развитием, низким уровнем товарного производства. В настоящий момент, самые яркие примеры – экономики стран Центральной Африки. В отличие от вышеописанной группы, государства с формирующейся рыночной экономикой развивают также промышленное и сельскохозяйственное товарное производство. Уровень реализации товаров, произведенных внутри страны, значительно увеличился. Странам с рыночной экономикой присуще индустриальное товарное производство. Его объем способен обеспечить большую часть совокупного спроса населения.

Э.В. Самигуллин пострыночную экономику характеризует следующими признаками: «постиндустриальным товарным производством, формированием транснациональных корпораций (ТНК),

осуществляющих товарное предложение мировому рынку или же сфера предпринимательства страны вовлечена в орбиту функционирования ТНК» [2, с. 74].

Трансформация форм хозяйствования – это закономерный процесс. Однако важно заметить, что не во всех странах он происходит одновременно, с одинаковой скоростью и по одной траектории. Движущими силами трансформациями экономических систем являлись силы и средства людей. К примеру, «коммерческая экономика» сформировалась посредством деятельности предпринимателей того времени – ремесленниками и купцами. Рыночная – предпринимателей в сфере промышленности. По мнению вышеприведенного автора, движущими силами пострыночной являются транснациональные корпорации.

Э.В. Самигуллин приводит некоторые признаки пострыночной формы хозяйствования по сравнению с рыночной, которые можно рассмотреть в приведенной ниже таблице:

Таблица 1. – Сравнительные признаки рыночной и пострыночной экономики

Рассматриваемые признаки	В условиях рыночной экономики	В условиях пострыночной экономики
Фундаментальная основа экономики	Индустриальное товарное производство	Постиндустриальное товарное производство
Форма собственности в сфере предпринимательства	Частная	Корпоративная
Форма управления	Индивидуальная предпринимателя	Корпоративная
Система управления	Классический предпринимательский менеджмент	Инновационный корпоративный менеджмент
Социальная роль в экономике государства	Создание рабочих мест	Социальная защита населения
Участие государства	Фискальная политика Правовое регулирование	Государственная поддержка
Масштабы охвата территории	Местный товарный рынок Товарный рынок страны	Континентальные рынки Мировой рынок
Экономика сформировалась	В условиях коммерческой экономики	В условиях рыночной экономики

Примечание – Источник: таблица [2, с. 75].

Основные отличительные признаки пострыночной экономики охарактеризовал С.Ю. Солодовников. Он отмечает следующие ключевые факторы: изменение характера производства в пользу гибкого специализированного; становление сферы услуг главной движущей силой развития экономики; формирование принципиально новых глобальных финансов; возрастание роли общественно-функциональных инноваций.

Таким образом, пострыночная экономика – это система хозяйствования, которой присущи внедрение результатов научно-технического прогресса, высокопроизводительное производство и интернет–технологии, возрастание значимости роли сферы услуг и знаний, новые формы конкурентной борьбы. Под последними понимаются «новые общественно-функциональные технологии, применяемые в конкурентной борьбе. Прежде всего это общественно-функциональные технологии (информационное оружие), направленные на нелетальное разрушение социальных субъектов и ориентированные на противодействие этому разрушению» [3, с. 39].

Список использованных источников

1. Бодрунов, С. Д. Новое индустриальное общество: структура и содержание общественного производства, экономические отношения, институты / С. Д. Бодрунов // Экономическое возрождение России. – 2015. – № 4. – С. 9-23.
2. Самигуллин, Э. В. Неизбежность преобразований типов экономики / Э. В. Самигуллин // Вестник Бишкекского гуманитарного университета: [б. и.]. – 2012. – С. 74-75.

УДК 334.716:502.1:001.895(476)

ЭКОИННОВАЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.В. Горгун, А.Н. Олихвер, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Беларусь не остается в стороне от современных общемировых тенденций и направлений развития экономики, здесь, как и во многих других странах мира, принят ряд программ социально-экономического развития, направленных на обеспечение устойчивого роста экономики, повышение энергоэффективности производства, энергосбережение, внедрение элементов «зеленой» экономики. [1].

Устойчивое развитие в Республике Беларусь осуществляется на основании следующих принципов: экологический императив, учет интересов будущих поколений, комплексный подход, который выражается в сочетании экономических, социальных и экологических эффектов развития. Экологические эффекты включают в себя: разработку и внедрение альтернативных источников энергии, использование ресурсосберегающих технологий; сохранение и защиту окружающей среды, разработку и внедрение экоинновационных технологий и продукции в различных отраслях экономики.

Сейчас как никогда раньше обществом осознается важность сохранения экологической ситуации, ведь именно от неё зависит качество жизни населения каждого региона страны. Важным аспектом перехода к устойчивому экологически безопасному развитию является внедрение экологических инноваций для развития и расширения отечественного рынка экологически чистых товаров и услуг.

Следует отметить, что природоохранная деятельность не может ограничиваться мероприятиями, направленными на ликвидацию последствий техногенного развития. Необходимо устранить причины, приводящие к уничтожению окружающей среды, путем экологизации экономического развития. Среди главных ее направлений можно выделить структурную перестройку экономики, нацеленную на опережающее развитие ресурсосберегающих, неэнергоемких производств, а также внедрение малоотходных технологий. Инвестиции в альтернативные варианты решения экологических проблем могут дать значительно больший экологический и экономический эффект, чем прямые затраты на природоохранную деятельность. Однако структурная перестройка и технологическое переоснащение требуют продолжительного времени и крупных вложений, поэтому традиционные природоохранные мероприятия еще долго не утратят своей роли в сохранении окружающей среды.

Внедрение экологических инноваций связано с научно-техническим прогрессом, который ведет к качественным улучшениям в организации производства в обществе. Также существуют весьма глобальные последствия практического применения ряда научно-технических разработок, связанных с возрастанием экологической опасности и изменением эколого-экономической ситуации в мире.

Сокращение импорта энергоносителей является одной из стратегических задач по обеспечению стабильности экономики Республики Беларусь. Решение указанной задачи целесообразно осуществлять за счет увеличения использования местных энергоресурсов и возобновляемых источников в производстве тепловой и электрической энергии. [2].

В сфере производства энергии и энергосбережения создаются (внедрены):

- новые технологии, оборудование для производства электрической и тепловой энергии на основе возобновляемых источников энергии (древесина, биомасса, ветер и другие);

- новые технологии получения твердого топлива, добавок к бензинам (биобутанол и другие) и производства добавок и топлива в промышленных и сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь;

- технологии выработки биогаза на биогазовых установках. [1].

Для Беларуси актуальна проблема с утилизацией отходов. В нашей стране ежегодно образуется 24-28 млн. тонн отходов производства и около 3 млн. тонн бытовых отходов. Станции, которые сортируют бытовой мусор, перегружены. А накопление мусора вместо переработки приводит к постоянному увеличению загрязнения окружающей среды. Под свалки отведено порядка 3,5 тыс. га земель. В стране насчитывается порядка 200 полигонов для утилизации мусора, которые занимают более 890 га земель. Процент отходов на них уже превышает 60% всей площади. Если ситуация не изменится, это число увеличится до 80% в ближайшие пару лет.

Одним из решений для снижения данных показателей, является самостоятельная переработка своих отходов предприятиями и вторичное их использование. Безотходное или малоотходное производство предполагает возвращение в сферу производства продукции, которая выведена из обращения. [3].

На данный момент многие предприятия Беларуси стремятся к решению данных проблем и максимально рациональному использованию отходов собственного производства:

- На ОАО «Борисовский завод полимерный тары «Полимиз» вторичный гранулированный полиэтилен изготавливается путем сбора технологических отходов, образующихся при производстве основной продукции.

- В технологическом процессе Гродненской табачной фабрики «Неман» все некондиционные табачные изделия также используются для вторичного производства – табак подсыпается в аналогичный тип сигарет.

- На ОАО "Стеклозавод "Неман" стеклобой используется для производства стекла и хрусталя. [3].

- «Савушкин продукт» полностью перерабатывает «побочные продукты производства» (сырную и творожную сыворотку и пахту), превращая их в конкурентный и востребованный на рынке товар.

- На заводе горного воска, расположенного в Пуховичском районе Минской области, производство парафина является полностью безотходным. В качестве сырья используются продукты нефтепереработки, а из этих продуктов специалисты «вытягивают» парафин, а побочный продукт – масляный отек – используют как компонент выпускаемой продукции. [3].

- ОАО «Борисовский завод пластмассовых изделий» занимается переработкой отходов повышенной загрязненности. Производство проектной мощностью 6,5 тыс. тонн отходов в год предназначено для переработки пленочных отходов полиэтилена высокого и низкого давления, мешков, а также кусковых вторичных полимерных отходов повышенной загрязненности. Конечный продукт переработки – регранулят – максимально используется в собственном производстве пластмассовых изделий. [3].

- На Белорусской АЭС в Островецком районе, главной задачей является исключение попадания в окружающую среду любых радиоактивных элементов. Для этого предусмотрено целых четыре дублирующих друг друга контура защиты, от ловушки расплава до системы защитных герметичных оболочек. Вероятность того, что при чрезвычайном происшествии в окружающую среду попадут радиоактивные элементы очень мала.

Таким образом, уже многие крупные компании Беларуси приближаются к решению проблемы увеличения отходов – берут ответственность за произведённые отходы на себя. Вторичное использование сырья одновременно оказывает воздействие на решение проблемы исчерпаемости природных ресурсов.

От производственной деятельности зависят все сферы жизни человека, поэтому невозможно говорить о развитии общества без решения данных проблем. Следование принципам «зеленой» экономики, с целью улучшения экологической ситуации в Беларуси, говорит о том, что наша страна находится на инновационном пути развития государства.

Список использованных источников

1. Вавилонская О. Н. На пути к экоиновациям [Электронный ресурс]. – электронная библиотека БГУ – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/165447/1/ilovepdf_com-116-139.pdf – Дата доступа: 24.02.2023
2. Вавилонская О. Н. Предпосылки перехода к «зеленой» экономике в Республике Беларусь, включая использование возобновляемых источников энергии / О. Н. Вавилонская // Устойчивое развитие Республики Беларусь на принципах «зеленой экономики». Сб.ст. / Сост.: М. Г. Герменчук / под общ.ред. В. И. Ключеновича. – 2012 г.
3. Как сохранить экологию: белорусские предприятия о безотходном и малоотходном производств [Электронный ресурс]. – веб-сайт Milkprofi – Режим доступа: <https://milkprofi.by/company/news/kak-sokhranit-ekologiyu-belorusskie-predpriyatiya-o-bezotkhdnom-i-malootkhdnom-proizvodstve/> – Дата доступа: 25.02.2023
4. Самые грязные и самые чистые города Беларуси [Электронный ресурс]. – веб-сайт Travelask – Режим доступа: <https://travelask.ru/articles/samyegryaznye-i-samyechistye-goroda-belarusi> – Дата доступа: 25.02.2023
5. Экологические проблемы Беларуси [Электронный ресурс]. – веб-сайт VYVOZ – Режим доступа: <https://vyvoz.org/blog/ekologicheskie-problemy-belarusi/> – Дата доступа: 25.02.2023
6. Салимянова И. Г. Экологические инновации — императив развития промышленных предприятий [Электронный ресурс]. – Журнал «Инновации» – Режим доступа: <https://maginnov.ru/assets/files/volumes/2017.07/ekologicheskie-innovacii-imperativ-razvitiya-promyshlennyh-predpriyatij.pdf> – Дата доступа: 24.02.2023
7. Экологические инновации на промышленных предприятиях как фактор достижения сбалансированного развития общества [Электронный ресурс]. – Научный журнал «Фундаментальные исследования» – Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41772> – Дата доступа: 27.02.2023
8. Переработка и использование собственных отходов на производстве: путь сохранения экологии и ресурсов [Электронный ресурс]. – веб-сайт ДЕЛО – Режим доступа: <https://delo.by/articles/news/economy/pererabot-othodi/> – Дата доступа: 27.02.2023

УДК 339.137.27

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

К.В. Гороховик, 2 курс

Научный руководитель – **А.А. Василевска**, ассистент
Полесский государственный университет

В современной системе экономических отношений конкуренция является ключевым элементом. Это связано с тем, что борьба между субъектами экономических отношений для достижения лучших результатов своей предпринимательской деятельности способствует снижению цен и в тоже время повышению качества продукции (или услуг). Но, в силу того, что некоторые компании хотят получить большую прибыль и выгоды для своего бизнеса, занять лидирующее положение или уравнивать шансы с более сильной фирмой-конкурентом, они прибегают к методам недобросовестной конкуренции.

Необходимость защиты организаций и клиентов от недобросовестных действий привело к принятию законов и норм, определяющих работу фирм. Должна быть четкая грань, за которую компании и предприниматели не должны переходить из-за возможности причинения ущерба другим фирмам.

В нашей стране защита недобросовестной конкуренции гарантируется Гражданским кодексом и Законом Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции».

В законе «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», принятом в Республике Беларусь в 2013 году, даётся определение понятию «недобросовестная конкуренция», под которым понимаются любые действия, направленные на приобретение преимуществ хозяйствующими субъектами, противоречащие закону, иным законодательным актам и актам антимонопольного законодательства и могут причинить убытки либо вред деловой репутации другим конкурентам [1].

В результате недобросовестной конкуренции возникает ущерб для правообладателей, как в финансовом, так и в имиджевом плане. Это может быть особенно вредно для малого бизнеса или стартапов, так как они могут оказаться не в состоянии защитить свои интеллектуальные права. Но и существующие уже давно компании не застрахованы от подобного.

Регулированием вопросов, связанных с недобросовестной конкуренцией, занимается Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (МАРТ).

Предоставленный на рисунке 1 график отражает нестабильность числа дел, рассмотренных МАРТ: число дел в 2021 г. увеличилось на 20% по сравнению с 2017 г. [2].

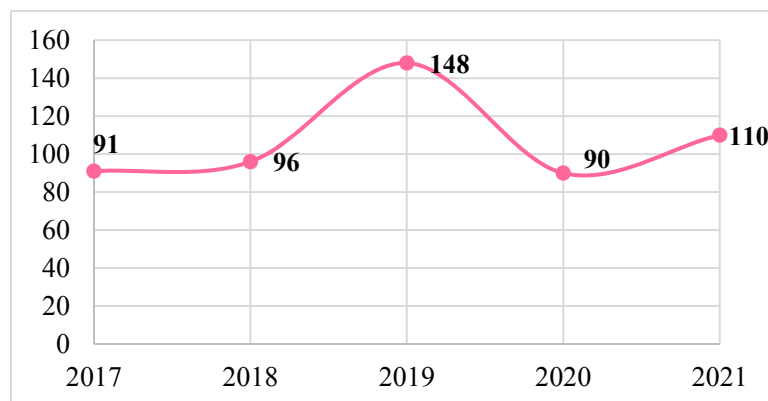


Рисунок 1. – Количество рассмотренных дел по факту нарушения антимонопольного законодательства в период с 2017 по 2021 гг.

Также наблюдается постоянный рост количества зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности, например, на начало 2021 г. действовало 130 602 товарных знаков, что на 4% больше чем в 2018 г. (рисунок 2) [2].

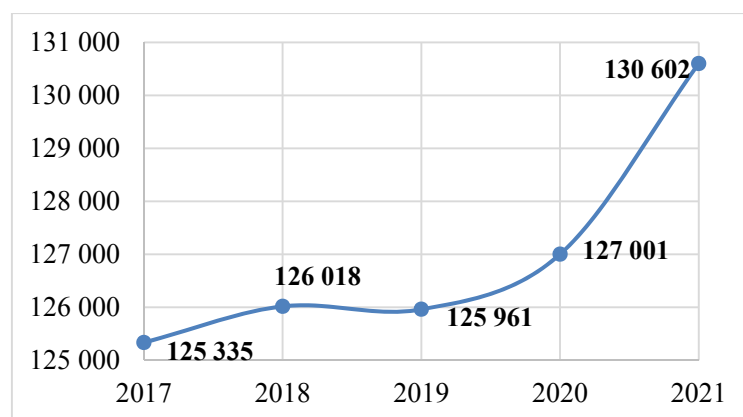


Рисунок 2. – Количество товарных знаков, действующих на начало года в период с 2017 по 2021 гг.

Связь этих двух показателей состоит в том, чем больше объектов интеллектуальной собственности защищены на рынке, тем больше вероятность возникновения нарушений прав их владельцев со стороны других участников рынка. Но, помимо этого, наблюдается и тенденция сокращения количества заявок на регистрацию объектов интеллектуальной собственности, например, в 2021 г. было подано заявок на регистрацию 7851 товарных знаков, что на 5% меньше, чем в 2017 г. Компании не будут инвестировать в инновации и разработки новых продуктов, поскольку они не могут быть уверены в том, что их интеллектуальная собственность будет надлежащим образом защищена [2].

Проведем сравнение белорусского и зарубежного антимонопольного законодательства в сфере недобросовестной конкуренции в интеллектуальной собственности. Эти системы, несмотря на то, что обе видят своей целью защиту прав интеллектуальной собственности и предотвращение нега-

тивных последствий, возможных при доминировании одного или нескольких предприятий на рынке, имеют ряд отличий.

Таблица – Сравнение белорусского и зарубежного антимонопольного законодательства в сфере недобросовестной конкуренции в интеллектуальной собственности

Показатель	Антимонопольное законодательство	
	Зарубежное (США, ЕС)	Белорусское
Степень тяжести	Нарушение антимонопольных законов; преследуется как преступление.	Административное правонарушение; преследуется антимонопольным органом, а не судом.
Меры наказания	Штрафы, приостановление деятельности компаний, запрет на слияния компаний, аннулирование договоров и сделок, уголовные наказания.	Штрафы и наложение запрета на деятельность в определённой сфере.
Размер штрафов	Могут быть очень высокими, вплоть до миллионов долларов.	Сравнительно небольшие: максимально 227 000 бел. руб. (около 90 800 долларов).

Таким образом, можно сделать вывод, что белорусское антимонопольное регулирование в данной сфере имеет свои преимущества, такие как простота и понятность, широкий охват и т.п., однако менее развито и не обеспечивает такой высокой степени защиты прав потребителей и конкуренции, как это делается в более развитых экономических системах [3].

Поэтому будет рационально перенять некоторые механизмы из опыта таких стран, как США и ЕС:

- ужесточение ответственности за нарушение антимонопольных законов;
- усиление мер по борьбе с подделками;
- усиление мониторинга рынков;
- расширение возможностей рассмотрения жалоб и оспаривания решений.

Это позволит быстро выявлять и предотвращать нарушения и даст больше уверенности для субъектов бизнеса в защите своих прав.

Для сохранения здоровой конкуренции на рынке важно соблюдать законодательство, этические нормы и осуществлять контроль со стороны государственных органов. Конкуренция должна основываться на честности и прозрачности, а не на недобросовестных методах.

Список использованных источников

1. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции [Электронный ресурс]. – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300094>. – Дата доступа: 16.03.2023.
2. Годовой отчет Национального центра интеллектуальной собственности за 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ncip.by/upload/iblock/9e0/9e0f0666e55ee3abce28fce2a7b3dced.pdf/>. – Дата доступа: 19.03.2023.
3. The Antitrust Laws [Электронный ресурс]. – FEDERAL TRADE COMMISSION. – Режим доступа: <https://www.ftc.gov/advice-guidance/competition-guidance/guide-antitrust-laws/antitrust-laws>. – Дата доступа: 20.03.2023.

УДК 339.5

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

К.А. Данайчук, А.А. Макаревич, 3 курс
Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Брестская область имеет большой потенциал в сельскохозяйственной сфере и промышленности. Здесь расположены предприятия по выпуску продуктов питания, развиты машиностроение, текстильное и швейное производство, производство мебели и строительных материалов.

Промышленность региона обеспечивает 26,6% валового регионального продукта. Удельный вес области в объеме промышленного производства страны - 10,9%. Так как структура белорусской экономики является экспортоориентированной, особое внимание в регионе уделяется внешнеэкономической деятельности (таблицы 1 и 2).

Таблица 1. – Основные показатели внешней торговли Брестской области в 2000-2021 гг.

Показатель	Года						Темп роста 2021 г. к 2000 г., %
	2000	2005	2010	2015	2020	2021	
Объем внешней торговли товарами Брестской области	735,70	1827,10	3202,10	3203,90	4476,70	5310,60	721,84
экспорт	377,00	985,80	1587,10	1796,20	2633,70	3230,40	856,87
импорт	358,70	841,30	1615,00	1407,70	1843,00	2080,20	579,93
сальдо	18,30	144,50	-27,90	388,50	790,70	1150,20	-
со странами СНГ	450,20	1033,90	1871,40	2008,90	2770,90	3316,80	736,74
экспорт	285,40	782,30	1433,40	1553,20	2038,50	2430,00	851,44
импорт	164,80	251,60	438,00	455,70	732,40	886,80	538,11
сальдо	120,60	530,70	995,40	1097,50	1306,10	1543,20	-
из них с Российской Федерацией	405,30	862,00	1545,10	1748,40	2287,80	2714,60	669,78
экспорт	268,40	677,10	1232,60	1404,00	1725,50	2014,90	750,71
импорт	136,90	184,90	312,50	344,40	562,30	699,70	511,10
сальдо	131,50	492,20	920,10	1059,60	1163,20	1315,20	-
со странами вне СНГ	285,50	793,20	1330,70	1195,00	1705,80	1993,80	698,35
экспорт	91,60	203,50	153,70	243,00	595,20	800,40	873,80
импорт	193,90	589,70	1177,00	952,00	1110,60	1193,40	615,47
сальдо	-102,30	-386,20	-1023,30	-709,00	-515,40	-393,00	-

Примечание – Составлено автором на основе [3]

Из таблицы 1 видно, что за период 2000-2021 гг. темпы роста внешней торговли увеличились в 5-8 раз. Устойчивая положительная тенденция наблюдается в экспорте товаров. Импорт товаров менее стабильный, но имеет тенденцию к увеличению. Отличительной характеристикой внешнеэкономической деятельности Брестского региона является отрицательное сальдо внешней торговли со странами вне СНГ.

Из таблицы 2 видно, что за период 2000-2021 гг. темпы роста экспорта товаров увеличились в 5-72 раза. Среди стран СНГ наибольший объем экспорта товаров наблюдается в Российскую Федерацию, Казахстан, Узбекистан, наименьший – в Таджикистан. Среди стран вне СНГ наибольший объем экспорта товаров наблюдается в Польшу, Германию и Китай, а наименьший – в Венгрию. В 20 раз увеличились темпы роста экспорта товаров в Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии.

В 2021 году Брестская область увеличила экспорт в Россию на 17 процентов по сравнению с 2020 годом, приблизившись к 2 миллиардам долларов. В основном это товары продовольственной группы: молочная и мясная продукция, овощи и фрукты, а также газовые плиты, строительные материалы. В целом внешнеторговый оборот Брестской области с российскими регионами возрос почти на 20 процентов и составил около 2,5 миллиарда.

Таблица 2. – Динамика экспорта товаров Брестской области по странам в 2000-2021 гг.

Показатель	Года						Темп роста 2021 г. к 2000 г., %
	2000	2005	2010	2015	2020	2021	
Экспорт товаров Брестской области по странам СНГ, миллионов долларов США							
Всего	285,40	782,30	1433,40	1 553,2	2038,50	2430,00	851,44
Азербайджан	1,10	2,60	9,00	9,80	23,20	21,20	1927,27
Армения	0,00	0,30	1,60	1,90	2,90	4,70	-
Казахстан	1,50	18,00	59,80	68,70	117,00	134,10	8940,00
Кыргызстан	0,10	0,40	12,10	4,00	5,40	9,30	9300,00
Молдова, Республика	1,50	5,10	10,70	9,40	14,10	19,30	1286,67
Российская Федерация	268,40	677,10	1232,60	1404,00	1725,50	2014,90	750,71
Таджикистан	0,00	0,60	5,90	3,20	2,00	2,40	-
Туркменистан	0,30	0,60	5,40	7,20	2,90	3,20	1066,67
Узбекистан	1,20	8,50	18,10	6,30	22,60	29,80	2483,33
Украина	11,00	68,80	78,00	38,70	122,80	191,10	1737,27
Экспорт товаров Брестской области по странам вне СНГ, миллионов долларов США							
Всего	91,60	203,50	153,70	243,00	595,20	800,40	873,80
Бельгия	1,10	3,70	2,00	5,80	13,10	22,00	2000,00
Венгрия	0,60	1,60	7,40	2,20	4,60	5,90	983,33
Германия	21,00	35,20	42,10	40,90	105,70	151,10	719,52
Италия	9,70	12,60	5,70	3,30	5,00	7,90	81,44
Китай	0,10	0,90	0,10	5,70	82,00	72,00	72000,00
Латвия	3,70	4,90	6,30	3,20	15,40	24,10	651,35
Литва	7,90	18,30	17,80	36,40	54,00	73,40	929,11
Нидерланды	4,30	9,80	8,50	6,00	21,30	33,70	783,72
Норвегия	0,00	0,10	0,70	11,60	15,70	24,80	-
Польша	13,30	58,10	24,70	53,90	170,30	238,70	1794,74
Румыния	0,00	0,50	1,90	3,00	7,00	11,20	
Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии	0,10	0,90	1,90	6,30	3,90	2,00	2000,00
Соединенные Штаты Америки	1,30	3,00	4,00	6,30	7,50	7,70	592,31
Франция	3,90	4,40	3,30	2,50	6,70	10,80	276,92
Чехия	1,30	1,90	2,60	4,90	9,40	7,70	592,31

Примечание – Составлено автором на основе [3]

За четыре месяца 2022 года производители Брестской области поставили в Россию товаров более чем на 650 миллионов долларов в эквиваленте. Доля РФ в общем объеме экспорта Брестской области составила более 60 % [1].

Внешнеторговый оборот между Брестской областью и Россией в январе - июне нынешнего года вырос на 22,4% по сравнению с первым полугодием 2021 г. Торговый оборот между Брестской областью и Россией за шесть месяцев составил более \$1,5 млрд. В частности, предприятия юго-западного региона Беларуси нарастили экспорт почти на 20%. Преимущественно поставляются продукты питания, газовые и электрические плиты, мебель и ее части, электронагревательные приборы и другие товары. Также в январе – июне 2022 года из России в Брестскую область поступило \$45 млн прямых инвестиций [2].

В качестве приоритетного направления сотрудничества остается Китай. В 2022 году была восстановлена положительная динамика экспорта в этот регион. За январь - ноябрь прирост составил 37%, или \$25 млн. Нарастить объемы удалось за счет поставок мясной продукции, рапсового масла, других товаров. В этом году планируется обеспечить прирост экспорта в Китай не менее чем на 15% [1].

Таким образом, товары Брестского региона пользуются большим спросом у зарубежных стран, следовательно важная цель дальнейшего развития экономики региона – не снижать темпы внешней торговли. Объем экспорта товаров в Брестской области в 2023 году планируется увеличить на 5,5%.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Брестского областного исполнительного комитета [Электронный ресурс] / Брестский областной исполнительный комитет. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/>. – Дата доступа: 28.03.2023.
2. Официальный сайт Парламентского собрания Союза Беларуси и России [Электронный ресурс] / Парламентское собрание Союза Беларуси и России, 2021. – Режим доступа: <https://belrus.ru/info/>. – Дата доступа: 28.03.2023.
3. Интернет-портал БЕЛТА [Электронный ресурс] / Белорусское телеграфное агентство, 1999-2022. – Режим доступа: <https://www.belta.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 330.3

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С.С. Дашкевич, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Лёгкая промышленность Республики Беларусь насчитывает около 2 тыс. предприятий с общей численностью рабочих 74,6 тыс. человек. Эта отрасль занимает около 28-30% в общем объеме производства непродовольственных товаров и находится на третьем месте по уровню потребления населением после продовольственных товаров и расходов на транспорт [1].

Большинство предприятий лёгкой промышленности были построены ещё во времена СССР, с тех пор на базе крупнейших предприятий отрасли был образован концерн «Беллепром», в который входит 96 организаций, 76 из них – промышленные. Несмотря на то, что предприятия концерна занимают лишь 3,66% от общего числа предприятий отрасли, на их долю приходится половина общего объема выпуска товаров лёгкой промышленности.

Можно выделить 4 подотрасли лёгкой промышленности: текстильное, трикотажное, швейное и кожевенно-обувное производство. Среди них доминирует текстильная отрасль, которая даёт 46,5% от общего объема выпуска продукции. Среди предприятий концерна можно выделить ведущие в данной подотрасли:

- РУПТП «Оршанский льнокомбинат», г. Орша;
- ОАО «Камволь», г. Минск;
- ОАО «Моготекс», г. Могилёв;
- ОАО «БПХО», г. Барановичи.

Второе место разделяют трикотажная и швейная подотрасль, общая доля которых составляет 40,4% производства товаров лёгкой промышленности. Крупнейшими предприятиями являются:

- СООО «Конте Спа», г. Гродно;
- ОАО «Брестский чулочный комбинат», г. Брест;
- ОАО «Коминтерн», г. Гомель;
- СП ЗАО «Милавица», г. Минск.

Закрывает список сегментов лёгкой промышленности кожевенно-обувная подотрасль, на долю которой приходится 13,1% объема выпуска. В число крупнейших предприятий концерна входит:

- СЗАО «Отико», г. Минск;
- СООО «Белвест», г. Витебск;
- ОАО «Галантэя», г. Минск.

Объем производства продукции лёгкой промышленности Беларуси показывает ежегодный рост. За период 2017-2021 гг. этот показатель вырос со значения 3 683 млн. руб. до 4 759 млн. руб. Несмотря на положительную динамику объема производства данной отрасли, удельный вес про-

дукции в общем объёме промышленного производства показывает негативную тенденцию: за тот же период он снизился со значения 3,9% в 2017 г. до 3,1% в 2021 г., что может говорить о постепенном снижении заинтересованности отечественного рынка в данной отрасли и переориентации экономики на другие виды производства, несмотря на то, что во времена СССР лёгкая промышленность была передовой отраслью на территории современной Беларуси.

В то же время одной из проблем развития, давящей на развитие лёгкой промышленности РБ, является высокий уровень складских запасов готовой продукции данной отрасли. За период 2017-2021 гг. соотношение запасов и среднемесячного объёма производства ежегодно превышало 280% и в 2021 г. достигло значения 286,9%. Данный показатель говорит о хронологическом недостатке спроса на отечественные изделия лёгкой промышленности и, как следствие, о перепроизводстве продукции. Данную проблему можно характеризовать следующими причинами:

- Изменение формата торговли (активное развитие гипермаркетов и торговых сетей), вызывающее таких каналов товародвижения, как традиционные магазины и мелкая розница. Помимо этого, существенную негативную роль также играет ассортиментная политика многих сетевых операторов, делающая акцент на реализации дешевой продукции производителей Средней Азии, а также быстрое развитие сети магазинов second-hand.

- Резкое усиление уровня конкуренции на внутреннем и внешнем рынках, связанное с активной экспансией предприятий-производителей стран Средней Азии (Узбекистан, Кыргызстан, Туркменистан), имеющих изначальные конкурентные преимущества за счёт государственной поддержки отрасли и дешёвой рабочей силы.

- Отток квалифицированных кадров основных рабочих в связи с неравномерностью роста уровня заработной платы в различных отраслях экономики.

- Высокая стоимость кредитных ресурсов: 11,2% – средняя процентная ставка по кредитам свыше одного года в национальной валюте для юридических лиц за 2017-2021 гг. [2]. Столь высокие процентные ставки по кредитам определённым образом сдерживают инвестиционную активность предприятий лёгкой промышленности Беларуси, что, вкуче с высокой изношенностью основных производственных фондов отрасли, негативно сказывается на развитии инновационной деятельности организаций и, как следствие, невозможность преуспеть за всеми изменениями в индустрии моды.

Таким образом, на сегодняшний день, прослеживаются явные проблемы с конкурентоспособностью отечественной продукции лёгкой промышленности как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Решать накопившиеся проблемы следует неразрывно друг от друга, но наибольший акцент, по мнению автора, следует сделать на повышении спроса среди более молодого населения страны, так как именно эта категория населения предпочитает зарубежные аналоги вместо отечественных товаров. Добиться этого можно с помощью повышения внешней привлекательности продукции лёгкой промышленности, посредством вовлечения молодых специалистов в процесс её разработки. Ключевую роль в этом вопросе может сыграть возможность прохождения практики на предприятиях данной отрасли учащимся ССУЗов и ВУЗов, так как, на сегодняшний день, организации неохотно берут на себя подобную инициативу.

Список использованных источников

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2022 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2022.

2. Динамика ставок кредитно-депозитного рынка / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/CreditDepositMarketRates>. – Дата доступа: 20.03.2023

**РОБОТИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ
В ПРОМЫШЛЕННОСТИ****А.И. Демидчик, 3 курс****Научный руководитель – Т.В. Сергиевич, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет**

Для изучения роботизации, как фактора трансформации бизнес-моделей, необходимо понимать, какие предпосылки существуют для внедрения новых технологий в производственный процесс. Во-первых, возрастает необходимость увеличить объемы производства, так как с каждым годом растет население, что сопровождается усилением идеологии «общество потребления» (необходимость в товарах возрастает, и достичь нужного количества можно за счет того, что роботы, под наблюдением человека, могут работать без перерыва, а также в условиях ограниченности ресурсов роботизация позволит снизить издержки производства). Во-вторых, повышается необходимость увеличить скорость выполняемых операций (это сопутствующий фактор увеличения объемов производства). В-третьих, появляется возможность замены людей на тяжелых, опасных для жизни производствах.

Данные предпосылки можно назвать основными, но не единственными, для применения роботов в производственном процессе, так как в зависимости от целей и имеющихся трудовых и технических условий, в каждом производственном процессе могут быть свои основания и причины для внедрения роботов. В связи с этим, при условии грамотного анализа состояния предприятия и необходимости использования на нем новых технологий: внедрение роботов позволит снизить стоимость производимой продукции, увеличить рентабельность производства, минимизировать влияние «человеческого фактора» на технологический процесс, еще больше увеличить объем производства и снизить затраты на него. Вследствие этого открываются новые возможности для развития предприятия, такие как изменение объема и ассортимента производства, увеличение рынка сбыта продукции, применение более качественных материалов и др.

Современные реалии развития общественных отношений обуславливаются обществом потребления, что во многом определяет модель поведения людей в этом обществе, то есть потребление множества товаров, услуг стало стилем жизни большинства людей. А. Н. Ильин определяет: «Общество потребления — это совокупность отношений, где господствует выступающий смыслом жизни символизм материальных объектов, влекущий потребителей приобретать вещи и тем самым наделять себя определенным статусом» [1, с. 23-24]. Из этого определения можно сделать вывод, что занимаясь производством благ для общества потребления, мы формируем и регулируем спрос на товары. В связи с этим, общество потребления является фактором, влияющим на трансформацию бизнес-моделей путем роботизации экономики, так как при увеличении потребления товаров повышается необходимость в их быстром и качественном производстве, что в свою очередь может обеспечиваться внедрением роботов в производственный процесс. Такие технологии должны быть отражены в бизнес-модели предприятия.

На современном этапе развития можно сделать вывод, что цифровизация и роботизация взаимосвязаны. Для характеристики данной связи необходимо понимать, что представляет собой цифровая экономика. М. М. Ковалев и Г. Г. Головенчик написали так: «Цифровая экономика — хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [2, с. 8]. Роботизация сопровождается цифровизацией, то есть условием реализации данного процесса является использование цифровых услуг. Это говорит о том, что роботы отличаются от автоматизированных линий тем, что используют цифровые технологии для сбора, обработки, анализа данных, что позволяет им принимать определенные решения, и в зависимости от этого реагировать на сложившуюся ситуацию. В данной статье рассматривается использование цифровых технологий конкретно в промышленности, что в свою очередь говорит об их влиянии на

трансформацию бизнес-моделей в условиях роботизации, так как использование данных технологий качественно изменяет структуру любого предприятия, на котором они начинают применяться.

Одним из факторов, повлиявших на внедрение роботов в производственный процесс стала пандемия коронавируса. Сейчас мы рассмотрим ее как один из факторов влияющих на трансформацию бизнес-моделей в промышленности. Как известно, во время пандемии коронавируса многие страны вводили локдаун, то есть ограничивали передвижение людей для подавления темпов роста заболеваемости. Данная ситуация отрицательно повлияла на работу многих промышленных предприятий в период, когда людей отправляли работать удаленно, нарушая при этом налаженный процесс производства продукции. Как известно, «В мире производится очень много разнообразных, сложных и многоступенчатых в производстве товаров, изготовление которых задействует все больше и больше факторы производства, находящиеся в различных городах и даже странах» [3, с. 64]. Это говорит о том, что производственный процесс зависит от выполнения многих условий, таких как поставка необходимого материала (как правило из другого города, из другой страны), отправка комплектующих на дальнейшее производство (так как не все предприятий в настоящий момент основаны на полном производственном цикле), поставка готовой продукции на пункты продажи. В следствии этого, как писала Т. В. Сергиевич: «Тенденции нарушения и распада глобальных цепей поставок, усиливающиеся в результате пандемии, стимулируют развитие решоринга, технологической основой которого в экономически развитых странах с высокой стоимостью рабочей силы становится роботизация» [38, с. 329]. То есть, пандемия повлияла на решение о необходимости возврата производств из других стран на родину, так как ранее эти производства были вывезены для использования на них более дешевой рабочей силы, а также для использования более лояльных условий к налоговым и отчетным процедурам, как иностранной компании. Однако, при реализации данных действий, предприятия столкнулись с определенными проблемами, на которые указывает Т. В. Сергиевич и предлагает решить их путем решоринга, получив от этого положительные эффекты: «В условиях эскалации торговых конфликтов и увеличения рисков и угроз экономической и социальной безопасности, правительства реализуют политику возврата производств, тем самым снижая инвестиции в экономику других государств, улучшая условия защиты интеллектуальной собственности и создавая новые рабочие места внутри своей страны» [38, с. 330]. Данные изменения трансформируют бизнес-модель предприятия, так как в условиях роботизации становится возможным осуществление решоринга, тем самым снижая производственные издержки, путем использования новых технологий, увеличивая степень контроля над предприятием и уменьшая степень зависимости от поставщиков каких-либо услуг.

На основании выше изложенного можно сделать вывод, что различные факторы так или иначе влияющие на внедрение роботов в производственный процесс, непосредственно влияют на трансформацию бизнес-модели предприятия, в котором они используются. Это говорит о том, что мы можем рассматривать роботизацию как отдельный, независимый фактор, влияющий на бизнес-модель в промышленности, а можем рассматривать ее как условие, при котором другие факторы способны данную бизнес-модель изменить. Таким образом, можно сказать, что роботизация является одним из основных факторов трансформации бизнес-моделей в промышленности, так как именно через данный процесс многие факторы оказывают влияние на изменение бизнес-моделей предприятия.

Список использованных источников

1. Ильин, А. Н. Общество потребления и его сущностные особенности / А. Н. Ильин // Ценности и смыслы. – 2013. – № 6(28). – С. 22-36.
2. Ковалев, М.М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси / М.М. Ковалев, Г.Г. Головенчик. – Минск: БГУ, 2018.
3. Демидчик, А. И. Расширение межстрановой кооперации как объективная необходимость в современных геополитических и технологических условиях/ А. И. Демидчик // Опыт и перспективы управления деятельностью хозяйствующих субъектов и публичных образований: материалы Национальной научно-практической конференции с международным участием/ Ижевская сельскохозяйственная академия. – Ижевск, 2021. – С. 64-67
4. Сергиевич, Т. В. Роботизация как фактор решоринга в контексте посткоронавирусной экономики / Т. В. Сергиевич // Социально-экономическое развитие организаций и регионов в условиях цифровизации эко-

УДК 658.71

СТАТИСТИКА И НЕКОТОРЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Я.И. Добринец, аспирант
Полесский государственный университет

Несмотря на то, что система государственных закупок существует практически с момента образования независимой Беларуси, статистические данные по результатам закупок стали формироваться и систематизироваться относительно недавно, и для полноценного анализа доступны данные, начиная с 2014 года (некоторые сведения – с 2012 года).

Подробная и открытая статистика в области государственных закупок может помочь улучшить качество закупок и законодательство в этой области, поскольку статистика выявляет позитивные и негативные тенденции в развитии этой системы, позволяя своевременно реагировать на них не только на административном, но и на законодательном уровне. Получение доступа к такой информации может способствовать более эффективному и прозрачному использованию бюджетных средств, а также предотвращению коррупции. Кроме того, подробная статистика может помочь улучшить отношение граждан к государственным закупкам и повысить доверие общества к государственным институтам.

Рассмотрим отдельные показатели, позволяющие выявить проблемные аспекты системы госзакупок.

Прежде всего, следует отметить, что госзакупки в любой экономической системе играют важную роль. И это отражает показатель удельного веса госзакупок в ВВП страны.

Динамика этого показателя для Республики Беларусь в сравнении со странами ЕАЭС и ЕС представлена на рис. 1.

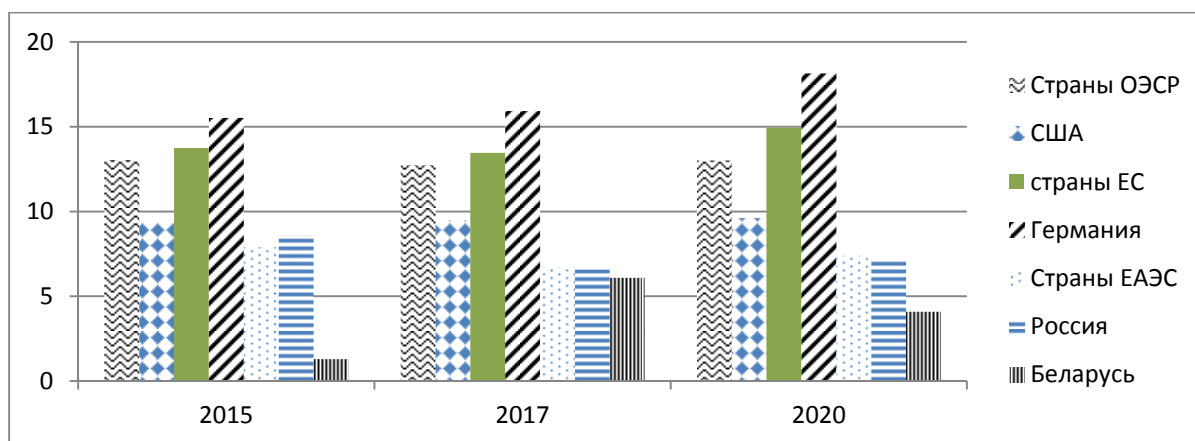


Рисунок 1. – Доля государственных закупок в ВВП в разных странах в 2017-2020 гг.*

Примечание – составлено по данным [1], [2]

*для стран ОЭСР и США данные за 2020 год отсутствуют, показаны данные за 2019 год.

Как следует из рис. 1, для стран ОЭСР и ЕС доля госзакупок в ВВП имеет достаточно высокое значение, превышающее 13% ВВП, для некоторых стран, например Германии, этот показатель практически достигает 20%. Страны ЕАЭС имеет гораздо более низкие показатели – в целом по странам-участницам около 7,5%, Россия имеет значение этого показателя на уровне 7%, а Беларусь – менее 5%. Таким образом, данные свидетельствуют о наличии потенциала роста государственных закупок в странах ЕАЭС.

Процедуры государственных закупок в Республике Беларусь, как и в целом в мировой практике, делятся на конкурентные и неконкурентные.

Неконкурентные процедуры – представлены закупками из одного источника, в некоторых случаях это даже непубличные закупки, что создает предпосылки для коррупционных преступлений. Доля неконкурентных процедур в структуре закупок в 2014-2021 гг. представлена на рисунке 2.

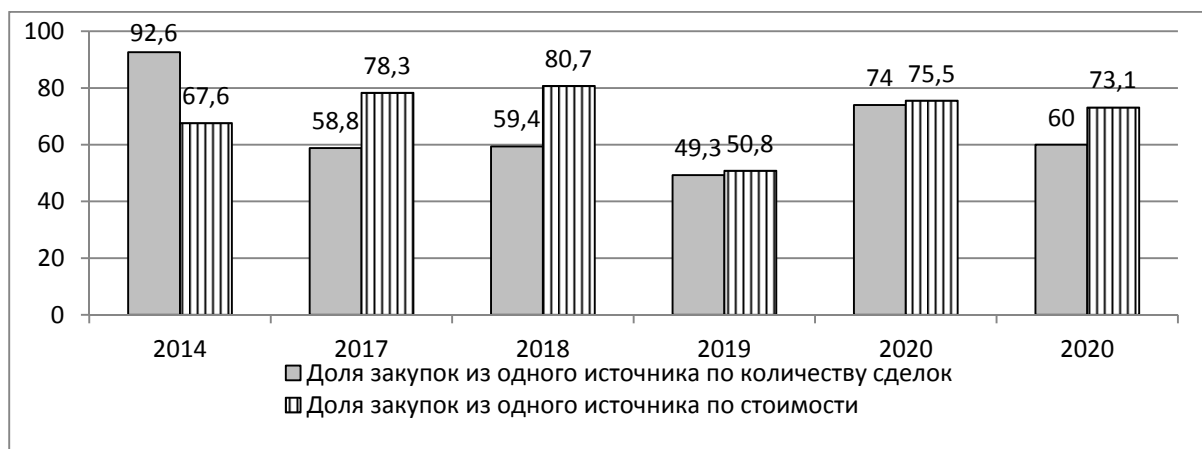


Рисунок 2. – Доля неконкурентных процедур в структуре госзакупок Республики Беларусь в 2014-2021 гг.

Примечание – Источник [3].

Таким образом, неконкурентные процедуры по-прежнему сохраняют первое место в структуре госзакупок, удельный вес закупок из одного источника превышает 50% как по количеству самих процедур, так и по стоимости заключенных договоров. Следует также обратить внимание на тенденцию роста этого показателя в течение 2020-2021 гг., что нельзя оценить положительно.

Также негативно можно оценить тот факт, что доля неконкурентных закупок по стоимости (73,1%) значительно превышает долю закупок по числу сделок (60%) – это признак того, что средняя стоимость закупки из одного источника растет, несмотря на то, что государственное регулирование направлено на снижение стоимости средней закупки из одного источника.

Рассмотрим также показатели, характеризующие активность участников (рис. 3). Анализ статистических данных показывает, что наблюдается устойчивая тенденция снижения числа участников в расчете на 1 процедуру, в 2021 году этот показатель практически равен соотношению 1 участник = 1 процедура, что является негативной тенденцией и свидетельствует о снижении уровня конкуренции в торгах. Также можно отметить, что в процедурах госзакупок практически не принимают участия иностранные фирмы, доля белорусских участников имеет тенденцию к росту и приближается к 99%.

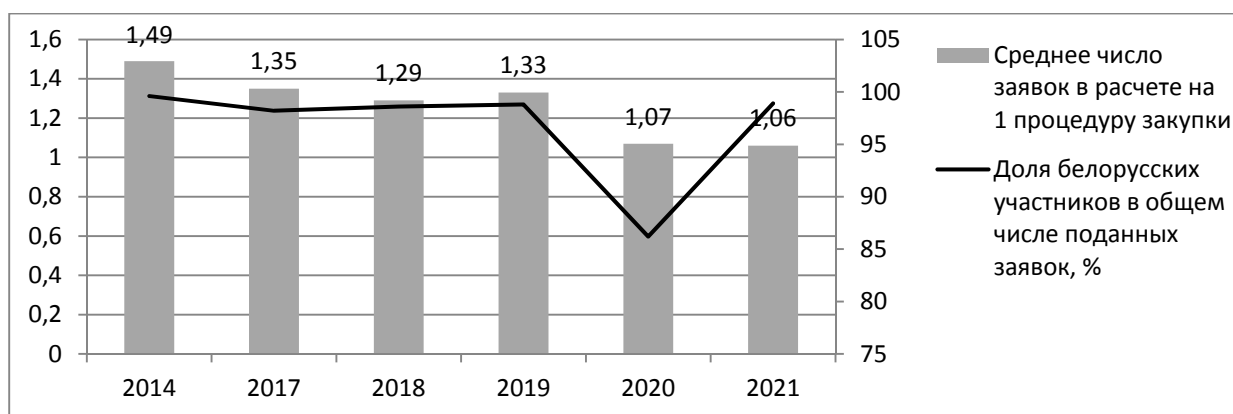


Рисунок 3. – Уровень конкурентности и активность белорусских участников в госзакупках в 2014-2021 гг.

Примечание – Источник [3].

Одним из показателей, относительно редко изучаемых, является количество поданных и удовлетворенных жалоб. Для системы госзакупок Республики Беларусь показатели выглядят следующим образом (рис. 4)

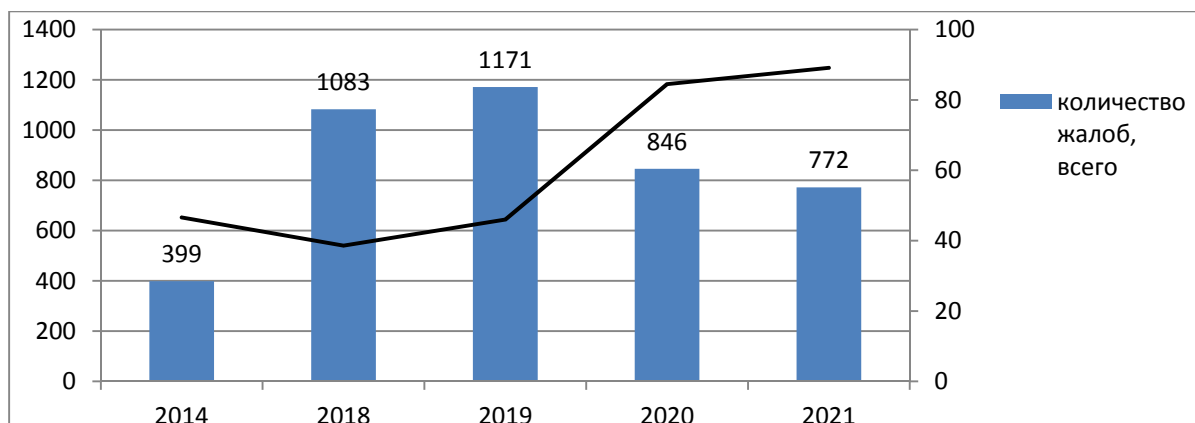


Рисунок 4. – Показатели, характеризующие динамику жалоб, поданных в рамках осуществления госзакупок, и итоги их рассмотрения за 2014-2021 гг.

Примечание – Источник [3].

Как следует из рисунка, сохраняется высокий уровень жалоб, отозванных, непринятых или отклоненных – этот показатель к 2021 году достигает значения 89,1% от числа поданных жалоб. Это также может свидетельствовать о необходимости совершенствовать законодательство, упрощая его и делая более доступным для потенциальных участников.

Список использованных источников

1. ОЭСР. Государственные закупки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?QueryId=107598>. – Дата доступа: 30.03.2023.
2. Обзоры статистической информации о государственных (муниципальных) закупках в государствах-членах ЕАЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://eec.eaunion.org/comission/department/cpol/zakupki/obzory-statisticheskoy-informatsii-o-gosudarstvennykh-munitsipalnykh-zakupkakh-v-gosudarstvakh-chlen.php?clear_cache=Y. – Дата доступа: 30.03.2023.
3. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. Статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/activity/regulirovanie-i-kontrol-zakupok/statistika/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 657.9

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДИК АНАЛИЗА (ОЦЕНКИ) ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А.О. Дорофеев, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова**, старший преподаватель

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Экономический анализ инновационной деятельности является инструментом для разработки управленческих решений, направленных на повышение эффективности функционирования предприятия. Он также используется для оценки профессиональных навыков и деловых качеств руководителей предприятия, инновационных подразделений и специалистов.

Аналитические инструменты, такие как контроллинг, используются для оценки эффективности инновационной деятельности предприятий. Они позволяют организациям принимать более взвешенные стратегические решения в отношении научных исследований и опытно-конструкторских разработок, инновационного курса, коммерциализации и лицензирования ИС, совместных исследований и т.д.

Контроллинг инноваций позволяет достичь максимальной эффективности инновационной деятельности при минимальных рисках. Основная функция контроллинга инновационных процессов заключается в обеспечении методической и информационной поддержки подготовки принятия решений в области инновационной деятельности для различного уровня менеджмента на основе анализа и прогноза технико-экономических показателей.

Контроллинговая модель, основанная на методологии бизнес-анализа, может быть использована как альтернатива традиционным системам планирования, анализа и контроля инновационной деятельности. Она позволяет выбирать проекты как решение возникающих бизнес-проблем с последующей упреждающей корректировкой их целевых параметров, предвидения, инициация и координация действий по их достижению на уровне контроллинговых единиц на основе инструментов стратегического анализа.

Существует множество методик анализа инновационной деятельности организации. Одна из них - это тематический анализ инновационной деятельности предприятия. Этот метод характеризуется сложностью подготовки информационной базы и аналитической ее обработки, необходимостью привлечения высококвалифицированных специалистов и значительной трудоемкостью по сравнению с комплексным анализом[1].

В настоящее время не существует нормативных документов по методике проведения тематического анализа инновационной деятельности. Это объясняется рядом причин, и прежде всего тем, что внешние и внутренние условия проведения этой деятельности для каждой организации различны. Поэтому существуют разные подходы к проведению такого анализа.

Для анализа инновационной деятельности предприятия применяется целый ряд показателей. Среди них показатели затратного характера, такие как затраты на НИОКР и их удельный вес в общем объеме затрат предприятия, расходы на приобретение необходимых лицензий, сертификатов и патентов.

Например, исследование динамики показателей отчетного периода в сопоставлении с показателями предшествующего периода, структурный анализ инноваций и сравнительный анализ показателей инновационной деятельности данного предприятия и среднеотраслевых показателей.

Структурный анализ инноваций - это метод анализа инновационной деятельности, который базируется на структурном разложении отдельных показателей инновационной деятельности предприятия. В процессе этого анализа определяются удельный вес различных видов и направлений инновационной деятельности.

Кроме того, для оценки инновационной привлекательности предприятия обычно применяются два основных метода: коэффициентный анализ и факторный анализ.

Факторный анализ - это многомерный метод, который используется для изучения взаимосвязей между значениями переменных. Предполагается, что известные переменные зависят от меньшего количества неизвестных переменных и случайной ошибки.

Факторный анализ позволяет решить две важные проблемы исследователя: описать объект измерения всесторонне и в то же время компактно. С помощью факторного анализа возможно выявление скрытых переменных - факторов, отвечающих за наличие линейных статистических корреляций между наблюдаемыми переменными.

Коэффициентный анализ - это изучение уровня и динамики относительных показателей финансового состояния, рассчитываемых как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета.

В коэффициентном анализе используются относительные показатели финансового состояния, рассчитываемые как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета.

Например, одними из самых главных показателей, которые характеризуют финансовое положение предприятия, считаются коэффициенты платежеспособности и ликвидности.

Коэффициентный и факторный анализ - это два разных метода анализа данных.

Коэффициентный анализ - это изучение уровня и динамики относительных показателей финансового состояния, рассчитываемых как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета.

Факторный анализ - это многомерный метод, который используется для изучения взаимосвязей между значениями переменных. Предполагается, что известные переменные зависят от меньшего

количества неизвестных переменных и случайной ошибки.

Таким образом, коэффициентный анализ используется для изучения относительных показателей финансового состояния, в то время как факторный анализ используется для выявления скрытых переменных и взаимосвязей между наблюдаемыми переменными.

Наиболее распространенным в практике наших предприятий является SWOT-анализ. SWOT-анализ - это метод оценки сильных и слабых сторон компании, а также ее возможностей и угроз. SWOT является аббревиатурой от слов Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы). Сильные и слабые стороны относятся к внутренним факторам компании, а возможности и угрозы - к внешним. SWOT-анализ помогает компаниям определить свои преимущества и недостатки, а также выявить возможности для роста и потенциальные угрозы. Этот инструмент может быть использован для разработки стратегий и планов действий.

SWOT-анализ имеет ряд преимуществ:

Простота: SWOT-анализ является простым и понятным инструментом, который может использовать любой член команды.

Гибкость: SWOT-анализ может быть использован для анализа различных аспектов бизнеса, от продуктов и услуг до отдельных отделов и рынков.

Структурированность: SWOT-анализ помогает структурировать информацию и выявить ключевые факторы, которые влияют на бизнес.

Помогает выявить возможности и угрозы: SWOT-анализ помогает компаниям выявить возможности для роста и потенциальные угрозы, которые могут повлиять на бизнес.

Помогает определить сильные и слабые стороны: SWOT-анализ помогает компаниям определить свои сильные и слабые стороны, что позволяет им лучше понимать свои преимущества и недостатки.

Помогает в принятии решений: SWOT-анализ может быть использован для принятия стратегических решений и разработки планов действий.

Список использованных источников

1. Диссертация на тему «Организация и методика тематического анализа инновационной деятельности предприятия». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/> – Дата доступа: 06.04.2023
2. Бердников В.В. «Аналитические инструменты оценки эффективности инновационной деятельности». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiticheskie-instrumenty/> – Дата доступа: 06.04.2023

УДК 338.45:622(476)

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.В. Дунчик, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Горнодобывающая промышленность является одним из наиболее важных и перспективных видов экономической деятельности, обеспечивающим минерально-сырьевую и топливно-энергетическую базу для отраслей обрабатывающей промышленности.

Проанализируем основные показатели предприятий горнодобывающей промышленности за период 2017 – 2021 гг. (таблица 1).

Таблица – Основные показатели по виду экономической деятельности «Горнодобывающая промышленность» за период 2017 – 2021 гг.

	2017	2018	2019	2020	2021
Количество организаций, единиц	61	50	42	40	39
Темпы роста, %		81,97	84,00	95,24	97,50
Объем промышленного производства, млн. руб.	1 195,9	1 487,5	1 491,8	1 357,6	1 864,8
Темпы роста, %		124,38	100,29	91	137,36
Среднесписочная численность работников, тыс. человек	10,0	10,2	10,6	10,4	10,4
Темпы роста, %		102	103,92	98,11	100
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников, руб.	1 347,7	1 678,2	1 854,8	2 065,5	2 490,6
Темпы роста, %		124,52	110,52	111,36	120,58

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Из таблицы 1 видно, что за последние 5 лет фиксируют устойчивую тенденцию по наращиванию объемов промышленного производства, в 2021 году 1 864,8 млн. руб., что на 37,4% больше, чем в 2020 г. Несмотря на рост объема промышленного производства количество организаций горнодобывающей промышленности значительно уменьшается на протяжении последних 5 лет, так в 2021 году в Республике Беларусь насчитывают 39 организаций, что на 36,1% меньше, чем в 2017 (61 организация). Уменьшение количества организаций объясняется тем, что для предприятий горнодобывающей промышленности характерен эффект масштаба, характеризующийся высоким уровнем концентрации.

Постепенно увеличивается численность работников, занятых в отрасли, и их номинальная заработная плата (рост на 84,8% в сравнении с 2017 г. и на 20,6% в сравнении с 2020 г.).

На рисунке 1 представлен удельный вес областей Республики Беларусь и г. Минска в объеме производства горнодобывающей промышленности на 2021 г.

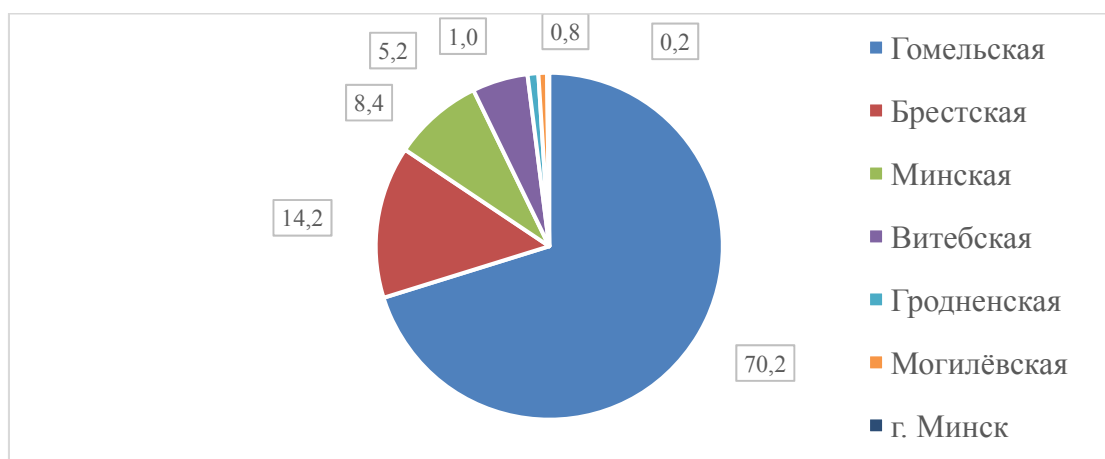


Рисунок 1. – Удельный вес областей Республики Беларусь и г. Минска в объеме производства горнодобывающей промышленности в 2021 г., %

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Большая доля горнодобывающих предприятий Республики Беларусь сконцентрирована в Гомельской области и составляет 70,2%, также высокий удельный вес у Брестской области (14,2%), которая специализируется на добыче строительного камня и торфа. Минская область (8,4%) спе-

циализируется на добыче калийных солей, торфа и сырья для производства строительных материалов.

Республика Беларусь не является сырьевой. Объёмы добычи нефти в стране на 2021 год составили 1,737 млн тонн. Отметим, страны-лидеры по добыче нефти – США (711,1 млн. тонн в год), Россия (536,4 млн. тонн) и Саудовская Аравия (515,0 млн. тонн). На рисунке 2 представлен топ-10 стран по добыче нефти.

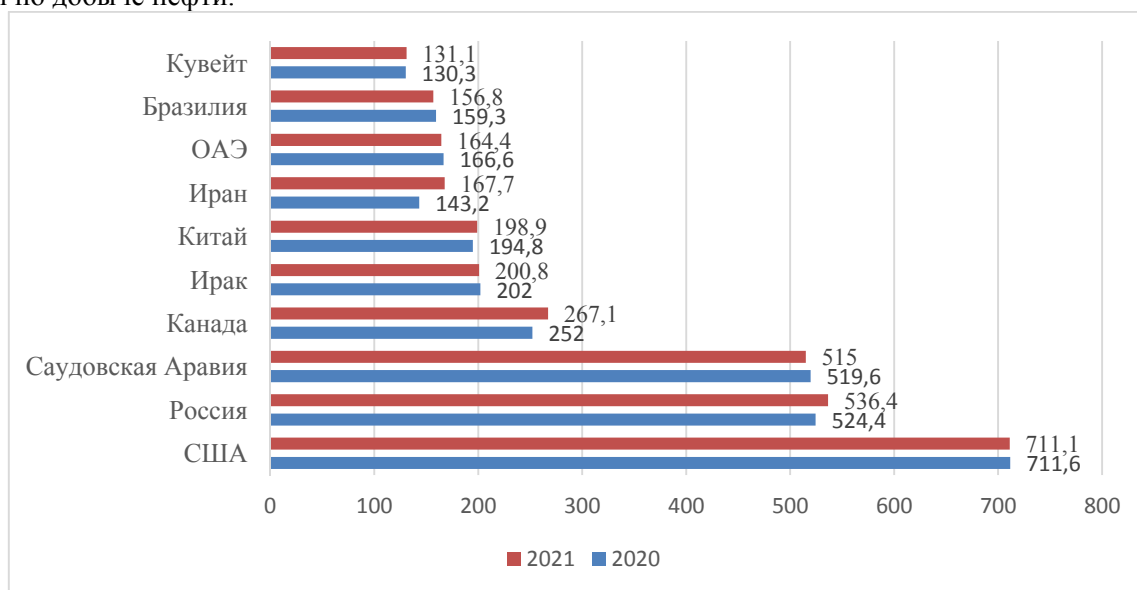


Рисунок 2. – Список стран по добыче нефти в млн. тонн за 2020-2021 гг.

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных [4, с. 16]

Отметим, что в 2021 году наблюдается увеличение объёмов добычи нефти в России, Канаде, Китае, Иране и Кувейте на 2,6%, 6,3%, 2,1%, 17,4% и 0,9% соответственно, в сравнении с 2020 годом. Это обусловлено, тем, что странам удаётся восстановить физические показатели добычи и поставок нефти после снижения в 2020 году на фоне пандемии COVID-19.

Значительную роль в экономике Республики Беларусь играет нефтеперерабатывающая отрасль. Крупнейшие нефтехимические предприятия объединяет концерн Белнефтехим. Концерн координирует производственную деятельность по разведке и добыче нефти, ее транспортировке и переработке, выпуску нефтепродуктов и продуктов основного органического и нефтехимического синтеза [2]. На данный момент существуют две организации, осуществляющие переработку нефти в республике – ОАО «Мозырский НПЗ» и ОАО «Нафтан». Новополоцкий "Нафтан" в апреле 2022 года перерабатывает 11,7 тыс. тонн в сутки, Мозырский НПЗ – 13,7 тыс. тонн в сутки. Для сравнения: в 2020 году в Мозыре перерабатывалось около 24-25 тыс. тонн в сутки [3].

Согласно государственной программе Республики Беларусь «Энергосбережение» на 2021-2025 гг. на горнодобывающих и нефтеперерабатывающих предприятиях будут реализованы мероприятия, направленные на создание новых и модернизацию действующих производственных мощностей, с использованием лучших доступных современных мировых технологий, увеличение глубины и количества переделов нефтехимической продукции, что будет способствовать дальнейшему развитию горнодобывающей отрасли.

На основе вышеизложенного, можно сделать вывод, что горнодобывающая и нефтеперерабатывающая промышленности Республики Беларусь – приоритетные направления промышленности с активно растущим объёмом производства, от них зависит экономическое развитие как предприятий промышленного комплекса, так и экономики страны в целом.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Промышленность Республики Беларусь – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by> – Дата доступа: 16.03.2023

2. Президент Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нефтехимическая промышленность – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnyue-otrasli/promyshlennost/neftehimicheskaja> – Дата доступа: 18.03.2023

3. Экономическая правда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2022/04/7/685395/> – Дата доступа: 18.03.2023

4. Statistical Review of World Energy 2022, 71st edition [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2022-full-report.pdf> – Дата доступа: 21.03.2023

УДК 338.001.36

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

К.О. Засим, магистрант

Научный руководитель – Ю.А. Рыбалко, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В финансовой составляющей организации оборотные средства являются важным ресурсом в обеспечении текущего функционирования организации. В нынешних экономических условиях любая организация, которая ведёт производственную деятельность должна обладать основным и оборотным капиталом. То есть, наряду с основными средствами каждое предприятие должно располагать определенной величиной денежных ресурсов для обеспечения бесперебойного процесса производства продукции путем приобретения предметов труда, вспомогательных материалов, топлива, оплаты труда, оплаты потребляемой энергии всех видов, прочих услуг.

Функция оборотных средств состоит в платежно-расчетном обслуживании кругооборота товарно-материальных ценностей на стадии приобретения, производства и реализации. Оборотные средства обеспечивают непрерывность процесса воспроизводства, постоянное возобновление его материальной основы – предметов труда и малоценных и быстро изнашивающихся средств труда.

Ускорение оборачиваемости оборотных средств за счёт различных факторов является важной задачей для предприятия, так как ускорение оборачиваемости оборотных средств способствует повышению деловой активности предприятия и отражается на конечных результатах деятельности организации. А экономическая эффективность использования оборотных средств имеет важное значение для предприятия, так как её повышение оказывает положительное воздействие на все стороны производственной и хозяйственной деятельности организации.

Проведём факторный анализ данные для которого представим в таблице 1.

Таблица 1. – Исходные данные для факторного анализа первого и второго порядка, определяющих динамику коэффициента оборачиваемости оборотных средств ОАО "Пинский мясокомбинат" за 2019-2021 гг

Показатели	2019	2020	2021	Отклонение	
				2020г. / 2019г.	2021г. / 2020г.
Выручка от реализации выпускаемой продукции, тыс. руб.	160766	182493	222296	+21727	+39803
Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	51061,5	58693	64911	+7631,5	+6218
Запасы, тыс. руб	8280	9241	11404	+961	+2163
Краткосрочная дебиторская задолженность, тыс. руб	17028	23661	16809	+6633	-6852
Прочие краткосрочные активы	27733	30369	36933	+2636	+6564

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных предприятия

Исходя из данных, представленных в таблице 1 можно сделать вывод о том, что наименьшую долю в части оборотных средствах занимают запасы, а наибольшую долю в части оборотных

средств занимает краткосрочная дебиторская задолженность и прочие краткосрочные активы. Вместе с этим, наблюдается увеличение выручки от реализации продукции и среднегодовой стоимости оборотных активов.

Следовательно, на основании этих данных рассчитаем влияние факторов первого порядка на величину коэффициента оборачиваемости краткосрочных активов в ОАО «Пинский мясокомбинат» за 2019-2020 гг.

Исходными данными для расчёта данных показателей будут выручка от реализации выпускаемой продукции, а также среднегодовая стоимость краткосрочных активов за 2019-2020 года.

Расчёт влияния факторов первого порядка на величину коэффициента оборачиваемости краткосрочных активов представлен в таблице 2.

Таблица 2. – Расчет влияния факторов первого порядка на величину коэффициента оборачиваемости краткосрочных активов в ОАО «Пинский мясокомбинат» за 2020-2021 гг

Показатель	Методика расчёта	Результат
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств 2020 г.	$K_{об0} = \text{ВПО} / K_{аср0} = 182493 / 58693$	3,11
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (усл.1)	$K_{обусл1} = \text{ВПО} / K_{аср1} = 182493 / 64911$	2,81
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств 2021 г.	$K_{об1} = \text{ВП1} / K_{аср1} = 222296 / 64911$	3,42
Изменение коэффициента оборачиваемости оборотных средств		
За счёт изменения краткосрочных активов	$\Delta K_{об} = \Delta K_{обусл1} - \Delta K_{об0} = 2,81 - 3,11$	-0,30
За счёт изменения выручки от реализации	$\Delta K_{об} = \Delta K_{об1} - \Delta K_{обусл1} = 3,42 - 2,81$	0,61
Общее изменение	$= 0,61 + (-0,30)$	0,31

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных предприятия

Исходя из расчёта данных, представленных в таблице 2, можно сделать вывод о том, что отрицательное влияние на коэффициент оборачиваемости оборотных средств в 2021 году по сравнению с 2020 годом оказал фактор выручки от реализации продукции, товаров, работ и услуг.

Перейдём к анализу влияния факторов второго порядка на изменение коэффициента оборачиваемости краткосрочных активов в ОАО «Пинский мясокомбинат» в 2020 г.

Таблица 3. – Расчет влияния факторов второго порядка на величину коэффициента оборачиваемости оборотных средств в ОАО «Пинский мясокомбинат» за 2020-2021 гг

Показатель	Методика расчёта	Результат
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств 2020	$K_{об0} = \text{ВПО} / \text{ПЗ0} + \text{КДЗ0} + \text{ПрочКА0} = 182493 / 9241 + 23661 + 30369$	2,88
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (усл.1)	$K_{об} = \text{ВПО} / \text{ПЗ1} + \text{КДЗ0} + \text{ПрочКА0} = 182493 / 11404 + 23661 + 30369$	= 2,79
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (усл.2)	$K_{об} = \text{ВПО} / \text{ПЗ1} + \text{КДЗ1} + \text{ПрочКА0} = 182493 / 11404 + 16809 + 30369$	= 3,12
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (усл.3)	$K_{об} = \text{ВПО} / \text{ПЗ1} + \text{КДЗ1} + \text{ПрочКА1} = 182493 / 11404 + 16809 + 36933$	= 2,80
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств 2021	$K_{об1} = \text{ВП1} / \text{ПЗ1} + \text{КДЗ1} + \text{ПрочКА1} = 222296 / 11404 + 16809 + 36933$	= 3,41
Изменение коэффициента оборачиваемости краткосрочных активов:		
За счёт изменения производственных запасов	$\Delta K_{об} = \Delta K_{обусл1} - \Delta K_{об0} = 2,79 - 2,88$	+0,09
За счёт изменения дебиторской задолженности	$\Delta K_{об} = \Delta K_{об2} - \Delta K_{обусл1} = 3,12 - 2,79$	+0,33
За счёт изменения прочих краткосрочных активов	$\Delta K_{об} = \Delta K_{обусл3} - \Delta K_{об2} = 2,80 - 3,12$	-0,32
За счёт изменения выручки	$\Delta K_{об} = \Delta K_{об1} - \Delta K_{обКАусл3} = 3,41 - 2,80$	0,61
Общее изменение	$= 0,61 + (-0,32) + 0,33 + 0,09$	+0,71

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных предприятия

Исходными данными для расчёта данных показателей будут: выручка от реализации выпускаемой продукции, величина краткосрочной дебиторской задолженности, величина прочих краткосрочных активов.

Расчёт влияния факторов второго порядка на величину коэффициента оборачиваемости оборотных средств за 2020-2021 года представлен в таблице 3.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что положительное влияние на величину рентабельности краткосрочных активов в 2021 г. по сравнению с 2020 г. оказал такой показатель, как величина выручки от реализации товаров, работ, услуг.

Вследствие использования факторного анализа было выявлено, что ускорение оборачиваемости оборотных средств способствует высвобождению значительных сумм и, следовательно, позволяет наращивать объем производства без дополнительного вложения финансовых ресурсов, а высвободившиеся средства применять на усмотрение руководства предприятия, а именно в соответствии с потребностями.

Далее рассмотрим показатели высвобождения оборотных средств за 2019 и 2020 года. В таблице 2.12 представим показатели, необходимые для расчёта данных показателей.

Таблица 4. – Показатели, характеризующие оборачиваемость оборотных средств за 2019 -2021 гг.

Показатели	2019	2020	2021	Отклонение	
				2020г. / 2019г.	2021г. / 2020г.
Выручка от реализации выпускаемой продукции, тыс. руб.	160766	182493	222296	+21727	+39803
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	3,15	3,10	3,42	-0,05	+0,32
Длительность одного оборота в днях	114,3	116,1	105,3	+1,8	-10,7
Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	51061,5	58693	64911	+7631,5	+6218
Коэффициент загрузки оборотных средств	0,32	0,32	0,29	-	-0,03

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных предприятия

На основании данных представленных в таблице 4, можно посчитать абсолютное и относительное высвобождение оборотных средств за 2020 год и 2021 год.

Показатели высвобождения оборотных средств за 2020 год:

$$OC = (116,1 - 114,3) * 182493 / 360 = 2,1 * 506,93 = 1064,54$$

$$OC_{аб} = 58693 - 51061,5 = 7631,5$$

$$OC_{отн} = 1064,54 - 7631,5 = -6566,96$$

Показатели высвобождения оборотных средств за 2021 год:

$$OC = (105,3 - 116,1) * 222296 / 360 = -10,8 * 617,49 = -6668,9$$

$$OC_{аб} = 64911 - 58693 = 6218$$

$$OC_{отн} = -6668,9 - 6218 = -12886,9$$

Исходя из представленных вычислений, можно сделать вывод о том, что показатели абсолютного и относительного высвобождения оборотных средств в 2021 году уменьшились по сравнению с 2020 годом.

Значительно снизился общий показатель высвобождения оборотных средств и наблюдается снижение относительного высвобождения оборотных средств. Однако показатель абсолютного высвобождения оборотных средств увеличивается. Это связано с тем, что наблюдается увеличение среднегодовой стоимости оборотных средств. Снижение общего показателя высвобождения оборотных средств связано с тем, что у предприятия уменьшается длительность одного оборота в днях, но при этом увеличивается выручка от реализации выпускаемой продукции.

Таким образом, эффективное использование оборотных средств является одной из важнейших задач в производственной деятельности организации. Так как это повышает деловую активность предприятия и способствует достижению главной цели предприятия – максимизации прибыли, повышению рентабельности предприятия. Вместе с тем повышение качества продукции и её конкурентоспособности напрямую влияет на скорость оборачиваемости оборотных средств. В свою очередь это напрямую на конкурентоспособность предприятия на рынке, что также является приоритетной задачей в деятельности предприятия в современных условиях.

Список использованных источников

1. Грибов, В.Д., Экономика организации (предприятия). / В.Д. Грибов, – М.: КноРус, 2016. – 416 с.
2. Изюмова, Е.Н. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия: Учебное пособие / Е.Н. Изюмова, В.В. Мыльник, А.В. Мыльник. – М.: Риор, 2017. – 592 с
3. Савицкая, Г.В. Методика экономического анализа хозяйственной деятельности: Краткий курс / Савицкая Г.В – М.: ИНФРА-М, 2007 – С.121-125.
4. Отчётность предприятия ОАО «Пинский мясокомбинат» за 2019 – 2021 годы.

УДК 001.895

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ НА ОСНОВЕ СТРАТЕГИИ «НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ: 2018-2040»

Т.И. Иванова, А.А. Макаревич, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Стратегия «Наука и технологии: 2018–2040» (далее – Стратегия) подготовлена во исполнение поручений Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко от 7 апреля 2017 г. и базируется на принципе преемственности и сопряженности принятых в Республике Беларусь основополагающих программных документов: Директивы Президента Республики Беларусь от 14 июня 2007 г. № 3 «О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства», решений Пятого Всебелорусского народного собрания, Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2030 года, Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы.

К 2040 г. Беларусь должна обрести новое качество роста экономики и выход на мировой уровень конкурентоспособности на базе интеллектуализации и цифровизации производств, развития высокотехнологичных и наукоемких услуг, основанных на достижениях отечественной науки (таблица 1) [1].

Таблица 1. – Этапы реализации Стратегии

Года	Цель
2018–2020	актуализация заделов научно-технологической сферы с учетом сложившейся структуры, позиций страны в мировой системе разделения и кооперации труда, целей социально-экономического развития;
2021–2030	создание системных условий и цифровая интеллектуальная модернизация традиционных отраслей посредством формирования точек роста наукоемкой экономики;
2031–2040	наращивание компетенций в целевых сегментах интеллектуальной экономики и выход по ним на лидирующие мировые позиции.

Примечание – Составлено автором на основе [1]

В документе определены приоритеты долгосрочного развития науки и технологий, а также комплекс инструментов совершенствования научно-технической сфере, которые обеспечат новое качество экономического роста Беларуси и выход в перспективе на мировой уровень конкурентоспособности по ряду направлений. Предполагается, что благодаря реализации стратегии до 2040

года наукоёмкость ВВП должна составить 3%, доля прорывных научных исследований и разработок — 30% в общем объеме выполняемых исследований и разработок, доля высокотехнологичных секторов в структуре экономики — 10%. В общем объеме производства промышленных предприятий инновационная продукция будет занимать 25%.

Так как первый этап Стратегии (2018–2020 гг.) завершился, можно сопоставить поставленные задачи с их реализацией. В таблице 2 отражены задачи, поставленные в первом этапе Стратегии.

Таблица 2. – Задачи первого этапа Стратегии на 2018-2020 гг.

Период	Задачи
2018– 2020 гг.	– разработка Комплексного прогноза научно-технического прогресса (далее –КП НТП) на период до 2040 года, включающего, в том числе, план мероприятий (дорожную карту) по обеспечению модернизации традиционных отраслей на основе внедрения новейших высоких технологий и техники;
	– формирование государственного заказа на проведение научных исследований и выполнение научно-технологических работ по приоритетным направлениям на последующих этапах;
	– формирование нормативной правовой базы, комплексно регулирующей отношения, возникающие при осуществлении научной, научно-технической и инновационной деятельности;
	– обеспечение обновления содержания образования и переход к новому поколению стандартов высшего образования, предназначенных для формирования и развития кадрового потенциала интеллектуальной экономики

Примечание – Составлено автором на основе [1]

Разработка КП НТП осуществлялась на основе методологии комплексного прогнозирования научно-технического прогресса для Республики Беларусь на 2021–2025 гг. и на период до 2040 г., одобренной решением Коллегии ГКНТ (протокол от 6 июля 2018 г. № 5) и на заседании межведомственной рабочей группы по разработке Комплексного прогноза научно-технического прогресса Республики Беларусь.

Результатами КП НТП стали среднесрочный и долгосрочный прогнозы научно-технического прогресса. Среднесрочный КП НТП содержит в себе развернутую информацию по каждому из 302 объектов прогнозирования, появление которых на рынках предполагается с 2021 по 2025 гг., а также рейтинги объектов прогнозирования, отраслей и направлений научно-технологического развития. Долгосрочный КП НТП дополнительно включает рейтинг 338 объектов прогнозирования, появление которых на рынках предполагается с 2026 по 2040 гг.

15 февраля 2023 года создана временная межведомственная рабочая группа по разработке комплексного прогноза научно-технического прогресса Беларуси (КП НТП) на 2026-2030 годы и на период до 2045 года. На рабочую группу возложены задачи по подготовке концепции КП НТП и перечня перспективных технологий, товаров и услуг на 2026-2030 годы, а также по формированию проекта КП НТП.

Также был издан Указ Президента Республики Беларусь от 15 сентября 2021 г. №348 «О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг.», в которой были определены заказчики на проведение научных исследований и выполнение научно-технологических работ по приоритетным направлениям на последующих этапах [2].

Что касается формирования нормативной правовой базы, комплексно регулирующей отношения, возникающие при осуществлении научной, научно-технической и инновационной деятельности, то на 01.03.2023 г. она составляет большое количество кодексов, законов, декретов и указов Президента Республики Беларусь, постановлений Совета министров Союзного государства и постановлений Совета министров Республики Беларусь, а также нормативные правовые акты Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь, Национальной академии наук Беларуси, министерств, иных республиканских органов государственного управления и др.:

– Закон Республики Беларусь от 3 января 2023 г. № 241-З «Об ограничении исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности»;

– Декрет Президента Республики Беларусь от 22 сентября 2005 г. № 12 (ред. от 18.03.2021 № 1) «О Парке высоких технологий»

– Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 (ред. от 18.03.2021 № 1) «О развитии цифровой экономики» (вместе с Положением о Парке высоких технологий) [3].

Для решения задачи обеспечения обновления содержания образования и переход к новому поколению стандартов высшего образования была внедрена «Концепция развития системы образования Республики Беларусь до 2030 года». Целью данной Концепции является обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех.

Также в рамках работы над улучшением системы высшего образования был принят Закон Республики Беларусь от 14 января 2022 г. №154-З «Об изменении Кодекса Республики Беларусь об образовании». Новая редакция направлена на совершенствование норм Кодекса с учетом практики его применения в современных условиях, а также приведение отдельных предписаний соответствие с законодательством Республики Беларусь [4].

Таким образом, все задачи, поставленные в рамках первого этапа реализации Стратегии «Наука и технологии: 2018–2040» выполнены в полной мере, а результаты проведенной работы успешно используются с целью долгосрочного развития науки и технологий.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Национальной академии наук Беларуси [Электронный ресурс] / Национальная академия наук Беларуси. – Режим доступа: <https://nasb.gov.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.
2. Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Пресс-служба Президента Республики Беларусь, 2022. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/president>. – Дата доступа: 27.03.2023.
3. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gknt.gov.by/>. – Дата доступа: 30.03.2023.
4. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2003-2023. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 27.03.2023.

УДК 330.34

ОГРАНИЧЕННОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УКЛАДОВ

А.В. Ивахова, 2 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич**, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет

Структурная перестройка экономической системы каждого государства в соответствии с вызовами экономической, технологической, социально-политической направленности является необходимым условием повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности экономических субъектов и их конкурентноспособности на международной экономической арене. Внедрение технико-технологических инноваций и формирование институциональной базы для осуществления экономических процессов способствуют модернизации экономики, улучшению макроэкономических и финансовых показателей производственной деятельности предприятий страны, что приводит к улучшению инвестиционного климата, стимулированию инновационной деятельности, развитию фундаментальных и прикладных исследований НИОКР.

Для описания макроэкономической ситуации в стране, а также последующего прогнозирования развития ее технико-экономических процессов российским академиком С. Ю. Глазьевым была сформулирована концепция технологических укладов, где под технологическим укладом можно понимать «совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства, являющихся основой перехода от более низких укладов к более высоким под влиянием научно-технического прогресса» [1, с. 23]. В основу своей концепции ученый положил тезис о наличии ключевых технологий, которые составляют ядро технологического уклада. В ходе экономико-технологического развития базисные технологии претерпевают изменения, однако не выхо-

дят за пределы одного технологического уклада, а лишь создают фундамент для формирования следующего. С появлением ряда принципиально новых технологий, «конкуренция хозяйствующих субъектов, применивших альтернативные технологии, приводит к отбору нескольких эффективных вариантов», которые и приводят к образованию нового технологического уклада» [2, с. 66]. Однако, стоит отметить, что концепция технологических укладов не подразумевает учет специфики экономической системы конкретной страны, что затрудняет ее практическое применение.

Важно понимать, что при формировании структурной политики страны необходимо учитывать ее историческое и культурное состояние, «поскольку цивилизационные и культурные особенности той или иной нации напрямую влияют на экономическую систему общества» [3, с. 15]. Уровень развития технологий промышленного комплекса, состояние социальных институтов, обеспеченность факторами производства, экономические интересы правящих элит и, в целом, модель хозяйствования страны, где под моделью хозяйствования можно понимать «способ хозяйствования на той территории, в тех технологических, технических и социальных условиях» являются одними из ключевых факторов, определяющих стратегию экономического развития [3, с. 15].

Активное финансирование и развитие в начале 2000 г. в США области нанотехнологий как раз иллюстрирует такую ситуацию, при которой «боязнь правительств во всем мире пропустить новую технологическую революцию и дать США возможность глобального доминирования в сфере инноваций» [4, с. 51] привело к инвестированию в развитие нанотехнологий свыше 65 млрд долл. во всем мире [5, с. 28]. При этом, копирование экономического поведения Америки не дало ожидаемых результатов: «индексы нанотехнологических компаний отстают от обычных фондовых индексов, ушла в прошлое мода на добавление приставки «нано» в названия стартапов, интерес общества к нанотехнологиям резко упал» – отмечают Д. Фролов и И. Полынцев [5, с. 30-31]. Таким образом, необходимым условием формирования эффективного промышленного комплекса страны является учет его социально-экономических и технологических особенностей, на основе которых и необходимо разрабатывать стратегию модернизации экономики.

Альтернативой стремлению соответствовать ключевым технологиям, на которых основывается тот или иной технологический уклад, может выступать предоставление услуг промышленного характера с целью модернизации промышленного сектора и экономической системы в целом. Ю. В. Мелешко по этому поводу утверждает: «Инновационная активность предприятий промышленного комплекса напрямую зависит от использования услуг промышленного характера, при помощи которых решается задача повышения конкурентоспособности промышленной продукции путем совершенствования производственного процесса на всей цепочке создания стоимости» [6, с. 143]. Перед хозяйствующими субъектами, в таком случае, стоит задача четкого определения возможностей и наиболее эффективных путей использования технологического и производственного потенциала страны. «Если структурная политика государства направлена на научно обоснованное опережающее развитие услуг промышленного характера, то модернизация реального сектора экономики будет проходить быстрее, последовательнее и потребует относительно меньших издержек, чем в случае, когда структурная политика ориентируется на достижение мифологизированной (т. е. научно не обоснованной) цели достижения 6, 7 или еще какого-то более высокого технологического уклада в стремлении идти по пути экономически развитых стран)», – отмечает С. Ю. Солодовников [7, с. 88].

В контексте ограниченности применения концепции технологических укладов при формировании стратегии модернизации экономики возникает вопрос о ее состоятельности в качестве инструмента определения уровня экономического развития стран. О. С. Сухарев и Е. Н. Стрижакова отмечают по этому поводу: «Эти вещи (технологические уклады – прим. А. И.) ретроспективные, классификационные, это абстрактные схемы, ничего не проясняющие в технологическом развитии, поскольку никто ничего не может сказать о шестом (иногда и о пятом!), не говоря уже о седьмом или восьмом укладе (парадигме). Следовательно, пока точно не установлено, что составляет его основу (уклада), правдоподобно сказать о нем затруднительно, по крайней мере, на коротком отрезке времени. Только обернувшись назад, можно сказать о прошлых этапах, условно подразделяя их на некоторые периоды времени» [8, с. 12-13]. Неопределенность социально-экономических, политических и технико-технологических прогнозов вследствие формирования экономики рисков ставит невозможным выделение ключевых технологий, которые будут соответствовать тому или иному технологическому укладу в будущем.

Таким образом, применение концепции технологических укладов для анализа экономического состояния той или иной страны, а также определения направления структурной перестройки экономической системы ограничено социальными, экономическими, политическими и технико-технологическими факторами. При проведении структурной политики государства необходимо в первую очередь учитывать специфику национального промышленного комплекса, обеспеченности социальными институтами и т.д. Современное состояние экономической системы предполагает высокий уровень неопределенности, что говорит о невозможности прогнозирования технико-технологического развития в рамках концепции технологических укладов.

Список использованных источников

1. Львов Д. С. Теоретические и прикладные аспекты управления НТП / Д. С. Львов, С. Ю. Глазьев // Экономика и математические методы. – 1986. – № 5. – С. 793-804.
2. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Ю. Глазьев. – М.: ВладДар, 1993. – 310 с.
3. Солодовников С. Ю. Цивилизация, экономическая система общества, институциональные матрицы, изучение иностранного языка и национальная безопасность: скрытые взаимосвязи / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня. – 2020. – № 11. – С. 12-17.
4. Солодовников С. Ю. Современная экономика – экономика рисков / С. Ю. Солодовников // Друкерровский вестник. – 2019. – № 5. – С. 43-56.
5. Фролов Д. Кризис nanoиндустрии и ее будущее / Д. Фролов, И. Польшцев // Экономист. – 2017. – № 5. – С. 27-37.
6. Мелешко, Ю. В. Эволюция услуг промышленного характера в Республике Беларусь в 1995-2015 гг. / Ю. В. Мелешко // Экономическая наука сегодня: сборник научных статей; ред. кол.: Солодовников С. Ю. (пред. ред. кол.) [и др.]. – Минск: БНТУ, 2017. – № 5. – С. 127-144.
7. Солодовников С. Ю. Взаимосвязь структурной политики государства и модернизации реального сектора экономики / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня. – 2018. – № 7. – С. 84-94.
8. Сухарев, О. С. Индустриальная политика и развитие промышленных систем: Эволюция, институты и управление / О. С. Сухарев, Е. Н. Стрижакова. – М.: ЛЕНАНД, 2015. – 160 с.

УДК 330.1

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА

М.А. Ивлюшкина, 1 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич**, к э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Прежде чем говорить непосредственно о понятии экономического института, стоит разобраться, что из себя представляет «институт». Институты возникают естественно-историческим образом, устойчивы к изменению внешней среды. В настоящее время существуют разные подходы к определению сущности данного понятия. «Институт — это "правила игры" в обществе, или, выражаясь более формально, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми. Следовательно, они задают структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия — будь то в политике, социальной сфере или в экономике» [1, с. 17]. «Институт — это исторически сложившиеся, устойчивые формы организации совместной деятельности индивидов» [2, с. 313].

Различают формальные и неформальные институты. Формальные институты подчиняются законам, характеризуются специализированным гарантом – государством. В структуре формальных институтов выделяются: политические институты, экономические институты, системы контракции и др. Неформальные институты – спонтанно сложившаяся система социальных связей между индивидами. Они не закреплены законом. Тут же гарантом может выступить любой член общества. Неформальный институт возникает там, где нарушаются функции формального института, обеспечивающие жизнедеятельность общества. К неформальным институтам можно отнести коррупцию, кланы и мафии, личные связи и т.д. Как упоминалось ранее, экономический институт является частью структуры формальных институтов. «Экономические институты – механизмы организации хозяйственной деятельности, структуры управления конкретными отношениями» [3, с. 3].

Экономические институты многообразны. К ним можно отнести институт собственности, деньги, товар, банки и т.д. Они обеспечивают совокупность всех экономических связей в обществе, соединяя при этом экономическую сферу с остальными сферами социальной жизни. В первую очередь, это защита прав собственности, обеспечение исполнения договоров, защита конкуренции.

Являясь достаточно сложной многоуровневой системой, экономические институты нуждаются в классификации. Выделяют пять уровней данной институциональной системы. К первому уровню относят институты, которые оказывают влияние на приспособление экономических агентов к определенным условиям. Вторым уровнем экономических институтов образуют домохозяйства, фирмы и предприятия, целями которых являются поддержание платёжеспособности, рост конкурентоспособности выпускаемой продукции, повышение доходности используемого капитала и т.д. Обмен деловой информацией между основными субъектами экономической деятельности осуществляется посредством процесса общественного воспроизводства. Их деятельность согласовывается международными институтами, которые составляют третий уровень. «К четвертому уровню экономических институтов целесообразно относить олигархическую верхушку, которая лоббирует в собственных интересах экономическую политику, проводимую государственными органами, и занимает господствующее положение во многих отраслях экономики» [4, с. 120]. Пятый уровень, заключительный, представляет собой органы государственного экономического управления, международные организации, транснациональные корпорации и т.д.

Таким образом, можем определить, что первостепенными задачами экономических институтов являются: защита прав собственности, обеспечение исполнения договоров, защита конкуренции и др. Любая деятельность человека в экономической сфере ограничивается рядом норм и осуществляется в институциональных условиях. Экономические институты выступают в качестве своеобразных рамок, в пределах которых взаимодействуют экономические субъекты. «Понятие «экономический институт» имеет глубокую сущность. Оно включает наряду с конкретными формами организации производства, распределения, обмена и потребления сложившиеся юридические нормы, обычаи, характер мышления и «идеологии» экономических субъектов, правила поведения, мотивы и стимулы, воплощенные в структуре и функциональных особенностях институциональной системы» [5, с. 243].

Список использованных источников

1. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – Москва : Фонд экономической книги "Начала", 1997. – 180 с., С. 17
2. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / Главн. науч. ред. и сост. С.Ю. Солодовников – МН: МФЦП, 2002. – 1008 с., С. 313
3. Макареня, Т. А. Экономические институты и цикличность развития / Т. А. Макареня, И. Ц. Хазагаева // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 10. – С. 2-6
4. Мелихов, В. Ю. Экономические институты: сущность, содержание, понятие // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 9(31). – С. 118-122
5. Кузьменко С.Ю. Модернизация как инструмент изменения экономических институтов // Вестник ТГУ. 2008. Вып. I (69), С. 242-246

УДК 341.232 (476:5/6 = 927) (043.3)

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БЕЛАРУСИ СО СТРАНАМИ АРАБСКОГО МИРА (НА ПРИМЕРЕ ОАЭ)

**О.О. Качановская, учитель
Оховская средняя школа Пинского района**

В настоящее время для мировой экономики одновременно характерны процессы как глобализации, так и регионализации, которые обеспечивают дополнительные возможности для продвижения отдельных стран и интеграционных объединений на международной арене, способствуют развитию торговли, расширению инвестиций. В связи с этим в число ключевых направлений между-

народного сотрудничества Республики Беларусь входит реализация новых форматов всеобъемлющих соглашений о зонах свободной торговли, инвестиционного сотрудничества.

Между Республикой Беларусь и странами арабского мира существует достаточно широкая юридическая база двусторонних отношений. Страны высказывают взаимную заинтересованность в развитии двусторонних экономических контактов. Так, арабские государства Персидского залива, в частности ОАЭ, заинтересованы в диверсификации своей экономики за счет развития производства и снижения зависимости от экспорта углеводородов, поэтому они активно ищут новые проекты. В этой связи у Беларуси имеется ряд предложений для своих партнеров – от сферы высоких технологий до развития логистических услуг.

Арабские государства также заинтересованы в больших поставках сельскохозяйственной продукции, поскольку ни одна страна данного региона не может обеспечить себя собственными продуктами питания из-за природных условий и высоких темпов роста населения. В среднем, только страны Персидского залива импортируют около 80% продуктов питания и 56% потребляемых злаков, а в ряде стран этот показатель достигает 100%. Белорусское стерилизованное молоко, масло, сухие смеси, творог, пахта уже регулярно поставляются на рынок Персидского залива [1].

Наиболее перспективным представляется экономическое сотрудничество нашей республики с суверенными инвестиционными фондами Саудовской Аравии и ОАЭ, в частности с Фондом развития Саудовской Аравии и Фондом развития Абу-Даби, которые оказывают помощь развивающимся странам и странам с переходной экономикой посредством льготных кредитов для проектов в области сельского хозяйства, инфраструктуры, энергетики, водоснабжения и водоподготовки, здравоохранения.

Ввиду преобладания политических мотивов в создании ССАГПЗ и неполноценного функционирования существующих в настоящее время в группе экономических институтов Беларуси целесообразно развивать сотрудничество с этими странами в формате двусторонних отношений на национальном уровне.

ОАЭ являются ведущим торговым партнером Беларуси среди стран ССАГПЗ. Согласно отчету об инвестиционном сотрудничестве стран Персидского залива со странами СНГ, подготовленному Дубайской торгово-промышленной палатой, в 2016 г., именно наша республика наиболее активно заключала торговые соглашения с государствами региона.

Необходимо отметить, что взаимодействие с ОАЭ важно для установления отношений с другими арабскими странами Персидского залива. Это государство является наилучшим плацдармом благодаря географической и более нейтральной политической ситуации в регионе, а также более открытой экономической системе [2].

Характеризуя рынок ОАЭ, следует сказать, что ему присуща чрезвычайно высокая степень конкуренции. Сложность проникновения продукции на данный рынок обусловлена необходимостью работы через местных агентов, выбор которых и определяет дальнейший успех на рынке.

Основу белорусского экспорта составили нефтепродукты, калийные удобрения, синтетические волокна, тракторы и седельные тягачи, грузовые автомобили

Наибольший объем экспорта в ОАЭ достиг в 2014 г. – 59,3 миллиона долларов. В 2019 г. было экспортировано белорусских товаров на 58,3 миллиона долларов. Из Беларуси в Эмираты в разное время доставлялось более 60 наименований товаров. Помимо спецтехники, также были экспортированы шины, сухое молоко, нефтепродукты, подшипники, стекловолокно, нижнее белье и корсетные изделия, изделия из камня, двигатели, насосы.

Импорт из ОАЭ достиг 13,5 млн. долларов в 2019 г. Беларусь поставляла чай, этиленовые полимеры, ткани из синтетической пряжи, нефтепродукты и ряд других товаров [3].

В 2017 г. в структуре экспорта появились новые высокотехнологичные позиции, такие как: оптические волокна, рентгеновское оборудование и т. д. Таким образом, между странами сохраняется стабильный положительный баланс внешней торговли.

Партнеров из ОАЭ привлекает такая форма партнерства, как создание в Беларуси совместных предприятий для дальнейшей поставки продукции на собственный рынок. Отечественные производители заинтересованы в увеличении экспорта в ОАЭ сельскохозяйственной продукции, прежде всего домашней птицы и говядины, высококачественных продуктов питания и продукции деревообработки.

Беларусь и ОАЭ заключили соглашения о сотрудничестве в стратегических областях – энергетике, нефтехимии, в области телекоммуникаций, транспорта, авиации. Страны реализовывают миллионные долларовые инвестиции. Так, в 2018 г. инвестиции из ОАЭ в экономику Беларуси составили 43,9 млн. долларов, за 2019 год – 42,6 млн. долларов.

Эмиратская сторона выразила готовность принять участие в строительстве гостиниц, многофункциональных деловых, торгово-развлекательных и жилых комплексов, модернизации действующих и строительстве новых цементных заводов, строительстве предприятий по производству современных строительных и фасадных материалов, создание международного логистического города с промышленной зоной, модернизация аэропортов и многие другие объекты. Так, в Минске уже начались работы по реализации крупнейшего в Беларуси инвестпроекта – строительство экспериментального многофункционального комплекса «Северный берег», рассчитанного на 2021 – 2040-е гг. Также изучается возможность совместного с ОАЭ участия в реализации интересных инвестиционных проектов в третьих странах.

Наиболее перспективным представляется для Беларуси расширение экспорта в ОАЭ высокотехнологичных товаров, в первую очередь военно-технических. Определенный опыт таких поставок уже есть: так, ОАО «Пеленг» реализовало крупный проект по модернизации бронетехники для Вооруженных сил ОАЭ. Завершается контракт на поставку специальной колесной техники «Волат». Заключены новые договоренности ОАО «Пеленг», РУП «Минский завод колесных тягачей», НПО «Агат» с эмиратскими партнерами на сумму свыше 100 млн. долларов США.

Беларусь рассматривает возможность продвижения карьерной и автомобильной техники, оборудования для нефтехимической отрасли, электронных контрольных и измерительных приборов, лазерных, медицинских изделий, мебели, стеклотканей. Также белорусская сторона намерена активно использовать потенциал свободных экономических зон ОАЭ для реэкспорта продукции в арабские государства Персидского залива, а также в Иран, Индию, Пакистан, Афганистан, Судан.

Одновременно ведется работа по привлечению инвестиций в космические технологии, телекоммуникации. Наиболее активно в этом направлении Беларусь продвигается в рамках рабочих групп по развитию сотрудничества между эмиратом Абу-Даби и Беларусью.

26 – 26 января 2023 г. по приглашению руководства ОАЭ глава белорусского государства осуществил визит в ОАЭ, в ходе которого были обсуждены текущие проблемы и проекты, а также новые сферы сотрудничества, например, разработки в области информационных технологий, искусственного интеллекта.

Список использованных источников

1. Бирюков Е.С. Глобальное управление по-арабски: инвестиции нефтеэкспортеров в зарубежные земельные ресурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://riss.ru/analytics/42939/> – Дата доступа: 27.12.2019.
2. Богдан, С. Ситуационный анализ отношений Беларуси с арабскими странами в 1992–2012 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://belinstitute.com/sites/default/files/2020-05/BISS_SA01_2013ru.Pdf. Дата доступа: 22.12.2021.
3. Двусторонние отношения Беларусь—ОАЭ / Посольство Республики Беларусь в Объединенных Арабских Эмиратах [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://uae.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/UAE/economy/ – Дата доступа: 27.12.2019.

УДК 338.262

CRITICAL CONCERNS FACING MODERN ECONOMICS

D.G. Kachmazova, 1st-year student
Scientific supervisor – **A.I. Sorokina**, PhD, Ass. Professor
Belarusian National Technical University

Modern economics is filled with issues that still remain unresolved. Their peculiarity lies in the fact that they are relevant for the whole world, and not just individual countries.

Scientists of the 21st century are concerned about the world's limited non-renewable energy resources. Over the past decades, lots of renewable energy projects have been developed using solar, wind, hydro,

and geothermal sources, for example Gansu Wind Farm in China or The Geysers Geothermal Complex in the USA. Belarus is also keeping up with the development of renewable energy sources. By the end of 2022, their share was 8.1%. The most significant facilities are considered Rechitsa photovoltaic plant, Vitebsk and Polotsk hydroelectric power plants.

Unfortunately, such projects are not widespread enough to have a global impact, and it is also worth bearing in mind that only developed countries tend to be concerned with environmental issues, while undeveloped and developing countries are preoccupied with the domestic economy. As industry has developed, the world economy has become totally dependent on non-renewable raw materials. Resources are being depleted every year, but the rate of consumption is only increasing, and a full-fledged alternative has not yet been presented.

According to the U.S. Energy Information Administration (EIA), the world has proven reserves equivalent to 46.6 times its annual consumption levels, which means we have only 47 years of oil left (at current consumption levels and excluding unproven reserves) [1]. Over time oil production will gradually start to decline, never reaching the same levels again. Resource prices will skyrocket because of shortages, forcing the global industry to switch to alternative energy sources. It is unlikely that these processes will begin in the next decade, but most likely we will catch these global changes in our lifetime.

Other global issue economics has to deal with is poverty. Poverty is a state of an individual who lacks the financial means to cover basic living expenses [2]. It is not only a social problem, but also an economic one. Poverty creates many economic costs in terms of the opportunity cost of lost output, the cost of welfare provision, and the private and external costs associated with exclusion from normal economic activity [3]. These costs include the costs of unemployment, crime, and poor health. Also, people living below the poverty line cannot spend large amounts of money to create meaningful profits for businesses and entrepreneurs, or create jobs for others.

The world attempts to fight poverty through all kinds of foundations and government programs to help the poor. One of the most successful programs, Social Security, was created in the United States, it provides protection against the loss of earnings due to retirement, death, or disability [4]. For Belarus, the problem is no less urgent. Over the past 15 years the number of people living below the poverty line has been reduced 8-fold. In addition, the Republic of Belarus has been able to reduce poverty at a much faster rate than other countries in the Europe and Central Asia region.

In conclusion, today's economic system faces a host of challenges that cannot be fully solved. However, attempts are being made to improve the situation and prevent new problems from arising.

References

1. E. Gould. Energy Information Administration - EIA - *Official Energy Statistics from the U.S. Government* [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.eia.gov/>. – Date of access: 30.03.2023.
2. D. Buitenbos. Oxford Poverty & Human Development Initiative (OPHI) Research to advance the human development approach to poverty reduction [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.epi.org/blog/social-security-effective-anti-poverty-program/>. – Date of access: 30.03.2023.
3. E. Ortiz-Ospina. "Global Extreme Poverty" (1 January 2019). *Our World in Data* (OWID) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://plancanada.ca/stories/5-ways-to-end-poverty>. – Date of access: 30.03.2023.
4. R. Grunewald. "Ending Poverty". United Nations (9 September 2020) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.minneapolisfed.org/article/the-connection-between-poverty-and-the-economy>– Date of access: 30.03.2023.

УДК 332.146.2 : 658

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО "ПИНСКИЙ ОПЫТНО-МЕХАНИЧЕСКИЙ ЗАВОД"

А.С. Кирикович, 4 курс

Научный руководитель – В.Ю. Друк, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Инновационная деятельность – это деятельность, ориентированная на создание и (или) внедрение прогрессивных нововведений. Это направление является актуальным для любого предприятия, в том числе реализуется оно и на ОАО "Пинский опытно-механический завод".

Для разработки инновационных проектов на предприятии было создано научно-исследовательское (конструкторское) подразделение, численность работников которого представлено на рисунке.

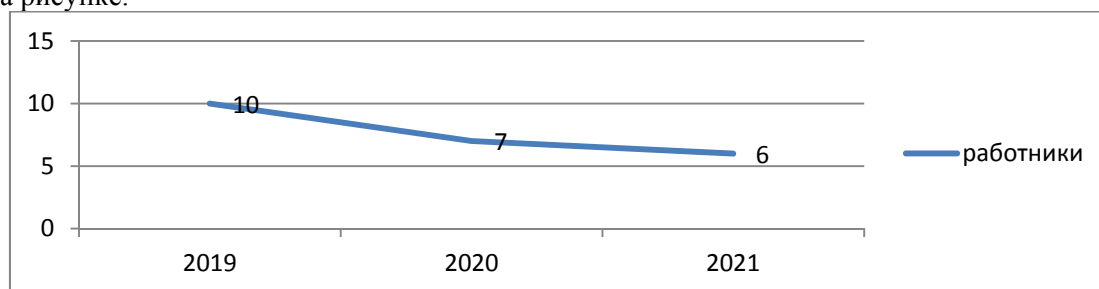


Рисунок – Количество работников научно-исследовательского (конструкторского) подразделения ОАО "Пинский опытно-механический завод"

Количество работников в период с 2019 года по 2021 год сократилось с 10 человек до 6, т.е. почти в два раза. Это обусловлено снижением объема финансирования инновационной деятельности и текучестью кадров на предприятии.

Как следует из отчетности предприятия, инновационная деятельность в основном финансируется за счет собственных средств предприятия. Однако сумма собственных средств, направленная предприятием на инновационную деятельность, уменьшилась за три года в 100 раз – с 919 тыс. рублей в 2019 году до 9 тыс. рублей в 2021 году. Следует отметить, что последние два года инновационная деятельность финансировалась исключительно за счет собственных средств, тогда как в 2019 году почти 80% финансирования составляли средства инновационного фонда. Привлеченные денежные ресурсы были направлены на техническое перевооружение предприятия, обновление ассортимента, разработку новой продукции, расширение рынков сбыта и улучшение качества продукции. Эти направления обеспечили предприятие конкурентоспособной, качественной продукцией, что привело к росту объемов производства и продаж (таблица 1). Производство инновационной продукции растет высокими темпами, за три года – почти в 10 раз. В результате доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции выросла почти до 7 %, хотя в 2019 году составляла менее 1%.

Таблица 1. – Показатели, характеризующие реализацию продукции ОАО "Пинский опытно-механический завод" в 2019-2021 гг.

Показатель	2019	2020	2021	Темп роста, % (откл-е, +/-)
Отгружено продукции собственного производства	6086	6404	7931	130,3
из нее инновационная продукция	56	66	551	9,8 р.
<i>уд.вес в общем объеме, %</i>	<i>0,9</i>	<i>1,0</i>	<i>6,9</i>	<i>+6,0</i>

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных предприятия

По результатам заполнения анкет-опросов об инновационной деятельности (ф.12нт-инновации), можно оценить влияние отдельных факторов на инновационную деятельность, используя метод экспертной оценки (таблица 2).

Можно отметить, что наиболее значимыми является экономические факторы, на протяжении трех лет к определяющим факторам этой группы относились: недостаток собственных денежных средств; низкий платежеспособный спрос на новые продукты; высокая стоимость нововведений; а также высокий уровень риска. Негативное влияние этих факторов оценивается в 16 баллов из 18 возможных.

На втором месте по значимости находится группа «прочих факторов» - 13 из 15 баллов – и среди них наиболее важные следующие: несовершенство законодательства по вопросам регулирования и стимулирования инновационной деятельности; неопределенность сроков инновационного процесса, низкий спрос на продукцию.

Таблица 2. – Факторы, влияющие на инновационную деятельность ОАО "Пинский опытно-механический завод" в 2019-2021 гг.

Факторы	2019	2020	2021
Экономические факторы (max = 18)	15	16	16
недостаток собственных денежных средств	3	3	3
низкий платежеспособный спрос на новые продукты	3	3	3
высокая стоимость нововведений	3	3	3
высокий экономический риск	2	3	3
недостаток финансовой поддержки со стороны государства	2	2	2
длительные сроки окупаемости нововведений	2	2	2
Производственные факторы (max = 18)	12	12	12
недостаток квалифицированного персонала	3	3	3
недостаток информации о рынках сбыта	3	3	3
низкий инновационный потенциал организации	2	2	2
недостаток информации о новых технологиях	2	2	2
невосприимчивость организации к нововведениям	1	1	1
недостаток возможностей для кооперирования с другими организациями	1	1	1
Другие факторы (max = 15)	13	13	13
несовершенство законодательства по вопросам регулирования и стимулирования инновационной деятельности	3	3	3
неопределенность сроков инновационного процесса	3	3	3
низкий спрос на инновационную продукцию (работы, услуги)	2	3	3
неразвитость рынка технологий	3	2	2
неразвитость инновационной инфраструктуры (посреднические, информационные, юридические, банковские, прочие услуги)	2	2	2

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных предприятия; критерии оценки влияния фактора 1 – незначительно, 2 – значительно, 3 – решающий

Производственные факторы оказали наименьшее негативное влияние, однако и по этой группе степень отрицательного влияния составила 12 баллов из 18. Наиболее значимые в этой группе: недостаток квалифицированного персонала и информации о рынках сбыта.

По результатам инновационной деятельности предприятию в период с 2019 по 2021 год удалось добиться следующего: расширить ассортимент товаров, работ, услуг; расширить рынки сбыта: в государствах-членах ЕАЭС; улучшить качество товаров, работ, услуг; повысить гибкость производства.

Таким образом, данные указывают на то, что экономические факторы оказывают наибольшее негативное влияние на инновационную деятельность, особенно связанные с недостатком денежных средств и низким спросом на новые продукты. Для увеличения инновационной активности необходимы меры, направленные на уменьшение негативного влияния экономических и прочих факторов. Развитие инновационной деятельности, в свою очередь, обеспечит следующие преимущества:

- она будет стимулировать рост и развитие бизнеса, так как инновации могут увеличить продуктивность и прибыльность предприятия, приводя к росту и улучшению бизнес-процессов;
- она позволит опередить конкурентов, поскольку инновации могут оказаться ключевым фактором для выживания бизнеса в быстро меняющейся экономической среде. Предприятия, которые не следят за развитием технологий и не инвестируют в исследования и разработки, рискуют остаться позади своих конкурентов;
- позволит приспособливаться к новым требованиям рынка, так как изменение потребительских предпочтений, общественных тенденций и технологий может привести к появлению новых возможностей для бизнеса. Инновации позволяют предприятию быстро и точно приспособиться к этим изменениям, удовлетворить новые потребности и получить конкурентное преимущество на рынке;

- предприятие сможет привлечь талантливых сотрудников, поскольку инновационные компании могут привлекать лучших специалистов более высокой оплатой труда, возможностями карьерного роста и творческой работой;
- инновации могут помочь предприятию улучшить свой общественный имидж, что расширит возможности бизнеса в будущем.

Список использованных источников

1. Шерстнёва, О.М. Инновационная деятельность предприятий Республики Беларусь: тенденции и перспективы развития / О.М.Шерстнёва, Ю.Н.Николаева // Право. Экономика. Психология. – 2021. – № 3(23). – С. 57-65.

УДК 332.146.2 : 338.28

СТАРТАП КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Е.М. Колосовская, аспирант

Научный руководитель – **В.Ю. Друк**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Перспективность стартап-движения в мире сегодня обусловлена несколькими факторами:

1. Инновации: Стартапы сосредоточены на инновационных решениях и новаторских технологиях, что может способствовать улучшению экономических показателей в разных отраслях.
2. Развитие технологий: Развитие технологий создает новые возможности, а стартапы используют технологии для создания новых продуктов и услуг, которые удовлетворяют потребности рынка.
3. Глобализация: Стартапы имеют возможность привлекать инвестиции и развивать бизнес на мировом уровне, что способствует глобализации экономики.
4. Гибкость и адаптивность: Стартапы могут быстро настраиваться на изменения требований рынка и принимать быстрые решения, что делает их более гибкими и адаптируемыми, чем традиционные компании.
5. Социальная ответственность: Стартапы нацелены на удовлетворение потребностей общества и решение социальных проблем, что делает их более привлекательными для инвесторов и потребителей.

Стартапы представляют собой компании разных форм и размеров. И хотя количество успешных стартапов невелико, они оказывают достаточное влияние на совокупные показатели, такие как занятость населения и производительность.

Опираясь на определение, которое дается в Оксфордском словаре, стартап (от англ. startup company, startup, букв. — «стартовый») — компания с короткой историей операционной деятельности [1]. Данный термин был впервые опубликован в журнале Forbes в августе 1976 года и Business Week в сентябре 1977 года. Понятие вошло в обиход в 1990-е годы и получило широкое распространение. Как правило, стартап – это компания, которая имеет очень высокие коммерческие риски, но в случае успеха, даёт высокую и быструю прибыль [2].

По влиянию на экономику, стартапы можно разделить на два типа:

- стартапы, ведущие натуральное хозяйство: начатый бизнес, предназначен исключительно для обеспечения прожиточного минимума [3]. Примером могут выступать социальные стартапы, доход которых минимален и покрывает полностью или частично их затраты. Прибыль у таких стартапов, как правило, отсутствует или минимальна.

- трансформационные стартапы: стартаперы стремятся создать крупные, динамично развивающиеся компании и обеспечить работой и доходом других людей, предлагая новый товар или услугу, выходя на рынки, которые ранее не обслуживались.

Эта разница между компаниями четко видна в данных по работодателям. Стартапы отражают так называемую динамику «вверх-вниз»: лишь малая часть стартапов демонстрирует большой рост занятости и/или доходов, но большинство терпят неудачу. Реалии таковы, что более 50% стартапов прекращают свое существование через 5 лет от начала деятельности [3].

Что касается развития стартапов, которые остаются жизнеспособными более пяти лет от начала деятельности, то в среднем компании, которым от 1 до 2 лет, растут почти в три раза быстрее (12%), чем фирмы, которым от 3 до 4 лет. И далее, чем старше стартап, тем медленнее его развитие.

Важно отметить, что ключевым фактором является возраст фирмы, а не ее размер. Принято считать, что малые компании создают больше всего рабочих мест, и, следовательно, мы должны думать о политике, поощряющей малый бизнес.

Динамика молодых фирм «вверх-вниз» важна для роста экономики. Чтобы усовершенствовать новые бизнес-концепции, требуется много экспериментов. Успех приводит к совершенствованию технологии (что способствует экономическому росту), но и неудача присуща процессу экспериментирования, в который стартапы вносят непропорционально большой вклад. Согласно исследованиям Чикагского университета за 2020 год, 25,7% совокупного роста, обусловленного инновациями, приходится на одни только стартапы.

Стартапы составляют лишь небольшую часть от общего числа компаний. Однако их вклад в совокупный рост занятости значителен: только на стартапы приходится более 15% совокупного создания рабочих мест [1]. В результате стартапы часто называют «двигателем экономического роста».

Если оценивать влияние стартапов на экономику Беларуси, стоит отметить, что, начиная с 2016 года, наиболее активно они развивались в ИТ-секторе. При этом удельный вес ИТ-сектора до 2021 года имел тенденцию к «взрывному» росту, в том числе и благодаря активизации стартап-движения. Однако в 2022 году ИКТ-сектор впервые за долгое время оказал отрицательное влияние на динамику ВВП, его вклад в формирование ВВП составил 6,6%, тогда как в 2021 году данное значение достигало 7,4%. Белорусский ИТ-сектор в 2022 году стал лидером по сокращению занятости: в сфере информационных технологий и информационного обслуживания за год было уволено на 16537 человек больше, чем принято на работу. Это объясняется, главным образом, массовым отъездом специалистов в другие страны в связи с прекращением деятельности некоторых ИТ-компаний в Беларуси.

С целью противодействия негативным тенденциям предпринят ряд мер, в том числе направленных на решение проблемы привлечения новых инвестиций в отрасль. Так, ОАО «Белагропромбанк» запустил Республиканскую конкурсную программу «Стартап-марафон» - начиная с марта 2022 года стартапы могли побороться за денежный приз, представляя свои идеи на конференции.

Помимо этого, в Беларуси запускается онлайн-платформа для стартапов и инвесторов. Консалтинговая компания CIVITTA запускает платформу «Innovate Belarus» для игроков белорусского инновационного рынка: стартапов, венчурных инвесторов, инкубаторов и акселераторов. Главные задачи проекта – объединить участников локальной экосистемы и привлечь к ней внимание глобальных спонсоров [4]. Платформа будет оказывать экспертную поддержку для участников экосистемы по трем основным направлениям: предоставлять доступ к исследованиям рынка и базе знаний, способствовать прямому и быстрому взаимодействию между участниками и обеспечивать аудиторию экспертными материалами от основателей успешных стартапов с белорусскими корнями. В дальнейшем на основе платформы также планируется организация образовательных мероприятий.

Государственный комитет по науке и технологиям также ведет работу по совершенствованию законодательства, обеспечивающего правовое регулирование высокорисковых бизнес-проектов. Разработан проект указа, предусматривающего предоставление права Белорусскому инновационному фонду финансировать инновационные и венчурные проекты, используя нормы английского права, апробированные в Беларуси на резидентах Парка высоких технологий. А в случае их успешного применения, нормы могут быть распространены и на других участников инвестиционной деятельности. Иначе говоря, этим проектом указа Белинфонд превращается в специализированный фонд инновационного развития.

Таким образом, стартапы являются перспективным направлением экономического развития, так как они предлагают инновации, используют новые технологии, гибкие и адаптивные на изменения рынка, и нацелены на решение социальных проблем и удовлетворение потребностей общества. Они влияют на экономику страны, и это отражается в таких показателях, как производитель-

ность и занятость населения. Беларусь столкнулась с трудностями в развитии ИТ-сферы, и это должно стать предпосылкой для развития системы поддержки стартапов, в том числе.

Список использованных источников

1. Стартап (значения) [Электронный ресурс] / Сайт «<https://ru.wikipedia.org>». – 2023. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>. – Дата доступа: 30.03.2023.
2. Blank, Steve What's A Startup? First Principles [Электронный ресурс] / Сайт «<https://steveblank.com>». – 2023. – Режим доступа: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>. – Дата доступа: 28.03.2023
3. High Growth Young Firms: Contribution to Job, Output and Productivity Growth / J. Haltiwanger, R. S. Jarmin, R. Kulick, J. Miranda. - ISBN 978-0-226-45407-8, 2017. – 75p.
4. Запуск онлайн-платформы для стартапов [Электронный ресурс] / Сайт «<https://probusiness.io>». – 2023. – Режим доступа: <https://probusiness.io/ideas/10046>. – Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 33.054.22

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

К.А. Кондратович, 1 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, доцент, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В современных условиях рыночной экономики, показатели прибыли и рентабельности играют существенную роль в оценке деятельности организаций. С переходом на самофинансирование и самообеспечение организации могут рассчитывать только на свои внутренние источники финансирования, наибольший удельный вес в которых занимает полученная прибыль. Самой же большой заботой каждой организации является способность конкурировать с внезапными быстро изменяющимися тенденциями на рынке. Ключевая деятельность каждого предприятия сосредоточена на грамотном управлении прибылью, ее финансовыми потоками.

Управление прибылью представляет собой процесс целенаправленного влияния субъекта на объект с целью свершения конкретных экономических последствий. Это основа экономической политики любой компании, в свою очередь прибыль в ее деятельности существенно воздействует на обслуживание компании и, собственно, на рентабельность. Эффективное же управление прибылью уменьшает необходимость в капитале, стимулирует оборот средств, а также ведет к расширению масштабов производства. Рост показателя эффективности деятельности, такого как прибыль, зависит не только от стабильности работы организации в определенный промежуток, но и от грамотного планирования в длительной перспективе [2, с. 112].

Инструментом управления прибылью является ее анализ: изучение обстоятельств и итогов развития, а также распределения. Для эффективного управления компанией необходимо понимать всю суть положения дел, сюда включаются данные о клиентах, поставщиках, качестве, а также о намеченных целях [3, с. 78].

Существует следующий алгоритм проведения анализа финансовых результатов предприятия:

- 1) Оценка состава и динамики прибыли. При этом используются такие показатели, как: прибыль от продаж; маржинальная прибыль; брутто-прибыль; чистая прибыль; капитализированная прибыль; потребляемая прибыль;
- 2) Оценка финансового результата от реализации товаров (услуг);
- 3) Анализ ценовой политики предприятия и факторная оценка уровня;
- 4) Анализ прочих расходов и доходов. В ходе анализа рассматриваются состав, динамика, выполнение плана и факторы, влияющие на суммы дохода;
- 5) Определение следующих показателей рентабельности: рентабельность продукции; рентабельность продаж; рентабельность совокупного капитала. После определения этих показателей необходимо сравнить их с плановыми значениями;
- 6) Оценка использования прибыли. На данном этапе производится учет уплаченных налогов, дивидендов, а также размер чистой и капитализированной прибыли [1, с. 608].

В рамках управления прибылью рационально применять следующие виды анализа:

1) Структурный анализ – позволяет проанализировать долю, которую занимает в общей сумме прибыль от основного и прочих видов деятельности;

2) Факторный анализ – изучение влияния на прибыль различных факторов: себестоимости товаров или услуг, расходов на оплату труда, объемов реализации, цен на товары, услуги организации.

3) Динамический анализ. Предполагает измерение темпов роста различных видов прибыли и их сопоставление между собой;

4) Индексный анализ. Позволяет установить тенденции постоянства или разбалансированности темпов роста или прироста видов прибыли, а также сезонности;

5) Сравнительный анализ представляет собой определение эффективности деятельности предприятия в сравнении с другими хозяйствующими субъектами [5, с. 260].

Таким образом представленный алгоритм даст основу для правильного выбора стратегии совершенствования управления прибылью.

В связи с современными реалиями к основным путям увеличения прибыли можно отнести следующие группы:

1) Увеличение объемов производства продукции, работ, услуг. Помимо увеличения продаж, предприятие также получает и дополнительный экономический эффект, за счет снижения доли условно-постоянных затрат в каждой произведенной единице продукции;

2) Повышение качества выпускаемой продукции, что в свою очередь приведет и к увеличению цены;

3) Снижение себестоимости выпускаемой продукции, в случае если данное снижение не повлияет на качественную характеристику продукции, то у предприятия можно будет заметить положительный эффект в виде увеличения маржи с каждой проданной продукцией;

4) Привлечение новых клиентов, расширение рынка сбыта;

5) Совершенствование ассортимента и номенклатуры продукции. Здесь стоит обратить внимание на ту категорию продукции, которая приносит больше прибыли [4, с. 245].

Неправильное определение целей, а также неверная стратегия управления прибылью могут привести к получению убытков, вместо желаемой прибыли, что в свою очередь приводит к отрицательной динамике развития предприятия и, собственно, к банкротству. Прежде всего, важным условием получения прибыли является наличие ответов на следующие поставленные вопросы: что производить, как производить, для кого производить.

Список использованных источников

1. Савицкая Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: Инфра-М, 2017. – 608 с.

2. Веснин В. Р., Грибов В. Д. Экономика предприятия в вопросах и ответах: Учебное пособие, М.: Проспект, 2017. – 112 с.

3. Мантуленко В.В., Керженцева А. А. Управление прибылью предприятия // Инновационная экономика: материалы междунар. Науч. Конф. – Казань: Бук, 2018. – 78 с.

4. Шафронов, А. Эффективность производства и факторы ее роста / А. Шафронов // Экономика и управление. – 2016. – 245 с.

5. Макарьева, Н.В., Андреева, Л.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. М.: Финансы и статистика, 2019. – 260 с.

УДК 338

ESG: ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

Р.П. Корнюк, С.С. Дашкевич, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

На данный момент в мире существует множество компаний, занимающихся самыми разнообразными видами деятельности, имеющих свою собственную корпоративную культуру, отличаю-

щую их от остальных игроков на рынке, и, конечно, систему управления, позволяющую им эффективно привлекать ресурсы с рынка труда. Но в последнее время начал зарождаться элемент, который объединяет фирмы из разных сфер деятельности и из разных уголков планеты. Этим элементом является политика управления компанией на основе принципов ESG.

Сам термин ESG зародился в 2004 году, когда Генеральный секретарь ООН Кофи Аннан вместе с руководителями 55 крупнейших финансовых учреждений приняли участие в международном проекте по интеграции ESG на рынки капитала. Год спустя данная группа подготовила исследование «Who cares wins» [1], в котором обосновывается положительное влияние ESG факторов на рынки капитала и общество в целом.

С тех пор инвестиции ESG заметно выросли, показателем является рост числа подписантов и активов, подпадающих под действие инициативы «Principles for responsible investment» (рисунок). Инициатива предполагает обязанность подписантов учитывать в своём бизнесе принципы ESG.

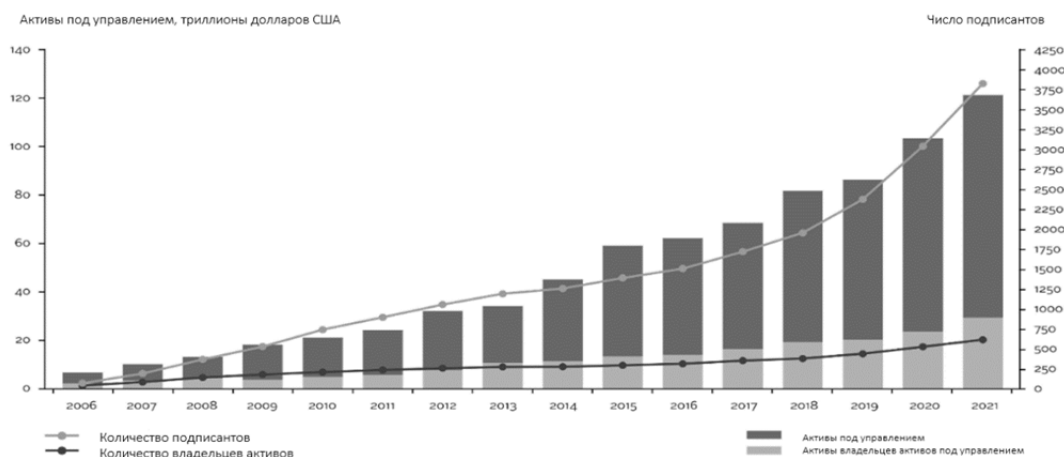


Рисунок – Рост PRI в 2006–2021 гг.

Примечание - Источник: [2]

В общем смысле ESG – это набор стандартов относительно экологического, социального и корпоративного управления. Рассмотрим подробнее составляющие данного понятия:

- E – Environment (окружающая среда). В данной категории представлено всё, что связано с экологией, а именно такие аспекты, как выбросы парниковых газов, производство и использование возобновляемых источников энергии, управление водными ресурсами и отходы. То есть комплекс мер, направленных на сохранение и улучшение состояния окружающей среды.
- S – Social (общество). Данная составляющая определяет отношения компании со всеми, кто с ней взаимодействует, а именно с сотрудниками по поводу условий труда, партнёрами, клиентами и обществом в целом.
- G – Governance (управление). Последний компонент отражает такие факторы, как прозрачность отчётности фирмы, налоговая стратегия, политика взяточничества и коррупции, политическое лоббирование.

Следует подчеркнуть, что в наше время внимание сосредоточено на экологическом компоненте, что стало актуальным после аварий на атомных электростанциях и прецедентов с разливом нефти, хотя при зарождении философии ESG всё обстояло совсем иначе. Первоначально акцент делался именно на общественной составляющей. Так, например, ещё в XVIII–XIX веках представители таких религиозных групп, как квакеры отказывались от инвестиций в фирмы, поддерживающие рабство или занимающиеся алкоголем, табачной продукцией и азартными играми. В 1960-х граждане США протестовали против компаний, производивших оружие, на фоне войны во Вьетнаме. Бойкотировались инвестиционные фонды, вкладывающие капитал в страны, поддерживающие апартеид.

Рассмотрим более детально первый компонент ESG – экология или защита окружающей среды. В докладе Всемирного экономического форума о глобальных рисках за 2020 год утрата биоразнообразия и разрушение экосистем входят в пятерку основных угроз, с которыми человечество

столкнется в ближайшие десять лет. Развитие общества и национальных экономик фундаментально зависят от биоразнообразия. Ухудшение положения окружающей среды имеет огромное значение для большинства предприятий, в частности из-за воздействия на цепочки поставок и рынки.

Инвестиции в компании, поддерживающие принципы ESG, имеют большой потенциал в оказании помощи охране окружающей среды. С одной стороны, внедряя программу ESG, компании могут отслеживать ключевые показатели, влияющие на природу, а именно потребление энергии и воды, выбросы углекислого газа в атмосферу, использование сырья и переработку отходов. Такая политика фирмы окажет влияние на повышение эффективности её работы, снижение затрат, а также меньшую подверженность штрафам. Вследствие чего мы имеем лучшее управление рисками и благоприятные условия для совершенствования инноваций.

С другой стороны, фирма становится привлекательной для любого, кто разделяет её ценности. В их число входят поставщики, клиенты, работники и, самое главное, инвесторы и кредиторы. Наличие программы ESG помогает организации повысить своё конкурентное преимущество путём узнаваемости бренда и лояльности со стороны покупателей.

В наше время инвесторы всё чаще отходят от привычной стратегии изучения финансового состояния компании и всё больше фокусируются на деятельности компании. Озабоченность проблемой изменения климата и неэффективным использованием ресурсов заставляет инвесторов смотреть в сторону компаний, использующих принципы ESG, в то же время, отдаляясь от компаний без них.

Таким образом, возникает замкнутый круг, при котором инвесторы, заинтересованные в сохранении природы, стимулируют компании учитывать последствия своей операционной деятельности на окружающую среду, а компании, в свою очередь, не могут игнорировать ESG и минимизируют вредоносное воздействие на экологию, тем самым снижая затраты и привлекая новые инвестиции. В результате выигрывают и организации, и инвесторы, и общество в целом.

Список использованных источников

1. Who cares wins. The global compact connecting financial markets to a changing world [Electronic resource] // UN Global Compact. – Access mode: https://www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/who_cares_wins_global_compact_2004.pdf Access date: 13.03.2022.

2. About the PRI [Electronic resource] // PRI. – Access mode: <https://www.unpri.org/about-us/about-the-pri>. – Access date: 13.03.2023.

УДК 631.145:001.895

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

А.В. Королькова, А.В. Шик, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

Сельское хозяйство является важной отраслью экономики Республики Беларусь, обеспечивающей продовольственную безопасность страны. Вопросы производства экологически чистых продуктов выходят сегодня на первый план. В связи с этим очень востребованы сегодня технологии, позволяющие повысить чистоту продуктов, а также использование современной техники способствует повышению качества продукции. В Беларуси производство экологически чистых сельскохозяйственных продуктов и ведение органического сельского хозяйства является одним из приоритетных направлений развития отрасли [1, с. 278].

Основными задачами, которые должна решать данная система ведения сельского хозяйства, являются: сохранение природных свойств почвы, воды и воздуха, производство пищевых продуктов с высокой степенью безопасности для здоровья человека, охрана окружающей среды, экономное расходование сырья.

В современных условиях приоритетным является осуществление инвестиций в инновации с целью повышения производительности, снижения себестоимости, и, как следствие, улучшения каче-

ства производимой агропродовольственной продукции как необходимого фактора конкурентоспособности продукта, товаропроизводителя, региона и аграрной сферы в целом. Инновации в АПК в наиболее общем понимании представляют собой реализацию в хозяйственной практике результатов исследований и разработок, позволяющих повысить эффективность производства, в виде новых или улучшенных: сортов растений, пород и видов животных и кроссов птицы; продуктов питания, материалов, новых технологий в растениеводстве, животноводстве и перерабатывающей промышленности; удобрений и средств защиты растений и животных; методов профилактики и лечения животных и птицы [5]. Активизация инвестиционно-инновационной деятельности в значительной степени обуславливает повышение эффективности и конкурентоспособности национального агропромышленного комплекса, устойчивости его развития.

Сельское хозяйство ведущих аграрных экономик мира соответствует уровню и технологиям шестого технологического уклада, развитие которого связано с результатами трансфера инноваций в области применения нано- и биотехнологий, альтернативной энергетики, новых информационных технологий. Большинство белорусских сельхозтоваропроизводителей демонстрируют уровень производства в соответствии с третьим-четвертым технологическими укладами. Это предъявляет повышенные требования к модернизации отечественной аграрной отрасли и разработке, чему способствует внедрение и использование инноваций в этой сфере, делая это одним из ключевых принципов стратегического развития [4].

Исследования показывают, что в последние годы передовые аграрные предприятия Республики Беларусь активно внедряют инновационные технологии в практику хозяйственной деятельности, тем не менее степень распространенности инноваций в сельском хозяйстве в целом остается незначительной.

В этой связи конкурентоспособное развитие сельского хозяйства может быть обеспечено путем инвестирования в освоение инновационных технологий, технологической модернизации и автоматизации его отраслей.

Ежегодно на рынке сельскохозяйственных технологий появляются новые актуальные разработки, способные кардинальным образом изменить в лучшую сторону жизнь современных фермеров и аграриев.

Представители научных учреждений нашей страны предоставили разработки в области развития агропромышленного комплекса. Особенно можно отметить работу Института микробиологии НАН Беларуси, результатами деятельности которого в данной сфере являются разработка биопрепаратов для борьбы с болезнями и вредителями различных культур, а также пробиотических препаратов, средств для дезинфекции. Биопрепараты безопасны для людей и окружающей среды, и многие из них и превосходят по эффективности химические [3].

Анализ ключевых разработок в области сельского хозяйства последних лет начнем с рассмотрения компании **Harper Adams**, которая в 2016 году разработала первую в мире **автоматизированную систему** для сельского хозяйства, позволяющую убрать гектар зерновых без оператора, не выходя в поле [2].

В 2018 году **роботизированные технологии** в отрасли сельского хозяйства совершили настоящий технологический прорыв. Компания **Small Robot Company** представила миру концепцию многофункциональных **роботов Tom, Dick и Harry. Комплексный парк роботов** был нацелен на достижение более устойчивой формы производства, снижения воздействия сельского хозяйства на окружающую среду и увеличение объемов сельскохозяйственной продукции во всем мире за счет использования технологий автоматизации и искусственного интеллекта.

В 2019 году одной из наиболее инновационных разработок стал **VoloDrone** – крупный прорывной проект в **технологии дронов-беспилотников**, который стал результатом сотрудничества между **John Deere** и **Volocopter**. Обладая потенциальной полезной нагрузкой в 200 кг, **VoloDrone** способен покрыть большую рабочую площадь, особенно в сложных условиях эксплуатации.

В 2020 году был создан первый в мире автономный электрический трактор Monarch Tractor, который сочетает в себе электрификацию, автоматизацию и машинное обучение. Машина способна передвигаться без водителя, анализировать данные об урожае и работать через смартфон [2].

Приведенные примеры являются примерами возможностей, которые открываются перед отечественным сельхозпроизводителем, использующим инновационные технологии. А в условиях ограниченности ресурсов научно-технический прогресс и, в частности, инновационные процессы являются приоритетными направлениями развития отрасли и повышения её эффективности, так как позволяют вести непрерывное совершенствование, обновление и развитие производства на основе достижения науки, техники и технологии.

Несмотря на динамичное развитие инновационных процессов в аграрно-промышленном комплексе, существует ряд проблем, которые наблюдаются при формировании и использовании инновационного потенциала, например, такие, как: длительность процесса внедрения результатов НИОКР в производство; затруднения в финансировании внедрения инновационных технологий; недостаточное стимулирование инвестиционно-инновационной деятельности в АПК; повышенный риск осуществления инвестиционно-инновационной деятельности в АПК, в том числе с учетом особенностей функционирования сельского хозяйства; недостаточное обеспечение квалифицированными кадрами в условиях инновационных преобразований и др.

Таким образом, одной из наиболее актуальных задач в развитии аграрной экономики становится создание условий для повышения инновационной активности организаций АПК. Использование инновационного потенциала в агропромышленном комплексе способствует повышению качества производимой агропродовольственной продукции. Также инновации для отрасли АПК имеют одно из ключевых значений, поскольку они могут существенно оптимизировать расходы и повысить эффективность широкого спектра сельскохозяйственных работ. Активизация инвестиционно-инновационной деятельности в значительной степени обуславливает повышение конкурентоспособности национального агропромышленного комплекса, устойчивости его развития. Необходимым условием для перехода на инновационный путь развития АПК, в первую очередь, является техническое и технологическое переоснащение сельскохозяйственных организаций, повышение эффективности научных исследований.

Список использованных источников

1. Королькова, А.В., Шик А.В. Органическое сельское хозяйство в Республике Беларусь / А.В. Королькова, А.В. Шик // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы XVI международной молодежной научно-практической конференции, УО “Полесский государственный университет”, г. Пинск, 15 апреля 2022 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В. И. Дунай [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2022. – 520 с.
2. ГлавПахарь [Электронный ресурс] / Сельскохозяйственные инновации, 2019-2023 – Режим доступа: <https://glavpahar.ru/articles/top-selskohozyaystvennyh-innovaciy-desyatiletija> – Дата доступа: 24.03.2023
3. Агрокультура [Электронный ресурс] / Органическое сельское хозяйство и перспективы его развития в Беларуси, 2008-2023 – Режим доступа: <https://agracultura.org/news/organicheskoe-selskoe-hozyajstvo-i-perspektivy-ego-razvitiya-v-belarusi/> – Дата доступа: 24.03.2023
4. Горустович, Т. Г. Инновационные подходы в сельском хозяйстве / Т. Г. Горустович, А. П. Шпак // Формирование организационно-экономических условий эффективного функционирования АПК : сборник научных статей XIV Международной научно-практической конференции, Минск, 26-27 мая 2022 г. - Минск : БГАТУ, 2022. - С. 76-81.
5. Чабатуль, В.В. Проблемы и перспективы инновационного развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь / В.В. Чабатуль, И.А. Третьякова, А.Ю. Башко, Д.А. Шпак // Аграрная экономика. – 2017. – № 7. – С. 17-25.

УДК 338.45

ПОНЯТИЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Н.В. Косырева, аспирант

Научный руководитель – **Ю.В. Мелешко**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

По мере транснационализации бизнеса феномен моды становится все более актуальным для современного общества. Механизм смены тенденций и направлений моды позволяет обществу и управлять главными рыночными и потребительскими тенденциями.

Индустрия моды — одна из самых динамичных отраслей в мире, которая представляет собой сложную систему, включающую широкий спектр видов деятельности. Развитие индустрии моды тесно связано с развитием самой моды, которая является следствием культурного и социального феномена.

Индустрия является важнейшим компонентом современного общества, развитие которой сыграло ключевую роль в формировании человеческой цивилизации. С самых первых дней истории человечества люди использовали различные материалы и инструменты для создания продуктов, которые служили удовлетворению их желаний и потребностей. Со временем процесс производства становился все более сложным и изощренным, что привело к появлению современных отраслей индустрии, производящих товары и услуги в больших масштабах.

Мода — это культурное явление, отражающее вкусы, убеждения и взгляды общества. На протяжении истории мода претерпела множество изменений, отражая социальные и политические условия того времени. С первых дней цивилизации до современной индустрии моды, мода играла важную роль в том, как мы выражаем себя и общаемся с другими. Самые ранние свидетельства моды относятся к доисторическим временам, когда люди использовали шкуры животных и растительные материалы для создания одежды. По мере развития цивилизации одежда становилась все более сложной и стала отражать социальный статус и благосостояние. «В самом деле, — поясняет Ж. Бодрийяр, — мода не отражает какой-то естественной потребности в изменении: удовольствие, получаемое от смены одежды, предметов, машины, появляется, чтобы психологически санкционировать принуждение совсем иного порядка, принуждение социального различия и престижа. Эффект моды возникает лишь в обществе социальной мобильности (причем за определенным порогом экономических возможностей). Растущий или снижающийся социальный статус должен быть вписан в постоянный прилив и отлив различительных знаков. Определенный класс уже не может быть четко связан с определенной категорией предметов (или с определенным стилем в одежде): наоборот, все классы привязаны к изменению, все принимают в качестве некоей ценности необходимость моды — точно так же, как все они (в большей или меньшей степени) причастны универсальному императиву социальной мобильности. Иначе говоря, предметы играют роль показателей социального статуса, а поскольку этот статус приобрел возможность изменяться, предметы будут всегда свидетельствовать не только о достигнутом положении (как они всегда делали), но, вписываясь в различительный круг моды, и о возможностях изменения этого социального статуса» [1, с. 45].

Мода традиционно ассоциируется с миром одежды и аксессуаров, но в последние годы она начала проникать и в другие отрасли, в том числе в сферу услуг. В современном мире клиенты ожидают от услуг не только функциональных преимуществ. мода, как форма визуальной коммуникации, стала важным инструментом в достижении этой цели.

Список использованных источников

1. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрийяр. — М.: Академический Проект, 2007. — 335 с.

УДК 33.05

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ

Р.А. Кохнюк, А.А. Макаревич, 3 курс
Научный руководитель — **В.С. Филипенко, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

В современном обществе успешность формирования устойчивой экономики определяется эффективностью модели экономического развития. Исследования в области экономической теории приобретают все большее значение, также и в силу развития глобализации, цифровизации, в сферах производства и услуг. Перешагнув рубеж третьего тысячелетия, общество столкнулось с новой реальностью общественного воспроизводства, требующего кардинального изменения видения

общественного экономического развития, факторов его функционирования и механизмов функционирования.

На развитие экономики влияет множество факторов. Наиболее важными являются труд и капитал, которые позволяют более полно использовать производственный потенциал.

Для определения экономического потенциала Брестской области рассчитана функция производственных возможностей, которая описывается уравнением $Y = -2360 + 9,6x_1 + 273x_2$, где x_1 – труд (количество ставок труда), x_2 – капитал (количество ставок капитала) [1].

Из расчета следует, что Брестская область, располагая 18000 ставками труда и 48000 ставками капитала, может произвести продукцию на сумму 10936 млн руб.

$$Y = -2360 + 9,6 \cdot 18000 + 273 \cdot 48000 = 10936 \text{ млн руб.}$$

Однако влияние труда и капитала на реализацию производственных возможностей неравноценно (рисунки 1 и 2).

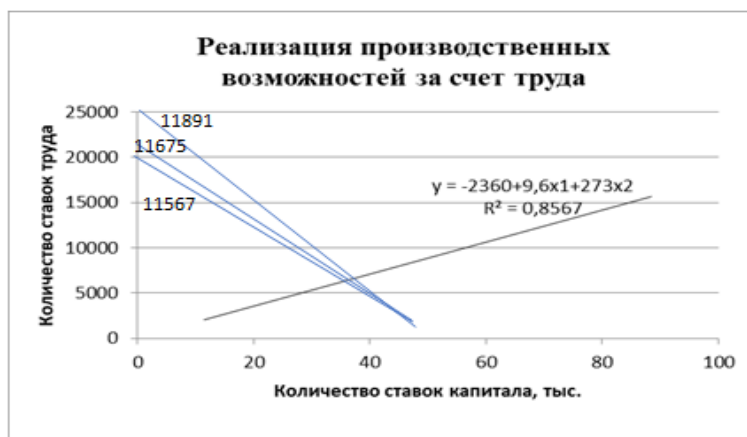


Рисунок 1. – Реализация производственных возможностей за счет труда

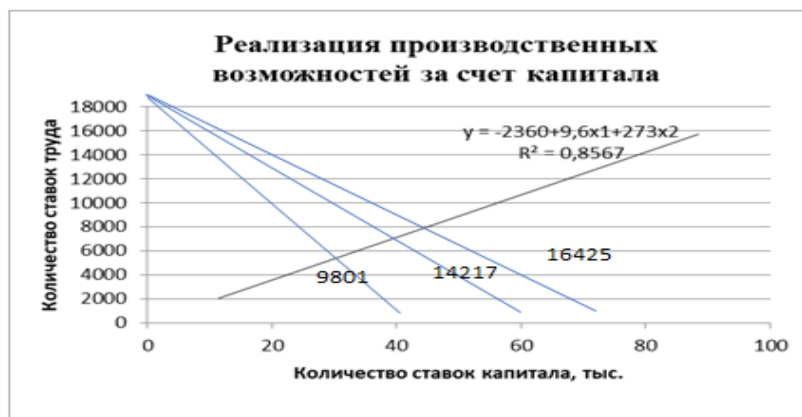


Рисунок 2. – Реализация производственных возможностей за счет капитала

Для проведения раздельного учета влияния труда и капитала на объем производства, проведем следующие расчеты.

Определяем влияние фактора труда на объем производства: $9,6 \cdot 18000 / (10936 + 2360) \cdot 100 = 1,28\%$, следовательно, за счет отдельно взятого фактора труда производится 1,28% или 990,25 млн руб. объема продукции.

Определяем влияние фактора капитал на объем производства: $273 \cdot 48000 / (10936 + 2360) \cdot 100 = 97,29\%$, следовательно, за счет отдельно взятого фактора капитала производится 97,29% или 10569,44 млн руб. объема продукции.

С позиции реализации экономического потенциала наиболее эффективным является увеличение капитала, где на одну ставку капитала приходится 220,79 млн руб., а за счет увеличения фактора труда – на одну ставку труда приходится 53,88 млн руб., следовательно экономика является капиталозатратной.

Учитывая, что в Брестской области насчитывается 39,2 тыс. безработных или 1,44 тыс. ставок труда, привлекая их в сферу экономики можно дополнительно увеличить объем производства продукции на сумму 77,59 млн руб. ($53,88 \cdot 1,44$).

Увеличение капитала в объеме существующих годовых инвестиций 310,3 млн руб., или 5,3 тыс. ставок капитала, можно увеличить объем производства продукции на сумму 1170,18 млн руб. ($220,79 \cdot 5,3$) [2].

Следовательно, реализуя возможный экономический потенциал Брестской области за счет труда и капитала, можно увеличить объем производства на 1247,8 млн руб. ($1170,18 + 77,59$) или на 11,45%, в том числе за счет капитала 10,7%, а за счет труда –0,75%.

Следовательно, овладевая экономическими механизмами вместо традиционно сложившихся, недостаточно эффективных методов управления экономическими процессами в условиях рыночной экономики, можно оперативно и экономически обоснованно регулировать экономику на уровне регионов.

Таким образом, в условиях перехода к рыночной экономике региона необходимо более широко использовать на практике рыночные механизмы, обеспечивающие выявление приоритетов развития и реализацию производственных возможностей региона.

С позиции реализации экономического потенциала наиболее эффективным является увеличение капитала, где на одну ставку капитала приходится 220,79 млн руб., а за счет увеличения фактора труда – на одну ставку труда приходится 53,88 млн руб.

Следовательно, реализуя возможный экономический потенциал Брестской области за счет труда и капитала, можно увеличить объем производства на 1247,8 млн руб. ($1170,18 + 77,59$) или на 11,45%, в том числе за счет капитала 10,7%, а за счет труда –0,75%.

Список использованных источников

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. / Экономикс: принципы, проблемы и политика: В 2-х т. Т. 1: Пер. с 13-го англ. изд. – М.: – ИНФРА-М, 2000. – XXVI, 486 с.
2. Экономическая статистика [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 1998–2021. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 27.03.2023.
3. Официальный сайт Брестского областного исполнительного комитета [Электронный ресурс] / Брестский областной исполнительный комитет. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/>. – Дата доступа: 28.03.2023.
4. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс] / BELARUS.BY. – Режим доступа: <https://www.belarus.by/ru/about-belarus/geography/brest-region>. – Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 338.23

УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.О. Кравец, 3 курс

**Научный руководитель – Е.А. Бидзюра, ст. преподаватель
Белорусский национальный технический университет**

Непостоянность макро- и микросреды промышленного предприятия устанавливает значимость проблемы управления экономической безопасностью. Так, Е. А. Бидзюра отмечает, «экономическая безопасность – это поддержание нормы функционирования субъекта, обеспечивающееся путем создания единого, устойчивого, организационно оформленного, относительно самостоятельного комплекса механизмов, ориентированного на реализацию социально-экономических интересов и намеченных стратегических целей в условиях актуализированных и потенциальных угроз» [1, с. 129].

Сущность данного понятия можно рассматривать с точки зрения двух сторон. С одной стороны экономической безопасности промышленного предприятия рассматривается в контексте предположительного отсутствия какой-либо опасности и возможности возникновения рисков и угроз функционирования предприятия. С другой стороны – в контексте состояния защищенности, реальной готовности к возникновению угроз, а также возможности самостоятельно реализовывать свои интересы, продолжать своё стабильное функционирование даже с учётом воздействия внешних или внутренних неблагоприятных факторов.

В. К. Сенчагов определяет понятие «экономическая безопасность промышленного предприятия» следующим образом: «...защищенность его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых (активных) или косвенных (пассивных) экономических угроз, например, связанных с неэффективной научно-промышленной политикой государства или формированием неблагоприятной внешней среды, и способность к его воспроизводству» [2]. Из данного определения следует, что экономическая безопасность в контексте состояния защищенности имеет динамическую структуру; нельзя исключать из внимания внутренние угрозы, так как они также опасны как и внешние, а экономическая безопасность предприятия является неотъемлемой частью экономической безопасности страны (на примере Республики Беларусь), что подтверждает С. Ю. Солодовников: «многие вызовы и угрозы для национальной и экономической безопасности могут быть своевременно выявлены и нейтрализованы только на уровне предприятий» [3, с. 189]. При этом, «сложно провести границу между экономической безопасностью Беларуси и экономической безопасностью промышленных предприятий. Эти два процесса не только переплетены и взаимообусловлены, что само по себе делает любое разграничение того, где заканчивается экономическая безопасность промышленного предприятия и начинается экономическая безопасность страны, исключительно теоретической, поскольку на практике это невозможно. Напротив, экономическая безопасность промышленных предприятий выступает важнейшей компонентой экономической безопасности страны» [4, с. 60].

Далее необходимо рассмотреть понятие угрозы экономической безопасности, так под данным определением понимается «совокупность условий, процессов, факторов, препятствующих реализации национальных экономических интересов или создающих опасность для них и субъектов хозяйственной деятельности» [5, с. 15-27]. Угроза экономической безопасности в данном контексте понимается как некий ущерб, интегральный показатель которого характеризует степень снижения экономического потенциала за определенный промежуток времени. Детально рассмотрев понятие «угрозы экономической безопасности промышленного предприятия», под которым понимается «такое развитие событий, в результате которых появляется возможность, либо повышается вероятность нарушения нормального функционирования предприятия и недостижения им своих целей, в частности нанесения предприятию любого вида ущерба» [6, с. 28-35], можно сделать вывод, что современное развитие и функционирование невозможно без рассмотрения множества угроз, связанных с технологическими аспектами, финансовой самостоятельности, сохранности информации и много другое.

На сегодняшний день существует огромное количество классификации угроз экономической безопасности предприятия, так, исходя из проанализированных источников литературы, представляется возможным выделить основные:

- По источнику возникновения (внутренние и внешние);
- По природе возникновения (политические, криминальные, конкурентные, контрагентские, прочие);
- По вероятности реализации (реальные, потенциальные);
- По объекту посягательства (информация, персонал, финансы, товар материальные ценности, деловая репутация, прочее);
- По возможности прогнозирования (прогнозируемые, непрогнозируемые);
- По величине ожидаемого ущерба (катастрофические, значительные, вызывающие трудности);
- И прочие [5, с. 15-27].

Рассмотрим внешние и внутренние угрозы экономической безопасности. Следует отметить, что внутренние и внешние угрозы индивидуальны для каждого промышленного предприятия, что

обуславливает сложность составления детальной классификации. К внешним относят угрозы, которые непосредственно воздействуют на предприятие на макроэкономическом уровне, например, политическая и экономическая нестабильность государства, изменения структуры и рынка, изменение условия финансирования со стороны инвесторов, а также усложнение процесса привлечения кредитования, дестабилизацию ее работы, лишение источников сырья, вытеснение рынков, повышение требований потребителей к цене и качеству товара при одновременном снижении объема потребления данного товара, разрыв связей между предприятиями, которые составляют единую технологическую цепочку, из-за чего могут быть созданы застои производства, потеря баланса между производящими, заготовительными и перерабатывающими отраслями производства и многое другое, что мешает стабильному функционированию промышленного комплекса.

Внутренние угрозы предполагают воздействие на предприятие на микроуровне, то есть непосредственно воздействие на производственный процесс. Данные угрозы могут способствовать как усиливать, так и ослаблять внешние угрозы и наоборот. Примером данных угроз могут быть хищение, порча имущества предприятия работниками при транспортировке, хранении и реализации, раскрытие работниками коммерческой тайны предприятия, действия работников по хищению и реализации продукции по собственным схемам для получения прибыли, низкая квалификация кадров, из-за которой продукция может быть низкого качества или с браком, при этом невозможность введения новых технологий на производство, недисциплинированность рабочего персонала, их халатное отношение, нарушение правил охраны труда работников.

Таким образом, можно сделать вывод, что промышленные предприятия при своем функционировании испытывают воздействие различных угроз, которые несут отрицательные последствия для функционирования предприятия. Причем наиболее важное значение для организаций приобретают угрозы экономической безопасности, поскольку все потери (организационные, информационные, материальные, имиджа организации) в конечном счете, выражаются именно в экономических потерях (и все прочие угрозы в основе имеют, как правило, экономические мотивы).

Список использованных источников

1. Бидзюра, Е. А. Теоретические аспекты определения экономической безопасности как экономической категории / Е. А. Бидзюра // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2021. – Вып. 14. – С. 123–132. <https://doi.org/110.21122/2309-6667-2021-14-123-132>
2. Сенчагов В. К. Экономическая безопасность России: общий курс: учебник; 3-е изд. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. 813 с.
3. Солодовников, С. Ю. Парадигмальный кризис белорусской экономической науки, цифровизация и проблемы подготовки кадров в сфере обеспечения национальной безопасности / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2019. – Вып. 10. – С. 182–194
4. Солодовников, С. Ю. Изменение парадигмы национальной безопасности в условиях экономики рисков / С. Ю. Солодовников // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2019. – № 3 (49). – С. 55–61.
5. Абрамов В. Комплексная система безопасности предпринимательства // Мир безопасности. № 5. 2010.
6. Бендиков М.А. Экономическая безопасность предприятия в условиях кризисного развития // Менеджмент в России и за рубежом. № 10. 2011.

УДК338

ВЛИЯНИЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.В. Кузьменкова, 1 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич**, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет

Что люди понимают под словом мода? По определению С.Ю.Солодовникова: «мода – это обычно непродолжительное господство определенного типа стандартизированного массового потребления, в основе которого лежит относительно быстрое и масштабное изменение внешнего (прежде всего предметного) окружения людей.»[1,с.511].

Основоположником подхода к рассмотрению моды как социально-экономического феномена стал В. Зомбарт. Этот подход основан на выделении такой функции моды как стимулирование спроса и, как следствие, развитие отдельных отраслей промышленности. В моде ученый видел источник дополнительных конкурентных преимуществ для производителей. [2, с. 13].

Главой государства отмечена необходимость продвижения белорусской продукции на мировом рынке, при этом сохраняя ее аутентичность и неповторимость. «Беларуси надо во весь голос заявлять о себе на мировой арене. Нужно продвигать не только марку "Сделано в Беларуси", но и такие бренды, как "Учиться в Беларуси", "Отдыхать в Беларуси", "Заниматься спортом в Беларуси", "Лечиться в Беларуси" и другие», – отметил белорусский лидер.»[4].

Примером отечественного конкурентоспособного производства является Белорусский лён. Сегодня сложно представить текстильную промышленность, в которой не использовался бы лён. Постельное белье, салфетки, полотенца, шторы, скатерти и, конечно, одежда. Натуральные материалы – модный тренд. Сегодня наш лён закупают даже известные мировые бренды. Благодаря моде на изделия из льна, белорусские производители получили уникальную возможность не только нарастить объемы производства, но и модернизировать технологию его обработки, повысив качество продукции и ее добавленную стоимость. По прогнозам аналитиков, мировое производство льняных тканей к концу 2025 г. достигнет 85,7 тысячи тонн и превысит уровень 2020 г. на 19 %.[3]

Мода на какой либо объект продолжает свое существование недолго. Это как мощный фактор спроса, а спрос непосредственно связан с производством, количеством потребления продукции. Поэтому в экономике необходимо не оставлять без внимания модные тенденции, следить за актуальностью и успевать модернизировать продукт (не обязательно полностью, а как дополнение), оставаться в «тренде», оперативно занимать трендовые ниши или создавать эти ниши, делая их модными.

Мода выстраивается благодаря аналитикам, которые проводят различные социальные, культурные исследования, учитывающие политические и другие факторы, и которые в дальнейшем, воплощаются дизайнерами при создании нового продукта.

Проведенная аналитиками работа по подготовке потребителя к использованию вторично переработанных материалов, сформировало модный тренд на их использование при создании модных коллекций.

Беларусь только недавно начала свой путь в осознанном развитии модной индустрии, выходя на международную экономическую арену конкуренций с другими странами.

Одной из главных проблем в области моды сейчас, можно назвать слабое развитие белорусского маркетинга. Белорусскими производителями уделяется недостаточное внимание проведению «живой рекламы» (различные модные показы, подкасты). Производители слабо используют возможности продвижения товаров online: создание рекламных проектов, презентаций, и т.д. Наши широко известных бренды зачастую ассоциируются с чем-то скучным, немодным из-за нехватки брендинга. Проводимые рекламные кампании не носят массовый, трендовый характер и мало привлекательны.

Примером отечественного конкурентоспособного предприятия является Fashion-бренд Mark Formelle. Собственный художественно-экспериментальный отдел и сотрудничество с зарубежными иллюстраторами позволяют выпускать 170+ коллекций ежегодно. Бренд не перестает внедрять инновационные решения. Речь идет не только о современных технологиях работы с тканями (деграде, сублимация, тай-дай, фаст-дай), но и об освоении новых видов продукции.[5] Оставаясь в тренде, Mark Formelle удается обеспечивать сохранение лидерских позиций на рынке, наращивать объемы производства и в целом улучшать свою экономическую деятельность.

У нас есть возможность развития модной индустрии, важно ее не упустить, благодаря проведению различных конкурсов в индустрии моды (Belarus fashion week, фестиваль-конкурс моды и фото именуемый «Мельницей моды» и др.) и созданию новых проектов. Белорусским дизайнерам предоставляется возможность получения грантов на обучение в мировых образовательных учреждениях, связанных с модой, либо грантов на фешн-стартапы, работать над тем, чтобы нами вдохновлялись так же, как и мы вдохновляемся модными столицами и западными трендами. «Белорусская неделя моды» все еще не может сравниться масштабами с другими fashion-марафонами Восточной Европы, но из года в год организаторы проделывают огромную работу, чтобы поддер-

живать интерес к белорусским дизайнерам, открывать новые имена и поднимать важные социальные темы в рамках спецпроектов».[6].

Дальнейшее развитие индустрии моды в экономике Республики Беларусь позволит открыть новые сотрудничества, способствовать повышению спроса на введенную в моду продукцию, тем самым эффективно загружая существующие производственные мощности, создавая новые рабочие места и следовательно увеличивать поступления в бюджет.

Список использованных источников

1. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / Гл. ред. и сост. С.Ю.Солодовников. Минск: МФЦП, 2002. -511с.
2. Зомбарт, В. Народное хозяйство и мода / Вернер Зомбарт. — СПб. : тип. акц. общ. Брокгауз-Ефрон, 1904. -13 с.
3. Беларусь сегодня Сельская газета 14июля 2021[Электронный ресурс]-Режим доступа: sb.by
4. ГипроСвязь Белорусские бренды на международной арене 16.07.22 [Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://giprosvjaz.by/>
5. Mark Formelle Инновации и контроль качества [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://markformelle.by/>
6. Крептивная экономика. Создательница Belarus Fashion Week Янина Гончарова. [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://www.culturepartnership.eu/>

УДК 338.054

ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ РИСКИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ

Д.А. Кузьмич, 2 курс

**Научный руководитель – Ю.Е. Климова, старший преподаватель
Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий**

В современном мире наблюдается тенденция развития рыночных отношений. В связи с чем, почти все виды предпринимательской деятельности подвержены постоянной неопределенности и изменчивости экономической среды. Это ведет к тому, что становится сложнее предугадать точный результат работы предприятия, а, следовательно, возрастают риски.

Среди всего обилия организаций, занимающихся предпринимательской деятельностью, предлагаю выделить пищевую промышленность, а именно – хлебопекарную промышленность.

На сегодняшний день, хлебопекарная промышленность Республики Беларусь представлена 57 хлебозаводами Департамента по хлебопродуктам Республики Беларусь, 7 столичными хлебозаводами, 78 хлебопекарными предприятиями и 5 мини-пекарнями Белкоопсоюза, а также частными и совместными предприятиями, предприятиями Минпрома, Белорусской железной дороги, МВД, концернов «Белгоспищепром» и «Белнефтехим» и другими [1, с. 349].

Состояние хлебопекарной отрасли в Республике Беларусь является стабильным, имеются все условия для дальнейшего развития данной отрасли. Об этом говорит и тот факт, что предприятия по производству хлеба и хлебопродуктов в нашей стране, способны обеспечить своей продукцией свыше 7 миллионов человек. Более того, по данным, приводимым национальным статистическим комитетом, в данной отрасли количество занятых человек составляет свыше 14000 человек, большинство из которых являются специалистами высшего класса.

Риски есть всегда и факторов, оказывающих на них влияние, большое множество. Среди предприятий хлебопекарной отрасли, наибольший удельный вес составляют внешние факторы рисков.

Если говорить о внешних факторах возникновения рисков, то среди них стоит выделить следующие: законодательство, регулирующее коммерческую деятельность; налоговая система; взаимоотношения с партнерами; природные условия (засухи, наводнения и прочее); действия конкурентов.

Наиболее значимыми факторами, оказывающими влияние на уровень рисков, являются действия конкурентов. Как говорилось ранее, в Республике Беларусь имеются все условия для благоприятного развития хлебопекарной отрасли. Это говорит о том, что конкуренция в хлебопекарной

отрасли непрерывно растет. Предприятию всегда следует быть готовы к тому, что: предпочтения потребителей постоянно меняются; возрастает конкуренция за ресурсы; появляется новое, более эффективное оборудование; изменяется роль человеческих ресурсов. Как правило, наиболее конкурентоспособным является предприятие, которое имеет грамотно построенную стратегию, идет в ногу со временем, учитывает предпочтения потребителей, тем самым расширяя ассортимент своей продукции. Предприятие, не соблюдающее данные аспекты, рискует нести убытки от своей деятельности или вовсе обанкротиться.

Среди наиболее успешных предприятия хлебопекарной отрасли в Республике Беларусь можно выделить:

1. ОАО «Витебскхлебпром».
2. ОАО «Гроднохлебпром».
3. ОАО «Берестейский пекарь».
4. ОАО Булочно-кондитерская компания «Домочай».
5. ОАО «Борисовхлебпром».

Очень важным фактором рисков, на который человек не в силах каким-либо образом повлиять является – это природные условия. Их следует подразделять на физические риски и риски перехода.

Под физическими рисками следует понимать риски, возникающие в результате увеличения ущерба и других потерь от физических природных явлений, связаны как с долгосрочными климатическими тенденциями (с изменением погодных условий, повышением уровня моря), так и с внезапными, экстренными событиями (стихийными бедствиями, экстремальными погодными условиями).

Рассмотрим влияние физических рисков на примере зарубежного опыта. Так, в России физические риски проявляются в виде увеличения масштабов и частоты наводнений, лесных пожаров, аномальной жарой и таянием вечной мерзлоты. В хлебопекарной отрасли это может привести к потере урожая, а следовательно – к потере прибыли от реализации продукции, что бесспорно плохо для экономики любой страны.

Под переходом к низкоуглеродной экономике обычно понимают снижение уровня использования углеводородного сырья и иных природных ресурсов в производстве и потреблении, а также повышение роли возобновляемых источников энергии.

Переход к низкоуглеродной экономике может повлечь за собой обширные политические, правовые, технологические и рыночные изменения вследствие возникновения требований к компаниям по минимизации негативных последствий изменения климата и адаптации к ним. В зависимости от характера, скорости и направленности таких изменений риски перехода могут выражаться в разных значениях финансовых и репутационных рисков для организаций [2, с. 208].

Ну и конечно, при анализе внешних факторов риска, следует выделить взаимоотношения с партнерами. Абсолютно любые предприятия, в том числе и предприятия хлебопекарной отрасли, имеют своих партнеров, которые играют важную роль в поддержании стабильности предприятия.

Первая и наиболее важная роль партнеров – это спонсорство. Фактически, партнеры дают деньги или технологии для развития предприятия. Например, партнером ОАО «Берестейский пекарь» является «Белэксимгарант». Он выступает не только в роли спонсора, но и в роли эксперта.

Однако, следует сказать, что помимо внешних факторов рисков, выделяют и ряд внутренних, которые могут нести пагубное влияние на процесс функционирования предприятий хлебопекарной отрасли.

Внутренний (несистематический или специфический) риск – это риск, зависящий от деятельности конкретного предприятия. Он может быть связан с неквалифицированным финансовым менеджментом, неэффективной структурой активов и капитала, чрезмерной приверженностью к рискованным (агрессивным) операциям с высокой нормой прибыли, недооценкой хозяйственных партнеров и другими факторами, отрицательные последствия которых в значительной мере можно предотвратить за счет эффективного управления рисками.

Наиболее часто встречающиеся внутренние риски в хлебопекарной отрасли – это:

1. Проектные риски – ошибки связанные с какими-либо проектами компании. Самые распространенные проектные риски: разрастание объема; низкая производительность; большие затраты; дефицит времени; нехватка ресурсов; отсутствие ясности.

2. Технические риски - неправильное использование оборудования, принятие не верных технических решений. Например: неверный выбор технологий; интеграция популярных технологий; интеграция новых, непроверенных технологий.

3. Технологические риски – использование технологий низкого качества, а также несоблюдения принятых норм и правил.

4. Организационные риски – это риски, связанные с ошибками менеджмента компании, ее сотрудников; проблемами системы внутреннего контроля, плохо разработанными правилами работ.

5. Финансовые риски – неправильное распределение денежных ресурсов на тот или иной объект.

Внутренние риски хлебопекарной отрасли включают возможные проблемы и трудности, с которыми может столкнуться организация в процессе реализации намеченных планов. Например, увольнение ключевого сотрудника, введение новых технологий и приемов, превышение затрат по вине внешних партнеров, срывы графика, вынужденные простои, различные технологические риски.

Как итог, следует сказать, что для современного этапа развития экономики Республики Беларусь характерным является интенсивный процесс становления предпринимательских структур. Что касается хлебопекарной промышленности, то наблюдается постоянно меняющаяся конъюнктура рынка, развитие конкуренции требуют от руководства гибкой и оперативной реакции на изменения внешней среды, принятия нестандартных решений в целях обеспечения эффективной деятельности и дальнейшего развития.

Список использованных источников

1. Мухин, В.И. Исследование систем управления / В.И. Мухин. – М.: Экзамен, 2013. – С. 347-351.
2. Бартон, Т. Комплексный подход к риск-менеджменту: стоит ли этим заниматься / Т. Бартон, У. Шенкир, П. Уокер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2009. – 208 с.

УДК 331.5

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.В. Кульбацкий, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова, ст. преподаватель**

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Одной из особенностей рынка труда в Республике Беларусь является то, что данный рынок подвержен активному вмешательству государства, которое регулирует деятельность предприятий через зарплаты, ставки налогов, субсидии, льготы, кредитование, ограничения в отношении трудоустройства. Это может усложнять создание новых предприятий или развитие существующих, но защищает предпринимателей от высокой конкуренции. Многие предприятия в Республике Беларусь получают поддержку от государства, что позволяет им сохранять стабильность и стимулирует развитие. При этом государство защищает отечественных производителей, что позволяет им конкурировать на рынках. Многие крупные предприятия в Беларуси находятся в государственной собственности, что позволяет контролировать их деятельность и вносить изменения в процесс производства.

Возникновение новых предприятий стимулирует повышение инновационной деятельности, рост объемов продаж, ВВП и конкурентоспособности. Активное создание предприятий свидетельствует о динамичной экономике страны, способной поддерживать интерес к предпринимательству и привлекать новых инвесторов. Обратная ситуация может свидетельствовать о наличии препятствий для бизнеса, слабости экономики и высоких налогов.

Таблица 1. – Количество вновь созданных предприятий

	2019	2020	2021
Республика Беларусь	9293	7153	8127
Брестская	753	561	690
Витебская	614	463	505
Гомельская	738	545	616
Гродненская	573	464	497
г.Минск	4401	3423	4041
Минская	1549	1226	1260
Могилевская	665	471	518

Исходя из таблицы 1, уровень рождаемости белорусских предприятий за анализируемый период снизился на 13%. Наибольшее количество рожденных предприятий зарегистрировано в г.Минске, а наименьшее – в Гродненской области. Судя по данным на начало 2021 года, наибольшее количество предприятий зарегистрировано в г.Минске и Минской области. Меньше всего предприятий находится в Брестской области [1].

Заккрытие предприятий может происходить по разным причинам:

а) Экономические проблемы: отсутствие спроса на продукцию/услуги, неэффективность производства, конкуренция, нехватка финансирования, низкая рентабельность.

б) Вынужденное закрытие в связи с изменением законодательства: запрет на производство определенных видов продукции, изменение требований к производственным процессам, экологические ограничения.

в) Внезапные катастрофические события (например, пожар).

г) Кризисная экономическая ситуация, такая как спад в экономике или кризис.

Заккрытие предприятий может привести к следующим последствиям:

а) Потеря рабочих мест: работники предприятия теряют свою работу, что может привести к экономической ситуации в регионе.

б) Заккрытие предприятий приводит к уменьшению налоговых поступлений в бюджет, что затрудняет финансирование государственных программ и проектов.

в) Заккрытие предприятий может привести к уменьшению производства товаров и услуг в регионе, что в свою очередь влияет на экономический рост и развитие региона.

г) Заккрытие предприятий может вызвать социальную нестабильность, например, возможны социальные протесты и конфликты между работниками и властями.

Таблица 2. – Ликвидация предприятий

	2018	2019	2020
Республика Беларусь	8064	7851	6552
Брестская	659	628	549
Витебская	646	542	470
Гомельская	604	749	560
Гродненская	550	526	430
г.Минск	3476	3033	2723
Минская	1550	1704	1279
Могилевская	579	669	541

Исходя из данных таблицы 2, стоит отметить, что такой показатель как уровень смертности предприятий в Республике Беларусь имеет тенденцию к снижению. Наибольшее количество смертей зарегистрировано в г.Минске и Минской области, а наименьшее количество – в Гродненской и Витебской областях [1].

По секторам экономики, наибольшее количество предприятий работает в промышленности (33,6%), включая металлургию, химическую, легкую и пищевую промышленность. Следом идут

предприятия в области торговли (26,4%). Также значительное количество предприятий работает в сфере услуг (19,8 %), в том числе здравоохранения и социального обслуживания. Около 6% предприятий работают в сфере строительства, а 14,2% занимаются другими видами деятельности [1].

Как указывает Национальный статистический комитет Республики Беларусь, в 2021 году численность населения страны составляла более 9,2 миллиона человек, из которых трудоспособными являются только 4,5 миллиона человек. Проведем анализ занятости населения и безработицы (таблица 3).

Таблица 3. – Численность занятого населения и безработных

	2018	2019	2020	2021
Занятое население, тыс.чел.	4337,9	4334,2	4319,6	4279,7
Уровень занятости, %	67,5	67,7	67,5	67,3
Численность безработных, тыс.чел.	244,9	213,3	206,2	196,9
Уровень безработицы, %	4,8	4,2	4,0	3,9

Согласно данным таблицы 3, такой показатель как численность безработных имеет тенденцию к снижению. Уровень безработицы в Беларуси в 2021 году составил 3,9%, что можно считать низким уровнем в сравнении с другими странами. Среди форм собственности наибольшее количество населения работает на предприятиях с частной собственностью (56,7% от общего количества работающих) [1].

Таким образом, анализ функционирования предприятий в Республике Беларусь показывает, что основные сферы и отрасли экономики находятся в стадии постепенного развития. Отраслевая структура предприятий Республики Беларусь характеризуется разнообразием и взаимозависимостью. Различные отрасли имеют сильные и слабые стороны, но в целом экономика Республики Беларусь продолжает развиваться и расти. С учетом социально-экономических изменений и привлечения инвестиций в экономику, можно ожидать перспективного развития предприятий Республики Беларусь.

В целом, статистические данные указывают на относительно высокий уровень занятости населения и низкий уровень безработицы в Республике Беларусь, однако многие экономисты отмечают необходимость дальнейшего улучшения условий труда, повышения заработной платы и развития действенной системы социальной защиты населения.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. - Дата доступа: 02.04.2023.

УДК 504.062

ЭКОНОМИКА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ, КАК СПОСОБ ПЕРЕХОДА БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ К МАЛООТХОДНЫМ И БЕЗОТХОДНЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ

Д.Р. Леонтьев, 2 курс

Научный руководитель – Ю.Е. Климова, старший преподаватель.

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Экология и природопользование играет важную роль в нашей жизни и в экономике. Ресурсы природы не являются нескончаемыми и в перспективе прослужат нам ещё максимум 50 лет. Эта цифра стремительно падает, ведь объём использования увеличивается, и заменить их нечем. Рассмотрим, каким образом состояние экологии и доступное количество ресурсов природы влияют на экономику страны.

Заводы, предприятия, фабрики, цеха и другие специально оборудованные помещения и сооружения оказывают чрезвычайно сильный урон на окружающую среду. Отходы, загрязнение водных

источников, загрязнение атмосферы и природы в целом приведут, в долгосрочной перспективе к серьёзным убыткам, банкротствам и, возможно, к окончанию существования всего живого, но даже сейчас их эффект мы можем наблюдать. Устанавливаются ограничения на выбросы, вводятся законы и ответственность за их нарушение, в виде денежных взысканий, так и в виде ограничения свободы.

Первым в истории таким законом был “Закон о национальной политике в области окружающей среды”. Предпосылкой этого закона стал разлив нефти 1969 года в Санта-Барбаре [1].

Если говорить о статьях в законодательстве Республики Беларусь, то существует ряд законов, в которых прописана ответственность за их нарушение.

Невыполнение установленной законодательством статьи об обращении с отходами обязанности по обеспечению сбора, обезвреживания и (или) использования отходов товаров и отходов упаковки – влечет наложение штрафа на индивидуального предпринимателя или юридическое лицо до ста процентов от платы за организацию сбора, обезвреживания и (или) использования отходов товаров и отходов упаковки.

Также в этом пункте указывается ответственность за “Захоронение вторичных материальных ресурсов” и “Нарушение иных требований законодательства об обращении с отходами”, где за нарушение первого влечет наложение штрафа от пяти до тридцати базовых величин, на индивидуального предпринимателя – от пятидесяти до двухсот базовых величин, а на юридическое лицо – от пятидесяти до тысячи базовых величин, а за нарушение второго влечет наложение штрафа в размере до тридцати базовых величин, на индивидуального предпринимателя – до ста базовых величин, а на юридическое лицо – до тысячи базовых величин. Также есть и другие законы за нарушение которых следуют свои наказания [2, с. 91].

Ухудшение экологической ситуации влияет на ценообразование товаров и услуг, стоимость недвижимости и в целом на все, что нас окружает. Себестоимость природных ресурсов с каждым днём увеличивается, и в конечном итоге цены будут баснословными, и количество этих ресурсов будет прямо пропорционально величине этих цен.

Возникают вопросы и проблемы связанные с ответственностью за нанесение ущерба природе и экономике Республики Беларусь: кто должен вернуть (возместить) средства за принесённый урон; как правильно оценить уровень ущерба; каким образом проводить контроль над ущербом и др.

Предприятиям рано или поздно придётся найти новые пути для образования ресурсов. Этими путями могут быть:

1. Использование вторичного сырья и переработка отходов производства и мусора
2. Дезинфицирование и обработка сточных вод
3. Рекультивация промышленных территорий - восстановление пространств с нарушенной средой в целях повторного использования
4. Использование новых источников энергии: ветровой, солнечной, энергии приливов и отливов

Конечно, данные мероприятия не выгодны с точки зрения доходов для предприятий, ведь это большие расходы и в лучшем случае организации будут выходить на безубыточный уровень производства или небольшой плюс, но здесь уже затрагивается вопрос соблюдения этических норм руководителями предприятий.

С появлением экологических проблем, появилось значительное количество инвесторов в сфере экологии в разных странах мира.

На основании данных за 2021 год, природоохранные расходы российских предприятий и организаций составили 988,6 млрд руб., увеличившись по сравнению с предшествующим годом на 151 млрд руб. Это рекордный прирост в номинальном выражении, который фиксирует статистика, а относительный прирост стал максимальным с 2005 года (в том году темпы роста были такими же - 17,9%).

В разных странах мира приняты программы по защите окружающей среды и выделяются значительные ассигнования для ликвидации последствий хозяйственной деятельности человека. Например, в соответствии с Законом о консолидированных ассигнованиях на 2022-2026 год Агентство по охране окружающей среды (EPA) в США выделило 859,3 миллиона долларов на 491 проект по запросу членов Конгресса, который включает в себя новую стратегическую цель, направленную исключительно на решение проблемы изменения климата. Закон включает кон-

кретные положения, определяющие сумму средств, которую конкретный получатель может использовать для конкретного проекта. Эти средства предназначены, прежде всего, для улучшения систем питьевого водоснабжения и водоотведения. Проекты включают строительство, ремонт и замену систем питьевой воды, сточных вод и канализации, а мир тратит 1,8 трлн долларов в год на субсидии, которые наносят ущерб окружающей среде. К сожалению, эти суммы не смогут вернуть ту экологию, которая была изначально, но следует надеяться, что это что-то изменит.

Республика Беларусь не стоит в стороне от проблем экологии. В стране реализуются различные проекты и разрабатываются программы по охране окружающей среды. Для примера развития проектов по охране природы возьмём компанию “Coca-Cola” на территории Республики Беларусь. Компания, «Кока-Кола Бевриджиз Беларусь», с 2007 года реализует проект «Спасем Ельню вместе!» для того, чтобы восстановить один из крупнейших верховых болот континентальной Европы – Ельни. И это не единичный случай от этого унитарного предприятия.

В 2015 году 193 организации членов Организации объединённых наций приняли на себя обязательства по достижению целей устойчивого развития до 2030 года. Республика Беларусь также поддерживает “Цели устойчивого развития”, сокращённо ЦУР, на данный момент их 17 и для каждой цели разработаны задачи, которые необходимо выполнить. Например, цель под номером 12 “Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства” предусматривает выполнение следующих задач.

- К 2030 году добиться рационального освоения и эффективного использования природных ресурсов;
- К 2030 году существенно уменьшить объём отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию;
- К 2020 году добиться экологически рационального использования химических веществ и всех отходов на протяжении всего их жизненного цикла в соответствии с согласованными международными принципами и существенно сократить их попадание в воздух, воду и почву, чтобы свести к минимуму их негативное воздействие на здоровье людей и окружающую среду и другое.

На основании этого мы можем сделать вывод, что Республика Беларусь также старается внести и свой вклад в сохранение экологии. Всё зависит от приоритетов лиц, заинтересованных в получении более высокой прибыли. С одной стороны общество, экология, вопрос земли, а с другой повышение доходов, улучшение статуса и минимизация убытков. Конечно, невозможно в один момент всем организациям, использующие природные ресурсы, переключится на более гуманные способы получения ресурсов, ведь это приведёт к непредсказуемым результатам. Соответственно, если через 50 лет ничего и никого не останется, тогда нет смысла в этих деньгах, которые организации получили за уничтожение мира.

Список использованных источников

1. Истон, Роберт (1972). Чёрный прилив: разлив нефти в Санта-Барбаре и его последствия. Delacorte Press.
2. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.01.2021, 2/2811) URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=НК2100091&p1=1>

УДК330.16

ВЛИЯНИЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ

А.Л. Мажугина, 1 курс

Научный руководитель – **Ю.В. Мелешко**

Белорусский национальный технический университет

На сегодняшний день современный человек не может обойтись без владения иностранными языками, так как знание иностранного языка дает ему преимущества в личной и профессиональной коммуникации, однако многие не придают значения цивилизации, культуре, психологии народа этого языка или воспринимают упрощённо.

С. Ю. Солодовников по этому поводу справедливо указывает: «Успешное функционирование и взаимодействие культуры, цивилизации, экономической системы общества и институциональных матриц неразрывно связано с наличием в их рамках определенного языка. В зависимости от цивилизационных и культурных особенностей той или иной страны будет различаться отношение к тем или иным инструментам экономической политики, поскольку цивилизационные и культурные особенности той или иной нации напрямую влияют на экономическую систему общества.» [1, с. 86].

А. Н. Уайтхед в своей работе говорит: «Человеческая цивилизация есть продукт языка, а язык есть продукт развивающейся цивилизации» [2, с. 366]. Это означает, что язык является одним из средств, с помощью которого человек может узнать о достижениях цивилизации разных эпох. Цивилизация – это «совокупность организационных средств (программ деятельности), посредством которых люди стремятся достичь тех общественных целей, которые заданы существующими универсалиями культуры и фундаментальными символами последней.<...> Именно осознание того обстоятельства, что культура любого отдельно взятого общества являет собой внутренне неразрывно взаимосвязанную, самоценную систему собственной науки (пусть в облике процедур колдовства), собственной литературы (пусть на уровне фольклора), собственных моральных и правовых норм (пусть в ипостаси табу) и т. п., предопределило широкое распространение понятия “Ц”.» [3, с. 919]. Из приведённого определения следует, что понятие цивилизация тесно связано с понятием культуры. Если рассматривать работы К. Леви-Строса, то язык может определяться как продукт, часть и условие культуры: «именно с помощью языка индивид обретает культуру своей группы» [4, с. 512]. У Э. Сепира есть важные методологические высказывания, раскрывающее единство культуры и языка: «Культуру можно определить как то, что данное общество делает и думает. Язык же есть то, как думают. Само собой разумеется, что содержание языка неразрывно связано с культурой» [5, с. 654].

Существует понятие, в рамках которого включаются все те, кто связаны общими языками, историей, культурой, цивилизацией. Нация – это «полисемантическое понятие, применяемое для характеристики крупных социокультурных общностей индустриальной эпохи. Существует два основных подхода к пониманию Н.: как политической общности (политические Н.) граждан определенного государства и как этнической общности (этно-Н.) с единым языком и самосознанием. [3, с. 539]. Связь языка с национальной культурой в своих работах подчёркивает В. Гумбольдт: «Всякое изучение национального своеобразия, не использующее язык как вспомогательное средство, было бы напрасным, поскольку только в языке запечатлен весь национальный характер» [6, с. 303]. Таким образом, функция языка заключается не только в средстве общения, но и передачи культуры.

В национальной концепции Республик Беларусь приводится следующее понятие: «национальная безопасность – состояние защищенности национальных интересов Республики Беларусь от внутренних и внешних угроз» [7]. Концепция необходима для обеспечения противодействия внутренним и внешним угрозам национальной безопасности. При изучении иностранных языков могут возникать риски, связанные с опасностью влияния на культуру стандартов поведения другого государства, заимствования психологических клише и стереотипов страны, язык которой изучается, что негативно влияет на культуру родной страны. Таким образом, при изучении иностранного языка многие могут неправильно понимать особенности культуры страны, язык которой изучается, и в дальнейшем начать идеализировать её. В результате актуализируется проблема возникновения угрозы национальной безопасности страны.

Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Влияние изучения иностранного языка на национальную модель хозяйствования и национальную безопасность // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2020. – № 3(53). – С. 84-89. – EDN RBOMPU. Уайтхед, А. Н. Избранные работы по философии. М., 1990. – с.86
2. Уайтхед А. Н. Избранные работы по философии: Пер. с англ./Сост. И. Т. Касавин: Общ. ред. и вступ. ст. М. А. Кисселя — М.: Прогресс, 1990. – с.366.
3. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / Главн. науч. ред. и сост. С. Ю. Солодовников. – Минск: МФЦП, 2002. – с. 539 – 919.

4. Леви-Строс, К. Структурная антропология / К. Леви-Строс ; К. Леви-Строс ; [пер. с фр. В. В. Иванова]. – Москва : Академический Проект, 2008. – (Философско-антропологические технологии). – ISBN 978-5-8291-0984-4. – EDN QOHZGV.

5. Э. Сепир Избранные труды по языкознанию и культурологии: пер. с англ. / Э. Сепир, А. Е. Кибрика. М.: Прогресс : Универс, 1993. – с.665

6. Гумбольдт, В. Фон. Язык и фило-со-фия куль-ту-ры : пер. с нем. Яз/ В. Фон Гумбольдт. М. : Прогресс, 1985. – с.450

7. Концепция национальной безопасности рб [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mil.by/ru/military_policy/basic/konsep/ – Дата доступа: 21.03.2023

УДК 005.332.2:637.1

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

А.А. Макаревич, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Молочная отрасль Беларуси имеет доминирующее значение в перерабатывающей промышленности, так как производит самые важные для населения страны продукты питания. По данным Министерства здравоохранения Республики Беларусь, от общего веса продуктового набора потребительской корзины жителей наибольший вес (более 40%) приходится на долю молока и молочных продуктов [1].

Молочная промышленность — отрасль пищевой промышленности, объединяющая предприятия по выработке из молока различных молочных продуктов. Наиболее характерными признаками развитого молочного рынка являются удовлетворенный спрос на молоко и молочные продукты, активизация спроса у потребителей, гибкость системы экономических отношений в цепочке «производство – переработка – потребление», сочетание невмешательства государства в хозяйственную деятельность субъектов молочного рынка с его регулированием на региональном, межрегиональном и национальном уровнях, наличие адекватной рыночным условиям нормативно-правовой базы [1].

Крупнейшими предприятиями отрасли являются открытое акционерное общество (ОАО) «Савушкин продукт» (г. Брест), холдинг «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка» (г. Могилев), ОАО «Минский молочный завод № 1» (г. Минск), ОАО «Гормолзавод № 2» (г. Минск), ОАО «Милкавита» (г. Гомель). Ассортимент молочной отрасли Республики Беларусь включает более 1500 наименований, в т. ч. масла сливочного – 30, сыров всех видов – более 300, цельномолочной продукции – более 700. В последние годы молокоперерабатывающие предприятия страны осваивают новые, нетрадиционные для отечественной отрасли виды продукции.

В Беларуси за 2022 г. произведено 7,6 млн тонн молока. Ассортимент молочной промышленности насчитывает более 1,8 тыс. наименований молочной продукции, более 40 — масло сливочного, а также сыров более 380 наименований. Молоко производится на 3,5 тыс. товарных ферм, на которых содержится порядка 1,4 млн голов стада. Средний удой в прошлом году составил 5,4 т/гол. При этом около 70% молока в стране производится в современных роботизированных комплексах [2].

В настоящее время Беларусь входит в ТОП-5 стран экспортеров молокопродуктов. География поставок охватывает 50 стран мира. В прошлом году этот список дополнили Нигер, Индия, Южная Корея, Гана. Структура экспорта сформирована с учетом спроса и ценовой конъюнктуры рынка:

– ЕАЭС – 88,2%,

– ЕС – 0,1%,

– другие страны – 11,7%.

Свыше 70 процентов экспортируется продукции с высокой добавленной стоимостью, обеспечивая тем самым поступление валютной выручки, стимулируя дальнейшее развитие молочной отрасли. 65% молочных продуктов, произведенных в Беларуси, реализуется на экспорт, который ежегодно увеличивается. За первые семь месяцев 2022 года из Беларуси за рубеж вывезено 2,3 млн тонн молочной продукции на сумму \$1,5 млрд. К аналогичному периоду 2021 года обеспечен при-

рост экспортной выручки на 19,9%. Уровень самообеспечения молочной продукцией за счет собственного производства в Беларуси превышает 260%. Для сравнения: в Испании, Болгарии, Румынии едва достигает 80% [1].

Государство непрерывно регулирует и оказывает стимулирующее воздействие на развитие молочной отрасли Республики Беларусь путем совершенствования нормативно-правовой базы (таблица 1).

Таблица 1. – Направления государственной политики по развитию молочной отрасли Беларуси

Документы	Характеристика
Стратегия развития молочной отрасли до 2025 г.	1) предусмотрено увеличение объемов производства молока до 9,2 млн т в год; 2) институтом мясомолочной промышленности проделана значительная работа по стандартизации: разработаны 23 госстандарта Республики Беларусь для молочной отрасли, готовится 6 межгосударственных; 3) высокий уровень системы контроля на всех этапах производства в соответствии со стандартом ГОСТ ISO/IEC 17025-2019;
Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг.	1) в пищевой промышленности планируется: – увеличить объемы выпуска продукции с глубокой переработкой сельскохозяйственного сырья, в том числе с использованием биотехнологий; – освоить производство принципиально новых экспортноориентированных продуктов, в том числе предназначенных для детей, беременных женщин, пожилых людей, для спортивного и диабетического питания; 2) крупнейшими инвестиционными проектами в молокопереработке являются: – строительство цеха по производству сухого быстрорастворимого молока (цельного и обезжиренного) в Копыльском филиале ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»; – строительство сыродельного цеха мощностью до 10 тонн сыра в сутки в ОАО «Полоцкий молочный комбинат».

Примечание – Составлено автором на основе [3]

Применение информационных технологий позволяет производить товары и предоставлять услуги, максимально учитывающие потребности покупателей, поэтому сложно недооценить роль цифровизации в развитие молочной отрасли (таблица 2).

Таблица 2 – Роль цифровизации в развитии молочной отрасли

Мероприятия	Характеристика
Компания «Савушкин продукт» получила гран-при первого республиканского конкурса «Лидеры цифровой экономики-2022» за масштабную комплексную работу по внедрению инновационных цифровых решений	Разработанная IT специалистами компании «Савушкин продукт» SCADA-система охватывает все процессы – от приемки молока до фасовки и перемещения товаров на склад, позволяет управлять технологическими процессами, выстраивать четкие правила работы оборудования, управлять производством.
	Комплексный проект от цифровизации полей до автоматизации складирования и отгрузки готовой продукции стал лучшим по цифровой трансформации процессов организации. Это отличная возможность гарантировать качество и безопасность натуральной молочной продукции компании, контролируя весь ее путь от поля до прилавка.
	Цифровым решением, которое вызвало особый интерес специалистов, является синхронно введенный в сентябре 2022 года в Беларуси и России проект маркировки молочной продукции.
Внедрение комплекса новых технологий на основе цифровой модели	Цифровизация позволяет стабилизировать затраты на производство, сохраняя высокое качество продукции.
	На основе цифровой модели построен полный комплекс технологий Smart Farm (IoT, аналитика, роботизированные компоненты) и Smart Farming, собственная Scada-система, роботизированное производство сыров и молока.
	Масштаб цифровизации и автоматизации производства основан на использовании роботом или программ, способных выполнять работу десятков людей, а и иногда и сотен сотрудников, не зная усталости, не допуская ошибок.

Примечание – Составлено автором на основе [2]

Таким образом, наблюдаются положительные тенденции в развитии молочной отрасли Республики Беларусь, о чем свидетельствует постоянное наращивание объемов производства молочной продукции, а также высокий статус страны на международной арене. Наблюдается высокая степень влияния цифровизации на отрасль, а развитие молочной промышленности обусловлено активным внедрением новых информационных технологий в производство. Однако несмотря на достигнутые результаты, в планах устойчивое и активное развитие молочной отрасли.

Список использованных источников

1. Состояние и тенденции развития молочной промышленности республики Беларусь [Электронный ресурс] / Электронная библиотека БТЭУПК. – Гомель, 2023. – Режим доступа: <http://lib.ibteu.by/>. – Дата доступа: 28.03.2023.
2. Мультифункциональная web-платформа для сельского хозяйства и промышленности AGRONEWS [Электронный ресурс] / Мультифункциональная web-платформа. – Минск, 2012-2023. – Режим доступа: <https://agronews.com/by/ru/news/breaking-news/2023-02-04/57912>. – Дата доступа: 28.03.2023.
3. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2003-2023. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 27.03.2023.

УДК 330.34.01

SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT: STATUS, PROBLEMS AND PROSPECTS

T.A. Makarich, 1st year

Scientific supervisor – **N.P. Bulanova**, senior lecturer

Belarusian National Technical University

The creation of economy that is based only on increasing income and reducing losses has caused such consequences as degradation of the natural, social and spiritual environment. Environmental problems, serious problems such as climate change, as well as social and gender differences are only a small part of what people faced at the beginning of the 21st century. All this has led to an awareness of the importance of sustainable development.

Today's perception of sustainable development was formed in 1983, when the United Nations convened the World Commission on Environment and Development, named after the Brundtland Commission (according to the surname of the chairman). The term "sustainable development" adopted by the commission, as well as its explanation, is still widely used [1].

Sustainable development is a set of actions aimed at meeting the current needs of a person without harming the environment, in other words, so that the development of the current generation does not run counter to the interests of the future. Sustainable development probably depends on the balance of three key components: economic growth, social responsibility and environmental balance [1].

In 2015, the 2030 Agenda for Sustainable Development was approved. However, some tasks developed on the basis of previously concluded international agreements are expected to be solved even before the end of 2030, in which seventeen Sustainable Development Goals are fixed. Not all of them are identically important for different parts of the world, but their full result will make it possible to improve the quality of life of modern as well as future generations. This is a global initiative that is expected to be implemented within the framework of a multilateral partnership.

The 2020 Sustainable Development Goals Report collected data that showed us that progress remained uneven and we are far from achieving these goals by 2030 [2]. Some successes were obvious: the proportion of children and young people who are unable to attend school has decreased; the incidence of many infectious infections has decreased; access to safe drinking water has improved; the proportion of women working in leadership positions has increased.

At the same time, the number of people suffering from food insecurity was on the rise, and the state of the natural environment continued to deteriorate at an alarmingly rapid rate. And because of the COVID-19 pandemic, achieving goals has become even more difficult. Health systems in many countries are on the verge of collapse. The financial situation of half of the world's workforce has seriously deteriorated.

Governments and businesses should take into account the lessons learned from this situation in order to formulate the types of transition processes needed to build a healthier, more resilient and sustainable world. The central place in such transitions is occupied by timely statistical data, on the basis of which effective and fair measures and policies can be formed.

The concept of sustainable development, despite all its abstractness, encourages large companies to think not only about profits, but also about other important aspects. According to experts, a business cannot be called socially responsible if employees plant two hundred trees every day, but at the same time the company's emissions are off the scale, it produces a low-quality product or violates the rights of indigenous peoples. Sustainable development is a balance in everything [2].

As a result, the term sustainable development means the future desired quality of life for people, and humanity strives to create all conditions for it

References

1. Julia S. Sustainable development: what is it and what is its significance, [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.forbes.ru/obshchestvo/425081-ustoychivoe-razvitie-cto-eto-takoe-i-v-chem-ego-znachimost/>. — Access date: 25.03.2023.

2. Kuznetsov A. WHAT IS "SUSTAINABLE DEVELOPMENT"? AND HOW DOES IT AFFECT OUR LIVES, [Electronic resource]. — Access mode: <https://amr.ru/press/publications/3902/>. — Access date: 25.03.2023

УДК 338

МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НЕДОБРОСОВЕСТНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ ПРИ РАСКРЫТИИ ИНФОРМАЦИИ ОБ ESG

И.Р. Макарова, С.С. Дашкевич, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В начале 2000-х гг. на мировом рынке появился новый феномен, который уже успел заставить обратить на себя внимание со стороны разных групп общественности. Этот феномен называется ESG или набор стандартов относительно экологического, социального и корпоративного управления. Несмотря на короткий срок существования этих стандартов, уже была выявлена заинтересованная группа лиц, которая нашла возможность недобросовестно использовать и манипулировать информацией в своих корыстных целях. Для начала рассмотрим, какую роль играют рейтинговые агентства в ESG и как это повлияло на ускорение борьбы регуляторов с ESG, который, в свою очередь, растёт из года в год в геометрической прогрессии.

В общем смысле, рейтинговые агентства зарабатывают на доверии инвесторов к тому, что агентство непредвзято оценивает организацию. С другой стороны, в случае если организация с высоким рейтингом ESG ухудшит свои финансовые показатели, и инвесторы потеряют деньги, то вкладчики будут считать себя обманутыми и изменят своё отношение к агентству. А компании, в свою очередь, уйдут к другому агентству, доверие инвесторов к которому ещё не подорвано.

Именно по этой причине рейтинговые агентства, оценивающие компании с точки зрения ESG, не берут во внимание существенные факторы, влияющие на общество и экологию, но не влияющие на кредитоспособность компании. Вследствие этого можно сделать вывод, что рейтинговые агентства, оценивающие организацию со стороны ESG и оценивающие со стороны кредитоспособности выполняют одну и ту же задачу, но первые при этом в своих отчётах делают акцент на PRI (принципы ответственного инвестирования). В связи с этим, инвесторы не особо вдаются в детали и вкладываются в компании с высоким рейтингом ESG, предполагая, что делают благое дело, а в результате возникает угроза появления пузыря на рынке.

В связи с этим, 10 марта 2021 году Европейская комиссия ввела единый стандарт терминологии ESG, отчётности и раскрытия информации, разработав Положение о раскрытии информации в области устойчивого финансирования (SFDR) [1]. Введение SFDR в Европейском союзе было обусловлено значительным и неконтролируемым ростом ESG за последнее время (35 триллионов

долларов США в 2021 году и 50 триллионов долларов США по прогнозам к 2025 году, что составляет более трети всех мировых активов).

SFDR предполагает чёткую классификацию инвестиционных фондов по продуктам, в которые они вкладывают активы. Из положения можно выделить 3 основные статьи, описывающих данную классификацию:

- Статья 6. Фонды, которые не учитывают соображения устойчивости и / или не считают риски устойчивости релевантными, или не соответствуют критериям статьи 8 или 9.
- Статья 8. Фонды, которые способствуют экологическим или социальным характеристикам, но не обязательно имеют устойчивое инвестирование в качестве своей основной цели.
- Статья 9. Фонды, основной целью которых является устойчивое инвестирование, что означает, что они инвестируют в компании, которые явно демонстрируют положительные устойчивые результаты в рамках своей бизнес-модели.

SFDR предоставляет возможность получать инвесторам надёжную информацию об эмитенте, а также снижает риски наткнуться на *greenwashing* (зелёный камуфляж – маркетинговая стратегия, при которой компании привлекают на свою сторону клиентов, заботящихся об окружающей среде, хотя при этом сами компании таковыми не являются). Отличительными особенностями SFDR является то, что, во-первых, это вынуждает управляющих активами обосновывать ESG претензии, сравнивая их с нормами, которые непрерывно дорабатываются европейскими властями. Во-вторых, оно интегрируется с другими частями финансового законодательства. И, в-третьих, влияние SFDR распространяется не только на ЕС, но и за его пределами, так как обязывает компании со всего мира соблюдать европейские правила, если они осуществляют свою деятельность в этом регионе. Таким образом, по оценкам S&P Global, инвестиционные фонды, не входящие в ЕС, стоимостью более 3 триллионов долларов США, должны придерживаться положения [2]. Предполагается, что это число несколько занижено, так как учитывает только зарегистрированных менеджеров.

SFDR зарекомендовало себя как эффективный борец с недобросовестным поведением компаний на рынке ещё до его введения. В течение двух лет до опубликования правил, была снята метка «ESG integrated» с финансовых продуктов на сумму более 2 триллионов долларов США.

В общих чертах SFDR является действенным способом защиты общества от манипулирования информацией в области ESG, но в то же время можно заметить и существенные недостатки данного свода правил. Первым из них можно выделить то, что положение не охватывает все стороны недобросовестного поведения компаний. Власти ЕС связывают это со скоростью, с которой был собран SFDR. Дело в том, что процесс создания был ускорен из уже отмеченного выше бесконтрольного ускорения роста ESG [2].

Таким образом, за период 2014–2020 гг. в инвестиционные фонды с упором на ESG ежегодно вкладывались активы на сумму примерно в 5 триллионов долларов США. Данная тенденция вынудила регуляторы перейти к незамедлительным действиям, так как существует угроза возникновения пузыря на рынке.

Вторым недостатком является то, что оно действует только на территории ЕС и на компании, осуществляющие свою деятельность в этом регионе. Ввиду этого предлагаем рассмотреть, как обеспечивается прозрачность информации на других рынках.

В марте 2022 года SEC (комиссия по ценным бумагам и биржам США) опубликовала более 500 страниц правил, которые обязывают раскрывать информацию о выбросах парниковых газов [3]. Правила были введены под давлением общественности, так как на долю публично торгуемых компаний приходится 40% выбросов. Следует отметить, что до публикации правил организации также раскрывали информацию, связанную с климатом, некоммерческой организации CDP (по состоянию на 2021 год таких компаний насчитывалось более 13 000).

В апреле 2022 года в Великобритании ввели обязательство для компаний сообщать о своих рисках, связанных с климатом.

Законодатели Швейцарии планируют потребовать от некоторых компаний начать сообщать о своих рисках, связанных с климатом, в 2024 году.

В 2021 году Новая Зеландия стала первой страной, принявшей правила, требующие раскрытия информации о климатических рисках со стороны компаний.

Сравнивая вышеперечисленные правила, можно отметить, что их направление основывается на одних и тех же принципах, а именно на раскрытии полной и достоверной информации о наносимом ущербе окружающей среде со стороны компаний. Однако введение этих правил основано на разных причинах. Мотивом введения регулирующих законодательных актов в ЕС, как уже отмечалось выше, стал бесконтрольный рост инвестиций в ESG, а в США – чрезмерное количество выбросов CO₂ в атмосферу.

Список использованных источников

1. SFDR: What it means for ESG [Electronic resource] // Conservice ESG. – Access mode: <https://www.gobyinc.com/what-sfdr-means-for-esg/> Access date: 13.03.2023.
2. Fund managers brace for correction as greenwash rules go global [Electronic resource] // Bloomberg. – Access mode: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-10-13/fund-managers-brace-for-correction-as-greenwash-rules-go-global> Access date: 13.03.2023.
3. Five key takeaways from SEC's proposal for climate disclosures [Electronic resource] // Bloomberg. – Access mode: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-21/five-key-takeaways-from-sec-s-proposal-for-climate-disclosures> Access date: 13.03.2023.

УДК 339.564.2

СТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.А. Мангерт, Т.И. Седлер, А.Г. Мисник, 3 курс

Научный руководитель – **Е.А. Вакулич**, ассистент кафедры финансового менеджмента
Полесский государственный университет

На сегодняшний день экспорт товаров играет важную роль в развитии государства, способствуя созданию тесных связей с мировой экономикой, что повышает жизненный уровень населения за счет преимуществ международного разделения труда, позволяет приобрести новые технологии для роста эффективности производства. Все это, в конечном итоге, ведет к стабильному экономическому росту и накоплению национального богатства.

Республика Беларусь проводит экспортно-ориентированную политику, именно поэтому удельный вес экспорта товаров составляет более половины ВВП. Покупая у других стран необходимые объемы углеводородного сырья и других промежуточных товаров, наша страна компенсирует их стоимость валютной выручкой, в первую очередь от экспорта товаров. Таким образом, экспорт оказывает непосредственное воздействие на объем золотовалютных резервов, способствует укреплению национальной валюты страны, а также содействует процветанию экономики государства в целом [1, с. 5].

Экспорт товаров Беларуси за первые три квартала 2022 года составил 26,8 млрд. долл. США [2]. В свою очередь, крупнейшим потребителем белорусской продукции стала Российская Федерация, удельный вес которой занимает более 50% в экспорте товаров страны [3]. Другими главными внешними партнерами выступают Китай, Нидерланды, Польша, Германия.

Проанализируем структуру экспорта товаров Республики Беларусь на основании данных рисунка 1.

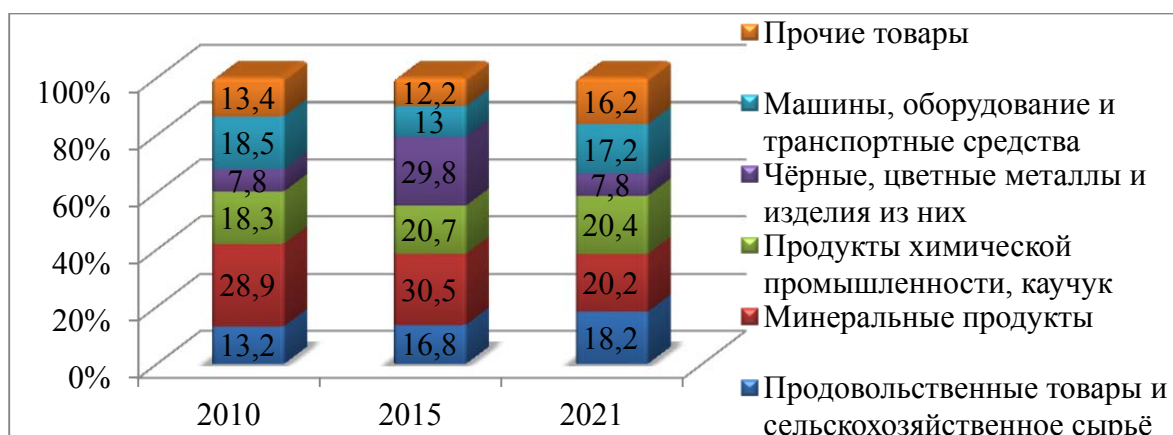


Рисунок 1. – Структура экспорта товаров Республики Беларусь, %

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Исходя из рисунка 1 видно, что основным направлением белорусского экспорта в 2021 году выступают продукты химической промышленности, каучук, которые занимали третье место в 2010 и 2015 годах. Доля данной продукции в 2021 году снизилась по сравнению с 2015 годом на 0,3 п.п., а в 2015 году увеличилась на 2,4 п.п. по сравнению с 2010 годом. За весь анализируемый период наша страна смогла расширить географию экспорта калийных удобрений – главным образом за счет стран Азии и Африки, что обусловило рост удельного веса товаров химической промышленности, каучук в структуре экспорта.

На втором месте расположились минеральные продукты, занимавшие первое место в 2010 и 2015 годах. Доля данной продукции в 2021 году снизилась по сравнению с 2015 годом на 10,3 п.п., а в 2015 году увеличилась на 1,6 п.п. по сравнению с 2010 годом. Минеральная продукция уступила первое место химической промышленности, каучук из-за снижения производства нефтепродуктов.

Закрывают тройку лидеров продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё, занимавшие лишь шестое и четвертое место в 2010 и 2015 годах соответственно. В 2015 и 2021 годах рост удельного веса этой продукции составил 3,6 п.п. и 1,4 п.п. соответственно. Ежегодное возрастание экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья объясняется увеличением спроса вследствие расширения ассортимента и повышения качества выпускаемой продукции. Сейчас Республика Беларусь стала одним из ведущих мировых экспортеров продовольствия.

Как уже говорилось, главным потребителем белорусского экспорта на протяжении долгих лет является Российская Федерация. За январь-октябрь 2022 года экспорт республики в Россию составил 18 млрд. долл. США или 55% от общего экспорта страны [4]. Для более подробного анализа структуры экспорт товаров Республики Беларусь в Российскую Федерацию используем рисунок 2.

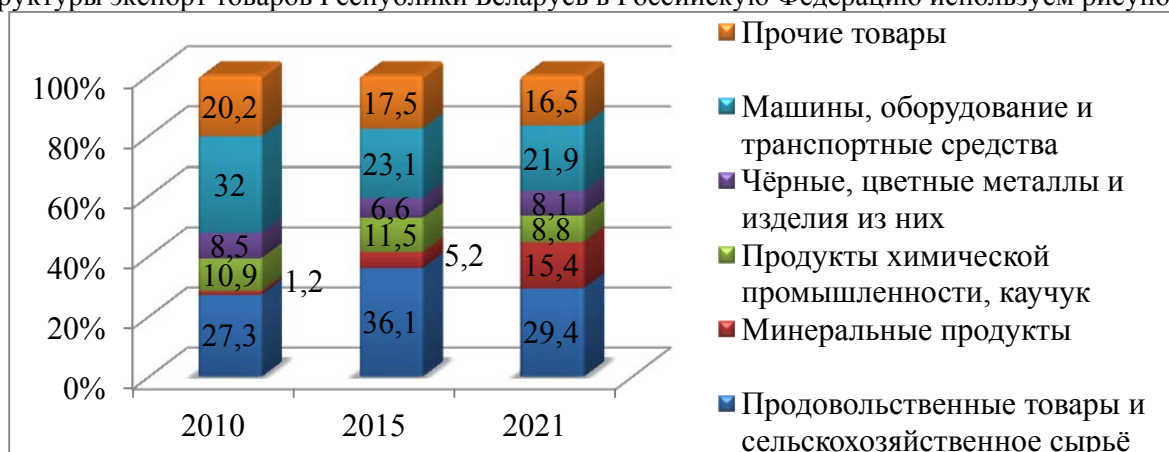


Рисунок 2. – Структура экспорта товаров из Республики Беларусь в Российскую Федерацию за 2010, 2015, 2021 гг., %

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

В основном белорусский экспорт в Россию в 2021 году представлен продовольственными товарами и сельскохозяйственным сырьём, которые занимали второе и первое место в 2010 и 2015 годах соответственно. Доля данной продукции в 2021 году снизилась по сравнению с 2015 годом на 6,7 п.п., а в 2015 году увеличилась на 8,8 п.п. по сравнению с 2010 годом. Объёмы поставок из Республики Беларусь снизились из-за диверсификации экспорта продовольствия.

На втором месте расположились машины, оборудование и транспортные средства, занимавшие первое и второе место в 2010 и 2015 годах соответственно. В 2015 и 2021 годах снижение удельного веса этой продукции составило 8,9 п.п. и 1,2 п.п. соответственно, что также обусловлено разнообразием географической структуры экспорта.

Прочие товары стабильно замыкают тройку лидеров в экспорте на протяжении всего анализируемого периода.

Исходя из проведённого анализа, можно сказать, что структура экспорта товаров Республики Беларусь характеризуется преобладанием продукции химической промышленности, каучук, минеральных продуктов, а также продовольственными товарами и сельскохозяйственным сырьём. Ко всему прочему, экспорт в Россию представлен также машинами, оборудованием и транспортными средствами. Таким образом, в настоящий момент Беларусь является одним из самых востребованных в мире экспортёров данных товаров, завоевав доверие потребителей благодаря высокому качеству и доступной цене выпускаемой продукции.

Список использованных источников

1. Дайнеко А., Береснев Д. Внешняя торговля и развитие экономики Беларуси // Наука и инновации. – 2019. – № 1 (191). – С. 4-12.
2. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/balpay>. – Дата доступа: 27.03.2023.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/-AggregatedDb>. – Дата доступа: 30.03.2023.
4. Как Россия и Беларусь натерговали до рекорда в условиях санкций. ilex.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/preferentsialnyj-rezhim-kak-rossiya-i-belarus-natorgovali-do-rekorda-v-usloviyah-sanktsij>. – Дата доступа: 31.03.2023.

УДК 331.423

ГИБРИДНЫЙ ФОРМАТ РАБОТЫ: ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.С. Манчик, К.В. Гороховик, 2 курс

Научный руководитель – **А.В. Копытовских**, к.т.н., доцент

Полесский государственный университет

Еще до появления вируса COVID-19 возник новый формат работы, получивший название «гибридная работа». Однако пандемия сильно увеличила распространенность этого формата за счет того, что многие компании перевели своих работников на дистанционную работу. Понятие «гибридная работа» означает комбинацию занятости в офисе и удаленной работы из дома. Актуальность темы состоит в том, что гибридная работа может иметь глубокие социально-экономические последствия для сотрудников, компаний и общества в целом.

Причиной развития гибридного режима работы стали проблемы, связанные с тем, что полностью удаленный формат, к примеру, может не обеспечить эффективность и эффективную коммуникацию между работниками, в то время как традиционный очный формат может являться небезопасным в условиях пандемии.

Цель создания нового режима состоит в сочетании достоинств двух форматов и максимальном исключении недостатков. Он даст возможность сохранить производительность и эффективность работы в условиях быстро меняющихся условий внешней среды [1].

Существует 5 основных моделей гибридного формата работы, отличия которых состоят в пропорциях сочетания работы из офиса и удалённой (табл. 1).

Таблица 1. – Классификация гибридного формата работы

Модель	Соотношение работы из офиса и удаленной работы
Модель, ориентированная на офис	Работа в офисе большую часть недели, остальное время – удалённо.
Полностью гибкая модель	Работа возможна как в офисе, так и удалённо, в зависимости от желания сотрудников и требований компании.
Модель, дружелюбная к удалённой работе	Удалённая работа, но с четко установленными правилами, например, определённое количество дней.
Модель удалённого офиса	Работа только из дома/другого удаленного места; компания не предоставляет офисные рабочие места.
Модель, ориентированная на удалённую работу	Работа полностью удаленно, без необходимости посещать офис; коммуникации осуществляются через интернет и другие средства связи.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

Помимо перечисленных, есть и иные вариаций гибридной работы, каждая из которых имеет свои достоинства и недостатки. Выбор компанией подходящей модели должен осуществляться на основе их потребностей и бизнес-моделей.

После снятия ограничений, связанных с защитой здоровья населения, доля работающих удаленно, хотя и снизилась, остается намного выше допандемического уровня. Этому способствуют преимущества, которые получают и работники и сами компании от внедрения гибкого режима работы (табл.2). Также многие люди за это время успели изменить свой стиль жизни, поэтому комфортное комбинирование работы из дома и работы из офиса даёт им возможность более удачно интегрировать работу в их новый жизненный график.

Таблица 2. – Сравнительная таблица достоинств и недостатков гибридного формата работы

Гибридный формат работы	
Положительные стороны	Отрицательные стороны
Снижение транспортных расходов и экономия времени на дорогу, что означает более грамотное использование времени сотрудника	Ухудшение психологического климата в компании: усложнение коммуникаций между сотрудниками и отделами, снижение уровня доверия к команде.
Снижение затрат на аренду офисных помещений, коммунальные платежи	Неравенство между офисными и удалёнными сотрудниками.
Обеспечение комфорта и удовлетворенности сотрудников за счет свободы в выборе места работы, что приведет к повышению производительности	Риск снижения производительности при недостаточной компетентности работников, отсутствии у них навыков управления своим временем и возможностями в условиях удалённой работы.
Улучшение уровня мотивации сотрудников, который обеспечивается работой в оптимальных для него условиях	Необходимость четкого планирования и организации работы для обеспечения сотрудникам равного доступа к информации и возможности сотрудничества.
Расширение круга кандидатов, так как появляется возможность найма сотрудников из разных регионов или областей	Необходимость дополнительных затрат на оборудование, требующееся для поддержания удалённой работы.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1]

Сравнение достоинств и недостатков гибридной работы позволяет сделать вывод, что такой режим может стать эффективным решением для многих компаний, но важно вводить ее с умом, учитывая индивидуальные потребности и предпочтения работников, возможности и цели компании. Гибридная работа предоставляет сотрудникам возможность работать из офиса в те дни, когда они чувствуют себя изолированными и хотят пообщаться с коллегами или хотят получить среду, в которой будет меньшее число отвлекающих факторов.

В Республике Беларусь развитие гибридной работы имело свои особенности, связанные с пандемией. Если большинство стран в 2020-2021 гг. вводили ограничения на перемещение людей,

закрыли многие предприятия и организации, чтобы замедлить распространение вируса, то в Беларуси не было карантина и многие компании продолжали работать в обычном режиме, то есть существенного «толчка» к внедрению гибридного режима работы не было.

Но это не означает, что нигде в Беларуси не была введена гибридная работа. Те компании, что имеют международных клиентов, последовали примеру зарубежных стран и перешли к смешанному формату работы. Это было сделано с целью обеспечения безопасности и здоровья своих сотрудников и клиентов.

В 2021 г. было проведено исследование, в котором поучаствовало 235 белорусских компаний. Результаты этого исследования:

- 88% предпринимателей считает смешанный вариант работы подходящим для ведения бизнеса;
- 50% компаний планирует внедрить такой формат в своих организациях;
- 74% сотрудников посчитало, что сможет с лёгкостью адаптироваться к гибриднему режиму работы [3].

Помимо перечисленных данных, важно отметить, что 71% опрошенных проголосовал за легализацию смешанного формата работы. И это отражает одно из особых отличий введения гибридной работы в Беларуси: это произошло в условиях отсутствия официальной поддержки государства и законодательной базы для удаленной работы. То есть компании, желающие перейти на гибридную работу, должны были разработать собственные правила и процедуры для обеспечения безопасности своих сотрудников и эффективности работы. Сейчас в Трудовом кодексе Республики Беларусь представлена только дистанционная работа, но предполагается добавление смешанной. Новый законопроект был предложен в ноябре прошлого года и предполагал максимальное удовлетворение интересов как работников, так и нанимателей [4].

Не менее значимым является и то, что в Беларуси существует определенная культура работы в офисе: личное присутствие на рабочем месте – важный показатель продуктивности. Следовательно, компании должны приложить усилия в вопросе изменения культуры работы, если хотят ввести гибридную работу.

Таким образом, можно сделать вывод, что гибридная модель работы имеет свои достоинства и недостатки, которые зависят от конкретной ситуации и потребностей компании и ее сотрудников. Поэтому, выбор гибридной работы должен основываться на конкретных потребностях и возможностях компании и ее сотрудников, и требует более тщательного и дифференцированного подхода к управлению командой. Введение гибридной работы в Беларуси имело свои особенности, отличающие её от других стран, но в целом оно следовало общемировому тренду, где многие компании перешли на гибридную работу, чтобы обеспечить безопасность своих сотрудников и сохранить работоспособность в период пандемии.

Список использованных источников

1. Гибридный формат работы: в чем особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://friend.work/blog/gibridnyj-format-raboty#2>. – Дата доступа: 23.03.2023.
2. Гибридная работа: что это такое и какие виды бывают? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://swedbyte.ru/gibridnaja-rabota/>. – Дата доступа: 23.03.2023.
3. Гибридная работа: как белорусские компании относятся к работе из дома и в офисе? [Электронный ресурс]. – Исследование аналитического центра онлайн-сервиса для управления бизнесом «Битрикс24»*. – Режим доступа: <https://www.bitrix24.by/press-release/investigations/gibridnaya-rabota-kak-belorusskie-kompanii-otnosyatsya-k-rabote-iz-doma-i-v-ofise.php>. – Дата доступа: 23.03.2023.
4. В Беларуси узаконят гибридные офисы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://officelife.media/news/38020-v-belarusi-uzakonyat-gibridnye-ofisy/>. – Дата доступа: 23.03.2023.

ВЛИЯНИЕ МОТИВАЦИИ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Е.С. Матвейчук, А.С. Щербак, 2 курс
Научный руководитель – **А.В. Копытовских, к.т.н., доцент**
Полесский государственный университет

В современном мире каждая компания любого масштаба и на любом рынке стремится получить конкурентные преимущества, чтобы эффективно реализовать производительность и стать лидером. Для достижения этого предприятия должны четко ставить свои цели и понимать, как добиться этого с использованием доступных ресурсов без вреда для окружающей среды.

Под персоналом подразумеваются все сотрудники предприятия, а также все люди, занятые в организации. В состав персонала могут входить также собственники предприятия, если они выполняют какие-либо производственные или управленческие функции. В общем понятии, персонал – это все сотрудники, которые принимают непосредственное участие в деятельности и достижении его целей [1].

Мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности, придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей [2].

Рассмотрим основные факторы, которые оказывают влияние на процесс управления мотивацией работников.

Неочевидность мотивов поведения человека. Можно только предполагать и догадываться о мотивах, которые влияют на человека. Необходимо длительное время наблюдать за работником, чтобы выяснить ведущие мотивы, которые руководят поведением человека.

Изменчивость мотивационных процессов. Содержание и характер мотивационного процесса зависят от того, какие потребности у сотрудника. Однако эти потребности находятся в сложном динамическом взаимодействии. В зависимости от конкретной ситуации потребности человека изменяются, что может привести к непредсказуемой реакции работников на мотивирующее воздействие со стороны руководителя.

Различие мотивационных структур работников. Сила мотивов, их устойчивость, структурированность уникальные для каждого человека и поразному влияют на его поведение. То, что эффективно для мотивации одних людей, оказывается неэффективным для других.

Наличие множества путей и способов удовлетворения отдельной потребности человека. Взаимозависимость работ в организациях, недостаточная информированность о результатах работы сотрудников, частые перемены в служебных обязанностях вследствие совершенствования технологии.

Во многих организациях люди, их потребности, мотивы, интересы находятся не на первом месте у руководства. Для них у менеджеров часто не остается времени.

Подводя итог, нужно подчеркнуть, что мотивация является значимым, необходимым и весьма важным фактором развития высокоэффективной экономики. Руководители современных предприятий должны ясно представлять, что без эффективной мотивационной системы нельзя организовать рабочий коллектив, задействовать в полной мере человеческий ресурс и потенциал каждого сотрудника, так как только такому коллективу под силу воплощать поставленные задачи предприятия.

Цель мотивации – использовать все кадровые резервы и трудовые ресурсы. Сотрудники, работающие в любой сфере бизнеса, являются одним из его самых важных активов. Поэтому важно, чтобы они всегда работали с оптимальной эффективностью.

Как уже известно, мотивация бывает материальная и нематериальная. Для эффективной работы предприятия важно использовать этот инструмент в полной мере.

К примеру, рассмотрим опыт стимулирования сотрудников в ОАО «Савушкин продукт».

Компания «Савушкин продукт» – лидер молочной отрасли Беларуси, один из крупнейших производителей натуральной молочной продукции в Восточноевропейского региона, входит в первую тройку крупнейших молочных компаний СНГ.

Производство осуществляется на 7 площадках, расположенных в Березе, Иваново, Ивацевичах, Пинске, Столине, Барановичах и Орше. Производственные площадки сертифицированы в соответствии с высшими мировыми и национальными стандартами: СТБ ISO 9001 – 2015, ISO 14001, OHSAS 18001 и FSSC 22000. Около 60% производимой продукции «Савушкин продукт» направляется на экспорт. Экспортный рынок – более 30 стран мира. Среди них: Россия, КНР, Казахстан, Азербайджан, Япония, Филиппины, Иордания, Сингапур, США, страны ЕС и др. [3].

К материальным источникам мотивации персонала относится заработная плата и дополнительные выплаты за наставничество и обучение. Сюда же входят программы обучения, культурно-массового и медицинского обслуживания, позволяющие получить профессиональную самореализацию, корпоративное обучение, а также оплачиваемую аренду спортзалов и дорожек для посещения бассейна.

Нематериальная мотивация включает стимулирование, регулирующее поведение работника на основе общественного признания; трудовое или организационное стимулирование; стимулирование свободным временем. Работники компании постоянно принимают активное участие в туристических слетах и спартакиадах, ежегодно проводятся «Дни здоровья» для различных подразделений и филиалов компании. Продолжительность рабочего времени установлена не более 40 часов в неделю, применяются гибкие режимы работы и суммированный учет рабочего времени с полной отработкой установленного законом годового баланса. Предоставляются ежегодный оплачиваемый отпуск не менее 24 календарных дней, дополнительный отпуск за работу с вредными условиями труда из расчета 4 или 7 календарных дней [4].

Анализ опыта мотивации персонала показал, что основным способом мотивации является оплата труда (материальное стимулирование). Но также компании следят за формированием корпоративной культуры и предоставления сотрудникам социально-психологических благ.

На самом деле, существует множество вариантов мотивации. Здесь все зависит от руководителя и его способности к коммуникациям и сплоченности персонала.

Стив Джобс цитировал: «Если вы не увлечены по-настоящему своей идеей, никто не последует за вами». Поэтому руководителю важно «гореть» своей идеей и «зажигать» свой персонал для повышения эффективности деятельности всего предприятия [2].

Таким образом, мотивация важна как для отдельного человека, так и для организации. Для человека мотивация - это важнейший элемент, побуждающий человека к достижению своих личных целей. В рамках организации мотивация является важной для повышения удовлетворенности сотрудников. Кроме того, мотивация побуждает человека расширять свои знания, исследовать и раскрывать все свои возможности и потенциал. Соответственно, с организационной точки зрения мотивация ведет к эффективному отношению к труду, быстрой адаптации к изменениям и большей креативности.

Список использованной литературы

1. Научный журнал. Вестник евразийской науки [Электронный ресурс] / М.А. Карасев, Персонал организации: понятие, структура и методы управления. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/personal-organizatsii-ponyatie-struktura-i-metody-upravleniya>. Дата доступа: 28.03.2023.
2. Мотивация персонала – путь к эффективной работе предприятия [Электронный ресурс] / А.С. Щербак // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси : материалы XVI международной молодежной научно-практической конференции. Режим доступа: https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/25868/1/Motivatsiia_personala.pdf. Дата доступа: 28.03.2023.
3. Официальный сайт. ОАО «Савушкин продукт – холдинг Санта» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://santaholding.com/sfery-deyatelnosti/savushkin-produkt/>. Дата доступа: 29.03.2023.
4. Стимулирование трудовой деятельности персонала на примере ОАО «Савушкин продукт» [Электронный ресурс] / К.Р. Зуенок. Режим доступа: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/10859/1/17.pdf>. Дата доступа: 29.03.2023.

П.В. Михута, А.И. Иванюк, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Инновация, нововведение (англ. innovation) — это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Примером инновации является выведение на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности производственных систем [1].

На данный момент перед системой высшего образования Республики Беларусь ставятся важные задачи современного уровня, которые предусматривают крупные и значимые изменения.

Одной из характеристик современного международного развития является совершенствование национальных систем образования, повышение конкурентоспособности и привлекательности для потребителей образовательных услуг со всего мира.

Целью государственной стратегии модернизации образования в Республике Беларусь является анализ и внедрение базовых компетенций в области информации.

В Беларуси в ноябре 2018 года была разработана концепция цифрового образования. Специалисты говорят, что, в первую очередь такой шаг был вызван динамикой внешних условий, которые показывают быструю смену технологий. На сегодняшний день, чтобы процесс трансформации проходил быстрее, над проектами работают высококвалифицированные ученые и студенты различных вузов страны, а также создают подходы для выявления новых специальностей и возможности для непрерывного образования.

Цель цифровой трансформации процессов в системе образования:

1. Стимулировать подготовку обучающихся к жизни в цифровом обществе;
2. Систему образования подготовить к работе в условиях быстрых изменений:
 - внедрению инновационных технологий,
 - изменению образовательных парадигм,
 - гибкому формированию требований и программ;
3. Способствовать оптимизации процессов, протекающих в системе образования;
4. Обеспечить наиболее качественные и мобильные образовательные услуги на всех ступенях общего среднего образования;
5. Содействовать повышению узнаваемости национальной системы образования и увеличению экспорта образовательных услуг [2].

Для достижения указанных целей необходимо сосредоточить внимание на разработке и внедрении списка наиболее востребованных в системе образования электронных сервисов:

- Обеспечивающих жизнедеятельность учреждения образования и органа управления образованием;
- Используемых обучающимися в ходе их участия в образовательном процессе;
- Используемых педагогическими работниками при организации, осуществлении и анализе образовательного процесса;
- Используемых законными представителями обучающихся как участниками образовательного процесса;
- Обеспечивающих формирования статистических данных о системе образования, учреждении образования, участниках образовательного процесса.

Основные направления цифровой трансформации системы образования:

1. Улучшение состояние материально-технической базы учреждений образования (оснащение учреждений образования современной компьютерной и мультимедийной техникой, совершенствование внешних и внутренних локальных сетей, приобретение средств защиты информации и т.д.);

2. Развитие информационно-образовательного контента и модернизация существующего программного обеспечения;
3. Построение информационной системы управления образованием;
4. Создание единой системы интернет-сайтов учреждений образования;
5. Создание корпоративной системы видео-конференц-связи и корпоративной системы электронной почты [2].

На данный момент, современные интернет-технологии находятся на наивысшей точке своего развития. Они образуют гигантскую сеть с большим количеством информации и вовлеченных к участию в этом процессе студентов и преподавателей.

Чтобы быть успешным в своей профессии, уже недостаточно окончить университет и наработать стаж. Необходимо постоянно развиваться, овладевать новыми навыками и знаниями, повышая тем самым свою профессиональную компетентность. Дистанционное образование делает этот процесс более легким и доступным, так как экономит временные ресурсы, снижает затраты и позволяет повысить качество обучения за счет применения современных средств и технологий.

В 2022/2023 учебном году необходимо сосредоточить внимание на реализации мероприятий в сфере информатизации и цифровизации системы образования, определенных Государственной программой «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы, утвержденной постановлением Совета Министра Республики Беларусь от 02.02.2021 №66, и Государственной программой «Образование и молодежная политика» на 2021-2025 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29.01.2021 №57.

Главным направлением должно быть внедрение принципов и технологий, которые обеспечивают комплексное решение управленческих задач и улучшение образовательной деятельности на основе глобального использования электронных коммуникаций для информационного взаимодействия всех участников образовательного процесса [2].

Таким образом, инновационное развитие образования в Республике Беларусь осуществляется через улучшение материально-технической базы учреждений, организацию комфортной здоровьесберегающей среды для учащихся, применение в учебном процессе современных методик обучения, внедрением единой системы интернет-сайтов учреждений образования. Данные факторы позволят информационно-коммуникативным технологиям стать мощным фактором воспитания интеллектуальных, творческих и нравственных учащихся учреждений образования Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Инновация [Электронный ресурс] / Словарь «Академик». – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/tuwiki/152267>. - Дата доступа: 19.03.2023
2. Инструктивно-методическое письмо Министерства образования Республики Беларусь «Об использовании современных информационно-коммуникационных технологий в учреждениях общего среднего образования в 2022/2023 учебном году» [Электронный ресурс] / ГУО «Минский городской институт развития образования» - Режим доступа: <http://mgiro.minsk.edu.by/main.aspx?Guid=175523>. – Дата доступа: 19.03.2023

УДК 339.5

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.В. Мороз, 2 курс

Научный руководитель – **Я. И. Добринец**, преподаватель-стажер

Полесский государственный университет

Стратегически важной целью для республики является определение её внешнеторгового потенциала, места в международном разделении труда и обеспечения плавности вхождения в мирохозяйственные связи.

Торговля – предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров, а также на продажу товаров собственного производства их производителями для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью [1].

Внешнеторговая деятельность – деятельность по осуществлению внешней торговли товарами, и (или) услугами, и (или) объектами интеллектуальной собственности [2].

Особенностью Республики Беларусь как страны с малой открытой экономикой является ее экспортоориентированный характер: на долю экспорта приходится 60–70% ВВП и около 65% объема промышленного производства.

Республика Беларусь имеет экспортно-импортные связи более чем со 200 странами мира. Основными внешнеторговыми партнерами республики являются Россия, Германия, Украина, Польша, Латвия, Литва, Италия, США.

Важной перспективной задачей для Беларуси является наращивание экспорта высокотехнологичной продукции в страны ЕС, что требует повышения ее качества и конкурентоспособности. С этой целью необходимо создание благоприятных общесистемных условий в экономической, институциональной, правовой и других сферах.

Важнейшая роль принадлежит сотрудничеству в рамках экономической интеграции Беларуси и России, укреплению и углубленному развитию связей с государствами - участниками Содружества Независимых Государств, а также с другими интеграционными образованиями.

Одно из направлений активизации внешнеэкономической деятельности - развитие свободных экономических зон в целях наращивания экспортного потенциала, развития импортозамещающих производств.

При этом основным направлением импортозамещения должна быть организация производства тех видов продукции, которые востребованы в республике, имеют высокую добавленную стоимость и затраты на организацию производства которых дадут наибольшую отдачу по сравнению с организацией производства другой продукции, ориентированной на внутренний и внешние рынки.

Перспективы развития внешней торговли со странами ЕС.

Хотя сотрудничество с Европейским союзом - стратегический приоритет для Республики Беларусь, на сегодняшний день оно является значительно менее тесным, чем с Российской Федерацией.

С целью углубления сотрудничества Беларуси и ЕС необходимо, во-первых, обеспечить диверсификацию структуры экспорта на рынках ЕС и СНГ с целью максимального снижения зависимости Беларуси от отдельных рынков и товаров. Приоритетное внимание следует уделять увеличению доли высокотехнологичной продукции в белорусском экспорте в страны ЕС. Для этого целесообразно усилить меры государственной поддержки предприятий-экспортеров посредством оказания им финансового, маркетингового, информационного, научного, правового, дипломатического и иных форм содействия. Необходимо обеспечить соответствие экспортной продукции стандартам ЕС.

С целью дальнейшего наращивания объемов торговли Беларуси со странами ЕС и СНГ следует осуществлять инвестиции в развитие транспортной инфраструктуры, соединяющей Беларусь с торговыми партнерами.

Наращение санкционной политики коллективного Запада теперь уже по отношению не только к России, но и к Республике Беларусь является наиболее существенной проблемой экспортно-импортной деятельности нашей страны, затрагивающей также и условия экспортно-импортной деятельности России. В настоящее время сложно оценить последствия секционного удара и влияния санкций на тенденции развития экспортоориентированной белорусской экономики вследствие отсутствия необходимых точных данных.

Правительство Беларуси уже приняло комплекс мер по смягчению этого воздействия посредством углубления интеграционных связей с Россией, увеличения по мере возможности экспортных потоков в Китай, страны Азии, Африки и Латинской Америки. Необходимо активизировать поиск путей экономического развития и расширения экспортного потенциала в рамках импортозамещения и развития проектов в периметре Союзного государства [3].

В качестве важного направления расширения экспортного потенциала следует рассматривать выход на растущие рынки Латинской Америки, Азии и Африки, несмотря на потери части прибыли вследствие повышенных расходов на транспортировку продукции.

Заинтересованность Беларуси и азиатских стран в активизации двустороннего торгово-экономического сотрудничества во многом связана с взаимодополняемостью наших экономик. Многие азиатские страны заинтересованы в импорте нашей продукции машиностроения, сельско-

хозяйственной техники, электроники, товаров народного потребления, научно-технических разработок и т.д., которые при международных стандартах качества выгодно отличаются от западных аналогов более низкими ценовыми показателями.

Чтобы прочно закрепиться на перспективных рынках государств Азии и Африки, необходимо энергичнее работать по созданию совместных производств, как это уже делается в Китае, во Вьетнаме, Египте, а также по расширению дилерской сети и системы сервисного обслуживания. Только в этом случае предприятия могут перейти от случайных, разовых поставок к долговременному сотрудничеству.

Следует отметить, что отрицательное сальдо внешней торговли Республики Беларусь можно снизить и вывести на положительный уровень за счет наращивания экспорта услуг, по которым наблюдается ежегодный положительный рост внешнеторгового сальдо. Основными направлениями развития экспорта услуг является туристические услуги и IT-услуги.

Обобщая все вышесказанное, можно выделить следующие перспективы и направления развития экспорта в Республике Беларусь:

1) дальнейшая работа государственных структур по вступлению Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию, что позволит расширить объемы экспорта отечественной продукции на зарубежные рынки вследствие избежания дискриминации и применения антидемпинговых мер по отношению к белорусским экспортёрам;

2) в стратегическом плане целесообразно ориентировать производителей на экспорт, прежде всего, наукоемкой и высокотехнологичной продукции;

3) проведение регионально-страновой дифференциации экспорта путем освоения новых внешних рынков, выход на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами Азии и Латинской Америки;

4) дальнейшее развитие внешней торговли услугами. По сравнению с внешнеторговым сальдо по товарам, сальдо по услугам в Республике Беларусь является положительным, что говорит о том, что для поступления валютной выручки в страну необходимо развивать именно сектор услуг. Основными направлениями развития экспорта услуг является туристические услуги и IT-услуги.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128> – Дата доступа: 29.03.2023.
2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=N10400347> – Дата доступа: 29.03.2023.
3. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10983.pdf> – Дата доступа: 29.03.2023.

УДК 338

РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В СФЕРЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

М.Р. Нехме, 2 курс

Научный руководитель – **А.А. Василевска**, ассистент

Полесский государственный университет

В настоящее время Китай является домом для многих из самых быстрорастущих стартапов в мире с оборотом в 1 миллиард долларов [1]. Сегодня эта страна обладает ресурсами, которых нет ни в одной другой стране. Сотни миллионов людей, переживающих беспрецедентные изменения, смогут адаптироваться к инновациям со скоростью и масштабом, как никто другой на планете.

Мобильные платежи широко используются в Китае, где Alipay и WeChat Wallet являются самыми крупными сервисами. В отличие от США, Китай проявляет больше интереса к мобильным платежам, с гораздо большим объемом транзакций в 5,5 трлн. долларов, по сравнению с 112 млрд. в США. WeChat Pay доминирует на рынке среди пользователей смартфонов, с долей 84%. В 2018 году ежедневно было совершено 1,2 миллиарда транзакций через WeChat Pay, в то время как Apple Pay - только один миллиард в месяц. В результате, в 2019 году общие затраты, совершенные

через мобильные приложения в Китае, достигли 347 трлн юаней (около 54 трлн долларов), что в 551 раз превышает общие расходы США в размере 98 млрд долларов [2].

Важной особенностью мобильных платежей в Китае является их полное интегрирование с повседневными покупками. Благодаря этому пользователи могут легко и быстро оплатить свои покупки, не тратя время на ожидание в очереди или наличные деньги. Поскольку платежи осуществляются через смартфоны, сервисы используют прогрессивные технологии шифрования, чтобы защитить данные пользователей от взлома и хакерских атак.

Модернизация Китая включает в себя инновационный подход, основанный на использовании искусственного интеллекта. Благодаря развитию технологий, таких как машинное обучение, нейронные сети и компьютерное зрение, Китай стал одним из главных лидеров в сфере ИИ. Вместе с крупными государственными компаниями Baidu, Alibaba и Tencent, новые стартапы появляются всё чаще в Китае, чтобы вершить новые высоты в области искусственного интеллекта. Примером может служить крупномасштабный проект правительства Китая «Made in China 2025», фокусирующийся на разработке и продвижении новых технологий, включая искусственный интеллект.

Китайская компания Ehang (Beijing Yi-Hang Creation Science & Technology Co., Ltd.) выпустила первый в мире пассажирский беспилотный летательный аппарат – Ehang 184. Это новое изобретение предназначено для перевозки пассажира массой до 100 кг и может летать на максимальной высоте 3,5 км в течение 23 минут. Пассажир выбирает маршрут через планшет и управляет дроном двумя командами: «Взлет» и «Посадка». Хотя этот беспилотный двигатель еще не используется в повседневной жизни, он может решить проблемы транспортировки в крупных городах [2].

Китай является одним из наиболее важных торгово-экономических партнеров Республики Беларусь. О динамике развития белорусско-китайской торговли можно судить по тому факту, что в целом за двадцать пять лет с момента установления дипломатических отношений взаимный объем торговли товарами и услугами вырос в 115 раз: с 34 млн. долларов в 1992 году до более 3,9 млрд. долл. в 2017 г [3].

Таблица – Объем торговли товарами и услугами Республики Беларусь с Китаем (включая Гонконг, Макао и Тайвань) в 2013-2017 гг. (в тыс. долл.)

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Оборот	4084728	416227	4168963	3586178	3901820
Эспорт	811584	1091990	1257378	800533	739132
Импорт	3273144	3094238	2911585	2785645	3162688
Сальдо	-2461560	-2002248	-1654207	-1985112	-2423556

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3]

В 2017 году Республика Беларусь провела товарооборот с Китаем на сумму 3901,82 млн. долл. США, причем ее экспорт достигал 739,13 млн. долл. США, а импорт составлял 3162,69 млн. долл. США. Сотрудничество с Китаем продемонстрировало положительную динамику, так как Беларусь расширяет свой товарный ассортимент и начинает сокращать зависимость от экспорта сырьевых и нефтехимических товаров.

Что касается инновационной сферы, сотрудничество между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой предоставляет перспективы для сотрудничества между компаниями двух стран в различных секторах, таких как энергетика, телекоммуникации, машиностроение, автомобилестроение, новые технологии, железнодорожная инфраструктура, химическая промышленность, фармацевтика, легкая промышленность, пищевая промышленность, использование трудовых ресурсов и строительство. Один из примеров инновационных процессов двух стран – создание китайско-белорусского индустриального парка "Великий камень", который является стратегическим и самым масштабным проектом сотрудничества.

Через использование китайских инноваций и инвестиций, машиностроительный комплекс Республики Беларусь может быть модернизирован в будущем. Китайские компании получают долю акций, соответствующую объемам их прямых инвестиций, а белорусские компании получают новое современное оборудование и контрольный пакет акций для управления хозяйствующими

субъектами в своих интересах. Важно отметить, что этот проект уже находится на этапе разработки, а некоторые китайские компании уже заинтересованы в инвестировании в отдельные белорусские компании.

В долгосрочной перспективе основной акцент сделан на инновационной модернизации экономических систем двух стран с целью создания новых цепочек высокой добавленной стоимости продукции. Китайская экономика уделяет особое внимание производственным инновациям и использует информационные технологии нового поколения для улучшения производственных и общественных процессов. Республика Беларусь может взять на вооружение опыт Китая в разработке стратегических планов, особенно в областях информационно-коммуникационных и цифровых технологий.

Китай является одной из ведущих стран мира в области инноваций и технологий. За последние годы было создано множество новых технологий и продуктов, которые в значительной мере изменили жизнь людей. Китай демонстрирует высокую скорость развития, которая может потенциально привести к революционному прорыву. Сотрудничество между Китаем и Беларусью может привести к созданию новых продуктов и технологий, расширению рыночного потенциала и процветанию экономики обеих стран. Более того, этот инновационный союз может служить примером для других государств, поскольку его основы лежат во взаимовыгодных отношениях и опыте, а не в конкуренции.

Список использованных источников

1. Инновационное преимущество Китая. Почему эта страна так быстро развивается и что с ней будет дальше? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/571910/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

2. Какие инновации из Китая изменят мир и как? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://chinanew.tech/china_innovation_2017. – Дата доступа: 30.03.2023.

3. Официальный сайт Министерства Статистики и анализа Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 29.03.2023.

УДК 659.1.013+339.133.017:005

РЕКЛАМА КАК ОБЩЕСТВЕННО-ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИЯ

Е.С. Новикова, 1 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич**, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет

Одной из целей трансформации экономической системы общества является совершенствование технологий организации производства и дальнейшего потребления таким образом, чтобы товар или услуга реализовались на рынке. Проведение анализа экономическим субъектом для того, чтобы выявить факторы, которые могут помешать ему продвинуть свою продукцию, помогают осуществить производство новых технологий.

С. Ю. Солодовников замечает, что «технологии бывают двух типов: технические и общественно-функциональные. Оба этих типа тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены» [1, с. 59]. Техническая составляющая, безусловно, важна для осуществления заранее поставленных производителем задач, однако на сегодняшний день для достижения максимального влияния на потребителей необходимо использование общественно-функциональных технологий. По этому поводу Т.В. Сергиевич правильно отметила: «сегодня потребительский выбор все в большей степени формируется под воздействием общественно-функциональных технологий, разнообразие форм и охват применения которых неуклонно возрастает» [2, с. 78].

Многие производители активно используют различные механизмы для привлечения потенциальных клиентов, чтобы достичь одну из ключевых целей функционирования предприятия: получение прибыли. Обозначив это, можно говорить о понятии «общественно-функциональные инновации», так как именно оно используется для обозначения общественно-функциональных технологий, которые могут быть коммерциализованы [3, с. 10]. Действие такого вида инноваций направлено на управление поведением общества, а если мы говорим про экономическую систему,

то на группу конкретных потребителей. С помощью технологий управления производитель моделирует потребительское поведение, которое ему выгодно в данный момент времени.

Производитель осуществляет воздействие на потребителя, подталкивая его на совершение покупки товара с помощью рекламы. Исходя из этого, экономисты справедливо утверждают, что реклама является одной из форм общественно-функциональных инноваций.

П. С. Лемешенко справедливо подчеркивает, что в современном мире «основным средством приращения, возрастания капитала стали не производство и технологические инновации, а манипуляции сознанием практически всех слоев населения» [4, с. 51]. Человек априори такое существо, которое достаточно легко поддается на манипуляции со стороны других людей и окружающего мира. Обычно люди не задумываются, каким образом происходит влияние рекламы на общество. А.Р. Рагимов и Н.И. Газалиева отмечают, что «реклама достигнет своих целей лишь в том случае, если при ее создании будут учитываться особенности человеческой психики» [5, с. 108]. Не всегда воздействие на потребителей ярко выражено, потому что производитель, зная, какими свойствами обладает психика человека, оформляет рекламные объявления определенным способом. Примером может служить применение привлекающего внимание образа, который будет вызывать симпатию у потенциального потребителя, а также наличие яркой картинки, выделяющейся среди других объявлений.

В качестве инструмента, при помощи которого производители незаметно воздействуют на потребительский выбор, выступает информационное оружие (частный случай общественно-функциональных технологий). Если речь идет о рынке, то в данном случае некоторые производители, пытаясь вытеснить конкурента, в каких-либо средствах массовой информации размещают ложную информацию о нем (чаще обобщая ее до неузнаваемости) и делают ставку на то, что «многое, о чем нам рассказывают рекламные объявления, мы воспринимаем “как должное”» [5, с. 107]. Собственно, предоставляя потребителю неверные сведения о определенных услугах, которые оказывает его оппонент, с тем посылом, что они, к примеру, негативно влияют на здоровье потребителя, его внешний вид, и там же рекламирует свое обслуживание как более хорошее и безопасное. Естественно, потребитель, перестраховавшись, выберет последнее.

Мода, которая заставляет менять вещи после того, как они теряют свою актуальность, также моделирует потребительское поведение при помощи рекламы. Производители, которые занимаются изготовлением новомодного товара, стремясь продвинуть его, таким образом выстраивают свою рекламу, чтобы во время популярности определенной вещи, его объявление было на первых страницах, если рассматривать сайты. Продавец должен не только заинтересовать человека, но и побудить его к приобретению товара.

В то же время ученые стали задумываться, почему потребитель при понимании того, что в данный момент времени он не нуждается в определенной вещи, все равно приобретает ее. Я считаю, что в этом случае играет роль специфическое построение рекламы, направленное на формирование у потенциального покупателя доверия и лояльности.

Таким образом, в экономической системе общества для моделирования потребительским поведением используются общественно-функциональные инновации. Производитель часто подталкивает потребителей на совершение покупки при помощи рекламы. Поэтому реклама, являясь одной из форм общественно-функциональных инноваций, представляет собой инструмент управления потребительским выбором.

Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Сетевые механизмы инновационного развития: подходы к онтологическому определению / С. Ю. Солодовников // Право. Экономика. Психология. – 2019. – № 3. – С. 57-65.
2. Сергиевич, Т. В. Общественно-функциональные технологии и продвижение потребительских товаров: на примере легкой промышленности Республики Беларусь / Т. В. Сергиевич / Технико-технологические проблемы сервиса // СПбГЭУ, 2019. – №3(49). – С. 77-81.
3. Сергиевич, Т. В. Общественно-функциональные инновации как инструмент конкурентной борьбы / Т. В. Сергиевич // Инновации: от теории к практике : сборник тезисов докладов VII Международной научно-практической конференции, Брест, 24–26 октября 2019 г. / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский областной исполнительный комитет, Брестский научно-технологический парк, Брестский государственный технический университет ; редкол.: А. М. Омелянюк [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2019. – С. 9–11.

4. Лемещенко П.С. От стоимости к институциональной ценности // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. Минск, 2013. Вып. 1. С. 46–68.

5. Рагимов Л.Р., Газалиева Н.И. Эффективность рекламы / А.Р. Рагимов, Н.И. Газалиева // Вопросы структуризации экономики. - 2010. - № 1. - С. 107 – 109.

УДК 330.332

ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.М. Ногач, 4 курс, **С.В. Андросюк**, 5 курс

Научный руководитель – **А.Е. Карсеко**, ст. преподаватель
Белорусский национальный технический университет

К основным факторам развития экономики в XXI веке можно отнести новые технологии, являющиеся основной производительной силой. На сегодняшний день уровень социально-экономического развития страны напрямую зависит от возможности преобразовывать новые знания в технологии. Стоит отметить, что возможность использования технологий в реальном секторе экономики способствует уменьшению технологического разрыва между странами.

Так как основной стратегией развития Республики Беларусь определен инновационный путь развития, экономика страны должна базироваться на производстве наукоемких и высокотехнологичных товаров и услуг и их активном экспорте. Как отмечает А.А. Косовский: «В условиях всеобщей глобализации и интеграции неотъемлемой частью взаимодействия между странами и развития каждой страны в отдельности является внедрение в национальную экономику и экспорт-импорт высокотехнологичных товаров и услуг» [1, с. 75]. Таким образом, одной из ключевых задач на ближайшую перспективу является модернизация наукоемких производств и стимулирование развития инновационной сферы в Республике Беларусь в целом.

Термин «инновация» является относительно молодым, впервые он появляется в научных трудах в XIX веке для обозначения использования элементов одной культуры в другой. Отметим, что «как правило, это было проникновение европейских обычаев в традиционные африканские и азиатские общества» [1, с. 76]. Только в начале XX века перешли к рассмотрению понятия «инновация» как внедрения неких нововведений в сфере техники и технологий. Неизбежность нововведений обусловлена постоянным научно-техническим прогрессом и изменениями в общественной жизни людей.

Стоит заметить, что на современном этапе одним из основных факторов, влияющих на развитие экономики в стране в целом и на реализацию её инновационного потенциала в частности, являются инвестиции. Прямые иностранные инвестиции при этом имеют ключевое значение с точки зрения внедрения инноваций, поскольку они приносят в страну не только и не столько капитал, сколько иностранные технологии как производственные, так и управленческие. Привлечение прямых иностранных инвестиций и их эффективное использование обеспечивает рост конкурентоспособности отдельных предприятий и экономики республики в целом и их интегрированности в мировую экономику, способствует расширению рынков сбыта, ускорению социально-экономического развития страны.

Национальный банк Республики Беларусь дает следующее определение прямым иностранным инвестициям: «Прямые инвестиции представляют собой категорию международных инвестиций, имеющих место, когда резидент одной страны обладает контролем или значительной степенью влияния на управление организацией, которая является резидентом в другой стране» [2].

Одним из основных документов, регулирующих привлечение иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь, является «Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года» [3]. Программой предусмотрено обеспечение роста доли иностранных инвестиций в основной капитал. Для этого будет продолжена работа по повышению инвестиционной привлекательности Беларуси [3].

В соответствии с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, в Беларуси сформировано комплексное законодательство в сфере управления инвестиционной деятельностью, включающее Закон Республики Бе-

ларусь «Об инвестициях» от 12 июля 2013 года № 53-3, Закон «О концессиях» от 12 июля 2013 года № 63-3 и пр. Ежегодно разрабатываются различные программы и стратегии привлечения и использования инвестиций, в том числе прямых иностранных, учитывающие современные тенденции развития и особенности условий внешней и внутренней среды, принимаются соответствующие постановления и указы, созданы шесть свободных экономических зон, в том числе и Парк высоких технологий и Китайско-белорусский индустриальный парк «Великий камень», и мн. др.

С целью повышения инвестиционной привлекательности Беларусь за прошедшие годы реализовала множество реформ, перешла от разрешительного принципа регистрации субъектов хозяйствования к заявительному, сократила количество административных процедур и лицензируемых видов деятельности, упростила порядок ведения бизнеса, оптимизировала действующую налоговую систему и мн. др.

В последнее время Республика Беларусь активно сотрудничает с Китайской Народной Республикой. Китай входит в тройку основных торговых партнеров Беларуси. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь: «За 2022 год товарооборот Беларуси и Китая составил \$5,79 млрд (более 113% к уровню 2021 года). Экспорт товаров составил \$1,61 млрд, импорт – \$4,18 млрд» [4].

Так, с 28 февраля по 2 марта Президент Республики Беларусь Александр Лукашенко совершил государственный визит в Китайскую Народную Республику, в ходе которого были не только подписаны многочисленные межправительственные, межведомственные и межрегиональные соглашения, но и заключены коммерческие контракты в различных отраслях промышленности и сельского хозяйства, а также в сферах здравоохранения, спорта, туризма и медиа. Особое значение придавалось вопросам научно-технического сотрудничества стран, расширения взаимных инвестиций и развития делового сотрудничества между странами на качественно новом техническом и технологическом уровнях, что должно поспособствовать увеличению экономической эффективности совместной деятельности Республики Беларусь и Китайской Народной Республики [5].

Можно сделать вывод о том, что на современном этапе одним из основных направлений развития экономики является стимулирование инновационной деятельности. По этой причине важно уделять внимание формированию благоприятного инвестиционного климата в стране для дальнейшего привлечения прямых иностранных инвестиций.

Список использованных источников

1. Субъекты инновационной инфраструктуры Республики Беларусь: справочное издание / А.А. Косовский, Е.С. Мальчевский, А.Г. Климов [и др.]; под ред. А.Г. Шумилина. – Мн., 2018. – 280 с.
2. Прямые иностранные инвестиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/foreigndirectinvestments>. – Дата доступа: 20.03.2023.
3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа: 20.03.2023.
4. Розничный товарооборот [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/operativnye-dannye_13/roznichnyy-tovarooborot. – Дата доступа: 20.03.2023.
5. Государственный визит А. Лукашенко в Китай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/president/view/zavershilsja-gosudarstvennyj-vizit-lukashenko-v-kitaj-553267-2023>. – Дата доступа: 20.03.2023.

УДК 336.027

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФИНАНСОВЫЙ АКТИВ

Ю.С. Олеснюк, аспирант

Научный руководитель – **О.А. Золотарева**, д.э.н., профессор

Полесский государственный университет

На сегодняшний день интеллектуальный капитал можно признать одним из наименее изученных, но наиболее перспективных ресурсов инновационного развития. Существует уже достаточно

внушительная база знаний, теоретические и методологические основы формирования и управления интеллектуальным капиталом. Несмотря на это, общепризнанными положениями о природе интеллектуального капитала являются лишь положения о его нематериальном характере и триединой структуре. [1, С. 83]

Таблица –Классификация определений интеллектуальный капитал

Автор	Определение понятия интеллектуального капитала
1	2
К. Свейби, Т. Ллойд (1987)	В одном из первых трудов, посвященных исследованию понятия «интеллектуальный капитал», определяет его как способность, навыки и специальные знания, хранящиеся в человеческом мозге. Однако уже в 1996 г. К. Свейби приводит следующее его определение: это «нематериальные активы компании, состоящие из компетенции сотрудников, внутренней и внешней структуры компании». То есть помимо способностей и компетенций в состав интеллектуального капитала попадают внутренние и внешние структуры компании, которые, по классификации К. Свейби, включают, в частности, «имидж компании, товарные знаки, признание продукции, патенты, авторские права, базы данных, административные системы, научные исследования и разработки»
З. Грилихес (1990 г.)	Пишет о том, что интеллектуальный капитал – «это неосязаемый капитал, выраженный как натуральный, ненаблюдаемый показатель, увеличивающий рыночную стоимость компании в зависимости от количества патентов, инвестиций в научные исследования, их практического применения и других аналогичных факторов». Именно он обращает внимание на то, что интеллектуальный капитал – это «стоимость нематериальных ценностей, равная разности между рыночной стоимостью корпорации и стоимостью ее активов, это нематериальные активы, без которых компания теперь не может существовать»
Т. Стюарт (1994)	Определяет интеллектуальный капитал следующим образом: «сумма знаний всех работников компании, обеспечивающая ее конкурентоспособность, или как интеллектуальный материал, включающий в себя знания, опыт, информацию, интеллектуальную собственность и участвующий в создании ценностей». Включение в состав интеллектуального капитала знаний и способностей сотрудников организации происходит до сих пор
С. Климов (2001)	Напрямую соотносит понятия «интеллектуальный капитал» и «человеческий капитал», определяя его как «совокупность индивидуальных способностей человека». В его понимании интеллектуальный капитал является категорией микроэкономики, характеризующей качество рабочей силы.
В. Титков (2001)	«Знания, имеющие потенциальную ценность, т. е. идеи, и люди – специалисты, которые их создают»
М.А. Бенедиктов, Е.В. Джамай (2001)	«Сумма знаний всех работников компании, которая обеспечивает ей конкурентоспособность»
М. Эскиндаров, 2002	«Система характеристик, определяющих способность человека, т. е. качество рабочей силы индивидуума, совокупного работника предприятия, фирмы корпорации, страны, материализуемое или проявляющееся в процессе труда, который создает товар, услуги, прибавочный продукт в целях их воспроизводства на основе персонифицированного экономического интереса каждого субъекта, их совокупности»
И.И. Просвирина (2004)	Интеллектуальный капитал это «активы компании, которые представляют собой совокупность знаний ее персонала и результат воплощения этих знаний в других неосязаемых активах: внутрифирменных структурах, клиентском капитале и др.» и обращает внимание на результат использования знаний, который уже может быть отделен от индивидуума
О.О. Стрижак, (2004)	«Совокупность способностей и знаний, которые имеют экономическую ценность и используются в производственной системе, ориентированной на удовольствие потребностей общества, с целью создания инновационного потенциала и получения дохода»

Окончание таблицы

1	2
В.Н. Голубкин (2005)	Подчеркивает, что интеллектуальный капитал – эти «нематериальные (или неосязаемые) активы, которые не указываются в финансовых документах компании, но могут быть кодифицированы, оценены и управляются компанией». Таким образом, он не включает в интеллектуальный капитал товарные знаки, запатентованные технологии, объекты авторских и смежных прав, селекционные достижения
О.В. Новосельцев (2006)	Определяет интеллектуальный капитал как «оформленные в качестве имущества предприятия, используемые в деятельности предприятия и приносящие предприятию доход объекты и права на интеллектуальную собственность». Тем самым он теряет часть интеллектуального капитала, которая приносит предприятию конкурентные преимущества и прибавляет стоимость компании
В. Багова, Е. Селезнева и В. Ступакова, (2006)	«Выделение творческих возможностей компании по формированию и реализации интеллектуальной и инновационной продукции»
А.Н. Козырев (2006)	Интеллектуальный капитал – это «люди и знания, которыми они обладают, а также их навыки, связи и все то, что помогает эффективно использовать знания и навыки»
С.И. Грицуленко (2008)	Интеллектуальный капитал – это «производственно-социальный комплекс таких элементов, как: человеческий капитал, инфо-коммуникационный капитал, управленческий капитал, интеллектуальная собственность, клиентский капитал, обеспечивающий на новом, более совершенном профессиональном и техническом уровнях производство продуктов и услуг, способных конкурировать на рынке (знаний, идей, товаров, услуг)»
В.И. Трунин (2009)	Интеллектуальный капитал – это «экономические отношения по поводу воспроизводства и отчуждения результатов интеллектуальной (креативной) деятельности, принимающих форму интеллектуальной собственности, возникающие между носителями интеллектуальных способностей и ее потенциальными потребителями»
Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстрем (2010)	Интеллектуальный капитал – это «все неденежные и нематериальные ресурсы, полностью или частично контролируемые организацией и участвующие в процессе создания ценности»
Х. Фасхиев (2011)	Интеллектуальный капитал «представляет собой некую ауру, окружающую материальный капитал, приводящий его в действие для достижения целей организации»
Т.В. Седова (2012)	«Интеллектуальное богатство фирмы, предопределяющее ее творческие возможности по созданию и реализации интеллектуальной и инновационной продукции»
А.В. Пострелова, М.В. Донскова (2013)	Интеллектуальный капитал – это «совокупность элементов человеческого, организационного и потребительского капиталов, обеспечивающих предприятию сверхприбыль»
Т.В. Алексашина (2014)	Интеллектуальный капитал с социальной точки зрения, указывает, что он – «основной источник многочисленных новаций и перемен в обществе, выступающий главной предпосылкой инновационной активности бизнеса и ускоряющий инновационное развитие государства»
Э.Н.-К. Насибовой (2015)	Интеллектуальный капитал – «это совокупность знаний, умений, производственного опыта работников, нематериальных активов, выраженная в нематериальной форме и являющаяся собственностью предприятия лишь частично»

Примечание – Собственная разработка

Таким образом, рассмотрено 21 определение понятия «интеллектуальный капитал», данных российскими и зарубежными учеными, начиная с 1987 г. Проведенный анализ показал, что все исследования интеллектуального капитала до 1994 г. являются разработками зарубежных ученых. Российские ученые наибольший интерес к исследованию этого понятия проявляли в период 2001–2003 гг. Исследование показало, что первоначально понятие «интеллектуальный капитал» воспринималось как совокупность индивидуальных способностей человека. [3, С. 361] На данный момент интеллектуальный капитал рассматривается с разных позиций: с точки зрения входящего в него имущества, системы отношений, входящих в него капиталов, людей, способностей людей и результатов этих способностей, с бухгалтерской и правовой точек зрения. [2, С.136] Распространенными являются определения интеллектуального капитала посредством терминов «структурный капитал», «человеческий капитал», «потребительский капитал», появившиеся в 1996–1997 гг.

Исследуемые определения подтверждают мнение, что интеллектуальный капитал способен принести богатство, преимущества, прибавочную стоимость, повысить стоимость, доход, прибыль, увеличить инновационный потенциал и экономическую эффективность. Исследование планируется продолжить с более подробным анализом видов капитала в составе интеллектуального капитала.

Список использованных источников

1. Багриновский, К. А. Наукоемкий сектор экономики России: состояние и особенности развития / К. А. Багриновский, М. А. Бендиков, И. Э. Фролов, Е. Ю. Хрусталева. – М. : ЦЭМИ РАН, 2001 – С. 83.
2. Климов, С. М. Интеллектуальные ресурсы обществ / С. М. Климов. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2002 – С. 136.
3. Царева, А. В. Институциональная эффективность образования : дис. канд. эконом. наук / А.В. Царева. – СПб., 1999. – С. 361.

УДК 330.59

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.Н. Олихвер, Е.В. Горгун, 2 курс
Научный руководитель – **Я.И. Добринец**, преподаватель-стажер
Полесский государственный университет

В настоящее время, проблемы, связанные с повышением качества жизни, являются достаточно актуальными. Решение этих проблем требует определенной политики, выработанной государством, центральным звеном которой является человек, его благосостояние, физическое и социальное здоровье. Именно поэтому все преобразования, которые могут изменить уровень жизни, вызывают большой интерес.

Уровень жизни – это экономическая категория и социальный стандарт, характеризующий степень удовлетворения физических и социальных потребностей людей. Основными компонентами стандарта уровня жизни являются: здоровье, питание, жилищные условия, доходы населения, домашнее имущество, платные услуги, условия труда и отдыха, культурный уровень населения, социальные гарантии и социальная защита наиболее уязвимых граждан [1, с.210].

Республика Беларусь выбрала социально-ориентированную модель развития экономики, где особенный интерес представляет улучшение благосостояния населения. Необходимость формирования социальной политики обусловлена тем, что рыночный механизм гарантирует высокий жизненный уровень лишь тем, кто более образован, физически крепок и т.д. Однако в обществе есть люди, которые по объективным причинам не могут обеспечить себе даже минимальный уровень благосостояния: дети-сироты, старики, инвалиды, безработные и так далее, соответственно, они должны быть защищены государством. [2].

Следовательно, уровень жизни населения представляет собой обеспеченность населения необходимыми материальными и духовными благами и услугами, достигнутый уровень их потребления и накопления, а также степень удовлетворения общественно признанных потребностей, соответствующих данному социально-экономическому развитию страны. Он зависит от большого количества факторов, начиная от территории, где проживает население, до экономической и политической ситуации в стране.

В белорусском государстве вырабатываются собственные приемы для выполнения поставленных целей и задач, разрабатываются программы социально-экономического развития Республики Беларусь. [2]

В области увеличения реальных денежных доходов для выполнения разработанных в Беларуси прогнозов по повышению уровня и качества жизни населения могут быть приняты следующие меры: популяризация использования гибких систем оплаты труда с учетом индивидуального вложения каждого работника в результат трудовой деятельности; создание новых услуг, которые заменяют стационарные услуги на так называемые «услуги на дом», а также увеличение возможности населения воспользоваться данным родом услуг и повышения их качества; увеличение размера заработной платы при одновременном росте производительности труда;

установление близкого соотношения номинальной начисленной среднемесячной заработной платы работников бюджетной сферы к заработной плате в целом по стране; устранение недочетов законодательной базы по поводу защиты прав наемных работников, в сфере нормирования труда и обеспечение работниками, требуемой квалификации.

В области улучшения социальной обеспеченности пожилых лиц необходимым является: финансирование ранних пенсий по условиям труда, которое будет равномерно выводиться в отдельную систему пенсионного страхования и приведет к высвобождению средств общей системы; стимулирование населения добровольной отсрочки обращения за пенсией, что приводит к увеличению пенсии на 6-7% от заработка за год трудовой деятельности; активное предложение пенсионерам принимать участие в программах добровольного страхования дополнительной пенсии, а также начала функционирования так называемого третьего уровня пенсионного страхования, с помощью которого пенсионеры смогут сформировать свой пенсионный доход в соответствии со своими возможностями и пожеланиями [1, с. 36].

В дошкольной системе образования необходимо: увеличить количество многофункциональных дошкольных учреждений, в том числе платных учреждений, постройка их должна осуществляться на первых этажах жилых домов, а также повышение уровня образованности воспитателей (т.е. до 60% имеющих высшее образование); качественный подбор работников; ввести тематические дни и проводить большое количество развивающих игр;

В системе общего среднего образования: продолжать совершенствование учреждений в соответствии с демографической ситуацией; создать мотивацию к изучению иностранных языков и соответственно повышению их уровня; увеличить роль и установить статус педагога на высоком уровне в обществе, тем самым повысив их заработную плату, которая будет зависеть от качества преподавания; установить в учреждениях образования комфортную обстановку для обучения; больше использовать наглядные и практические методы обучения, иногда проводить уроки в игровой форме, просмотра тематических фильмов; распространять методы стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности.

В системе профессионального образования: улучшить профессиональное образование путем соединения учреждений среднего специального и профессионально-технического образования; создать мощную сеть научно-исследовательских университетов путем оптимизации и расширения взаимосвязей между вузами; создать методы по улучшению качества образования, которые должны соответствовать международным стандартам; сократить набор на заочную форму обучения.

Стратегическая цель развития здравоохранения – создание эффективной системы здравоохранения, усовершенствование ее развития для предоставления каждому гражданину доступной и качественной медико-санитарной помощи. [3].

Для решения этих задач необходимо проведение следующих мероприятий:

- обеспечить инвестициями наиболее приоритетные направления деятельности: развитие первичной медико-санитарной помощи, службы охраны материнства и детства и профилактики социально опасных заболеваний;

- обеспечить подготовку высококвалифицированных специалистов в области организации и экономики здравоохранения, медицинской информатики.

- продолжить внедрение стационарзамещающих технологий (развитие дневных стационаров и стационаров на дому, создание поликлинических подразделений на базе отдельных больничных организаций здравоохранения), а также внедрение общей врачебной практики;

- продолжить реструктуризацию медицинской помощи путем сокращения неэффективно эксплуатируемых больничных коек и ликвидации диспропорций в их распределении по территории страны;

- развивать отечественное производство медицинской техники и изделий медицинского назначения по наиболее важным позициям;

- совершенствовать систему контроля качества лекарственных средств;

- увеличить долю финансирования в ВВП на развитие здравоохранения. [3].

Уровень и качество жизни населения являются наиболее важными и неотъемлемыми показателями определения социально-экономической обеспеченности страны. Повышение уровня

и качества жизни населения – одна из основополагающих целей социальной политики Республики Беларусь, для осуществления которой создаются все благоприятные условия.

Список использованных источников

1. Новикова И.В., Макроэкономика: учебное пособие / И.В. Новикова, Ю.М. Ясинский. – Минск: Театра-Системс, 2010. – 384 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь: [Электронный ресурс] / Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь. Режим доступа: <http://belstat.gov.by>- Дата доступа 29.03.2023.
3. Министерство здравоохранения Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Приоритеты государственной политики в сфере здравоохранения Республики Беларусь – Режим доступа: <https://minzdrav.gov.by/ru/novoe-na-sayte/priority-gosudarstvennoy-politiki-v-sfere-zdravookhraneniya-i-dostizheniya-sistemy-zdravookhraneni/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

УДК 001.895 (430)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ НА ПРИМЕРЕ ГЕРМАНИИ

А.И. Онищик, А.В. Дунчик, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Основополагающим условием ускоренного прогресса социально-экономического развития стран является эффективная инновационная политика. В 2022 году Республика Беларусь занимает 77 позицию в рейтинге глобального индекса инноваций, что на 15 строчек ниже чем в 2020 г. Исходя из этого следует что необходимо обратить внимание на инновационное развитие ведущих стран по уровню научно-технической и инновационной деятельности.

К числу развитых стран относят страны большой семёрки: США, Великобритания, Япония, Германия, Франция, Италия и Канада.

Согласно данным Global Innovation Index 2022, Германия входит в топ-10 стран с наибольшим инновационным индексом (57,2), занимает 8-е место среди 48 стран с высоким уровнем дохода, обогнав Финляндию (56,9) и Данию (55,9), и занимает 5-е место среди 39 экономик Европы. Для сравнения, средний мировой показатель в 2022 году по 132 странам составляет 32,09 балла.

Глобальный индекс инноваций (Global Innovation Index, далее ГИИ) — это глобальное исследование и сопровождающий его рейтинг стран мира по показателю уровня развития инноваций по версии Всемирной организации интеллектуальной собственности и международной бизнес-школы INSEAD. Он составлен из 82 различных переменных, которые детально характеризуют инновационное развитие стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития. Уровень экономического развития связан как с наличием инновационного потенциала, так и условий для его воплощения [1].

ГИИ рассчитывается как взвешенная сумма оценок двух групп показателей, объединённых в семь блоков:

1. Располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций:
 - институты;
 - человеческий капитал и исследования;
 - инфраструктура;
 - развитие внутреннего рынка;
 - развитие бизнеса.
2. Достигнутые практические результаты осуществления инноваций:
 - развитие технологий и экономики знаний;
 - результаты творческой деятельности [1].

Рассмотрим рейтинг мировых лидеров в области инновационного развития, являющийся основой ГИИ (рисунок 1). Швейцария (64,6), США (61,8), Швеция (61,6) и Великобритания (59,7) входят в пятёрку лучших на протяжении последних трёх лет. Сингапур (57,3) и Нидерланды (58) под-

нялись на строчку выше, Республика Корея (57,8) опустилась в рейтинге на 6 место по сравнению с 2021 годом, где впервые вошла в пятёрку лидеров ГИИ. Китай (55,3), поменявшись с Францией (55), переместился на 1 строчку выше и занимает 11 приближившись к десятке мировых лидеров.

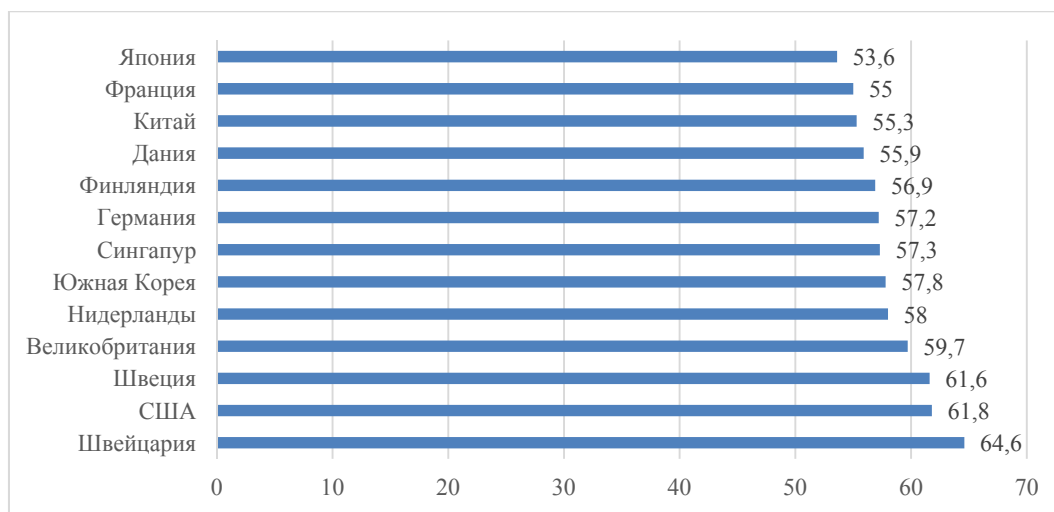


Рисунок 1. – Топ-10 стран с наибольшим глобальным инновационным индексом за 2022 год

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1]

В 2022 году Германия демонстрирует итоги по результатам инновационной деятельности лучше, чем по затратам на инновационную деятельность.

Таблица – Результаты инновационной деятельности Германии 2018-2022 гг.

	ГИИ	Затраты на инновационную деятельность	Результаты инновационной деятельности
2022	8	12	7
2021	10	14	8
2020	9	14	7
2019	9	12	9
2018	9	17	5

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Из таблицы видно, что в 2022 году Германия занимает 12-е место по затратам на инновационную деятельность, это выше, чем в 2018-2021 гг. Что касается результатов инновационной деятельности, то Германия занимает 7-е место. Эта позиция выше, чем в прошлом году, но гораздо ниже по сравнению с 2018.

На рисунке 2 представлены позиции Германии по 7 основным элементам Глобального Инновационного Индекса и общий рейтинг в ГИИ за 2020-2022 гг.

Сильные стороны Германии в области инновационного развития – это человеческий капитал и исследования (2), результаты творческой деятельности (7), развитие технологий и экономики знаний (9). Тем не менее Германия отстаёт от других стран-лидеров в области инновационного развития по таким показателям, как основная инфраструктура (23), образование (20), значительно ухудшился показатель развития бизнеса (опустился с 12 позиции в 2021 г., до 19 в 2022 г.), а также торговля и конкуренция (14), несмотря на то что с 2020 года показатель значительно вырос с 24 позиции до 14.

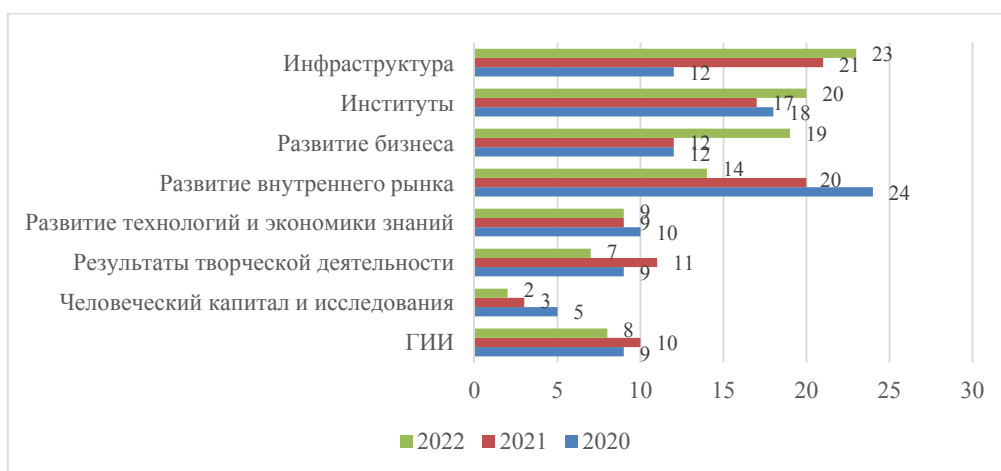


Рисунок 2. – Позиции Германии в ГИИ-2020, ГИИ-2021, ГИИ-2022 по отдельным элементам инновационного индекса

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Германия, демонстрирует высокие показатели в сфере инноваций, это свидетельствует о том, что научно-исследовательская деятельность рассматривается в качестве наиболее важной сферы развития немецкой экономики. Стране удалось выстроить современную площадку для развития инновационной деятельности в различных ключевых отраслях, а большой инновационный потенциал способствует сохранению стабильности экономики Германии.

Подводя итог исследования следует отметить, что для перспективного развития научно-технической и инновационной деятельности Республики Беларусь следует учитывать опыт развития инновационной системы в развитых странах, в частности Германии, который следует перенять для дальнейшего становления конкурентоспособной, динамично развивающейся экономики, основанной на знаниях и современных технологиях в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Гуманитарный портал [Электронный ресурс] / Рейтинг стран мира по индексу инноваций – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index#germany> – Дата доступа: 15.03.2023
2. Global Innovation Index 2022 [Электронный ресурс] / Economic Trend Analysis - GI 2022 – Режим доступа: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-economy> – Дата доступа: 15.03.2023

УДК 330.322

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕЙ И СФЕР ЭКОНОМИКИ

В.И. Осийчук, А.А. Макаревич, 3 курс

Научный руководитель – **В.С. Филипенко, к.э.н., доцент**

Полесский государственный университет

В современном обществе успешное и устойчивое развитие экономики каждого региона определяется важнейшими показателями развития страны, определяющими стабильность и устойчивость развития и роста экономики, а также эффективностью модели экономического развития. Базой развития служат объемы инвестиций и состояние человеческого капитала. Исследования в области экономической теории приобретают все большее значение, также и в силу развития глобализации, цифровизации, в сферах производства и услуг.

В мировой практике для прогнозирования экономического роста используется ряд методических подходов, основанных на использовании механизмов рыночной экономики, в частности, расчет отраслевого мультипликатора и определения его влияния на изменение объемов производства. Мультипликатор – это отношение изменений дохода к вызвавшему его исходному изменению расходов. Механизм расчета и действия мультипликатора рассмотрим на примере Брестской области.

За период с 2016 по 2020 годы доходы населения Брестской области увеличились с 7055,9 до 10795,6 млн руб., потребление увеличилось с 6605,9 до 10085,6 млн руб., сбережения – с 450 до 710 млн руб., инвестиции – с 1838,6 до 3216,8 млн руб.

Несмотря на отклонение по годам наблюдается тенденция увеличения потребления и сбережения в зависимости от роста доходов, что связано с увеличением инвестиций.

Мультипликатор по Брестской области за период 2016-2020 гг. составляет в среднем 2,71. Наиболее высокий мультипликатор имеет научная и техническая деятельность – 12,29, промышленность – 8,8, строительство – 26. В сельском хозяйстве мультипликатор составляет всего 2,73. В сфере услуг более высокий мультипликатор имеет в сфере финансовой деятельности – 2,4 и нулевое значение имеет в сфере культуры и спорта [2].

Явление мультипликатора основывается на двух факторах. Во-первых, для экономики характерны повторяющиеся непрерывные денежные потоки, где расходы превращаются в доходы. Во-вторых, любое изменение дохода повлечет за собой изменения и в потреблении, и в сбережениях в том же направлении, что и изменение дохода. Чем выше мультипликатор при условии инвестирования, тем больше возможностей имеет регион для экономического роста.

Исследование структуры доходов населения региона Брестской области показывает, что потребление составляет 93,5%, сбережения 6,5%. На основании данных распределения потребления и сбережения определяется возможный дополнительный доход, полученный от инвестирования на сумму 275 млн руб. (средний прирост инвестиций за 2016-2022 гг.) (таблица).

Таблица – Определение прироста дохода, вызванного инвестированием производства

Показатель	Изменение в доходе, млрд руб.	Изменение в потреблении (93,5%)	Изменение в сбережениях (6,5%)
Предполагаемый рост инвестиций	275,00	257,13	17,88
Циклы: второй	257,13	240,41	16,71
третий	240,41	224,79	15,63
четвертый	224,79	210,17	14,61
пятый	210,17	196,51	13,66
Все другие циклы	196,51	183,74	12,77
Итого	1404,01	1312,75	91,26

Примечание – составлено автором на основе [1]

Введение 275 млн руб. инвестиций дает дополнительный прирост дохода в размере 1404,01 млн руб. Стимулируя таким образом экономику, можно выйти на равновесный объем производства, где общее количество произведенных товаров будет равно общему количеству закупленных товаров ($C+Y_n$). Проведя дополнительные расчеты на основании таблицы 1 с использованием мультипликатора 2,71, установлено, что при доходе 10795 млн руб. потребление составит 93,5% (10085 млн руб.), а сбережения 6,5% (710 млн руб.) и, соответственно, при инвестициях 710 млн руб. достигается равновесный объем. В этом случае доход равняется совокупным расходам (потребление + инвестиции) $10795 = (10085 + 710)$.

Таким образом, рассчитанные мультипликаторы показывают, что инвестиции, как в сферу производства, так и в сферу услуг региона Брестской области дают дополнительный доход, тем самым обеспечивают экономический рост региона, но влияние отраслей и сфер на развитие экономики неодинаковое, что требует выбора точек роста при определении приоритетов развития экономики региона.

Список использованных источников

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. / Экономикс: принципы, проблемы и политика: В 2-х т. Т. 1: Пер. с 13-го англ. изд. – М.: – ИНФРА-М, 2000. – XXVI, 486 с.
2. Экономическая статистика [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 1998–2021. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 27.03.2023.
3. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс] / BELARUS.BY. – Режим доступа: <https://www.belarus.by/ru/about-belarus/geography/brest-region>. – Дата доступа: 01.04.2023.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА ESG НА РЫНОК ТРУДА И ОБЩЕСТВО В ЦЕЛОМ

А.В. Пешко, С.С. Дашкевич, 3 курс

Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В последнее время всё больший интерес среди общественности стал вызывать такой феномен, как ESG – набор стандартов относительно экологического, социального и корпоративного управления.

Рассмотрим один из компонентов ESG – общество. Этот элемент затрагивает отношение компании с её экономическими агентами: работниками, партнёрами, поставщиками, покупателями и обществом в целом.

Основные усилия компонента «social» в ESG направлены на сотрудников компании, так как именно посредством своих подчинённых организация держит связь с общественностью. Сотрудники лежат в основе всех отношений фирмы: они устанавливают контакты с поставщиками и обслуживают клиентов, укрепляют связь фирмы с партнёрами и привлекают инвесторов к деятельности компании. Именно поэтому главной заинтересованной в ESG стороной компании должны быть её собственные люди. Исследования показывают [1], что инвесторы положительно реагируют на компании, у которых существует чётко поставленная стратегия и цель и в которой все сотрудники хорошо информированы о них.

В то же время будет гораздо эффективнее, если цели компании относительно устойчивого развития будут разделять как можно более широкая и разнообразная группа лиц. Чтобы конкурировать и расти, организации должны сосредоточиться на инклюзивности в своих рядах. Инклюзивность предполагает под собой плюрализм мнений, что помогает компании узнать мнение о ней более широкого сообщества, а также выявить проблемы и слабые места относительно своей продукции.

В 2019 году консалтинговая компания McKinsey опубликовала исследование [2], в котором было показано, что компании, входящие в верхний квартиль по гендерному или этническому разнообразию, в среднем на 30% чаще имели доходность выше, чем компании с менее разнообразным составом (рисунок).

Из графика мы видим, что рынок очень чутко реагирует на состав представителей компании. В связи с этим можно утверждать, что ESG сейчас слишком велико, чтобы его игнорировать. Однако среди крупных компаний есть и те, кто пренебрегает этими принципами. Ярким примером является британская компания по доставке еды Deliveroo.

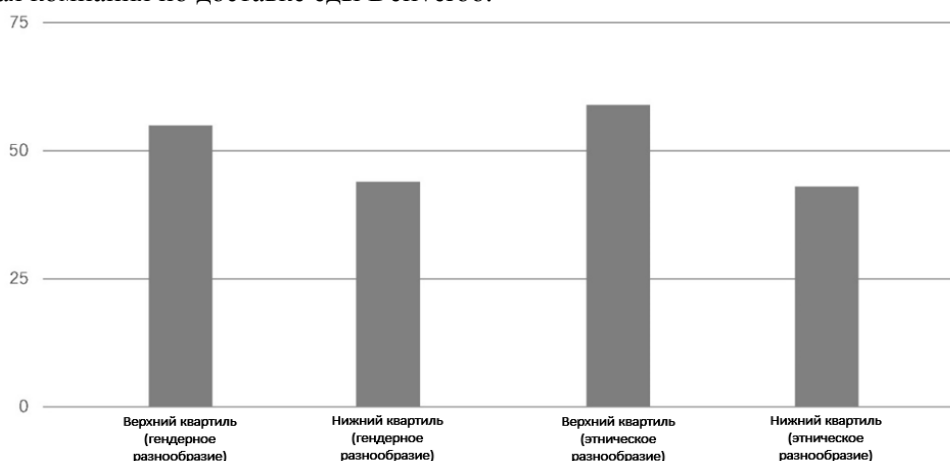


Рисунок – Вероятность финансового превосходства (%) в зависимости от разнообразия исполнительской команды

Примечание – Источник: [2]

Суть в том, что в основе бизнес-модели Deliveroo лежит gig economy (экономика, основанная на непостоянных рабочих местах без всего необходимого социального обеспечения). Работники британской компании жалуются, что им не были предоставлены социальные гарантии. Впоследствии дело дошло до профсоюзов и по Великобритании прокатилась волна протестов с призывом бойкотировать компанию. В марте 2021 года компания провела IPO, которое провалилось в первые же минуты [3], акции упали на 31%, вследствие чего организация потеряла около 500 миллионов фунтов. Рынок ясно дал понять, что gig economy не имеет сторонников среди институциональных инвесторов.

Такая же бизнес-модель была и у конкурента Deliveroo сервиса Uber Eats от компании Uber Technologies Inc. В феврале 2021 года в Верховный суд Великобритании был подан иск на компанию [4]. Uber проиграла в судебном разбирательстве и, вследствие чего, была вынуждена переклассифицировать всех своих 70 000 водителей в рабочих, предоставив им право на минимальную заработную плату, оплату отпуска и другие льготы.

После рассмотрения вышеуказанных примеров можно утверждать, что игнорирование принципов ESG негативно влияет на компанию, как с морально-этической, так и с финансовой стороны. Но нужно отметить, что подобное давление на компанию получится устроить только в странах с развитым и эффективно работающим финансовым рынком, а также с инклюзивными политическими институтами. Вследствие этого возникает проблема, что в странах, в которых отсутствуют эти критерии, компании могут относительно безнаказанно диктовать свои правила.

После рассмотрения того, как ESG воздействует на отношения между компанией и её сотрудниками, предлагаем рассмотреть, какое воздействие оно оказывает на отношения между компанией и обществом в целом, которое проявляется через её клиентов. В данном контексте показательным является пример американской компании оптовой и розничной торговли Walmart Inc.

В 2019 году Walmart столкнулась со смертельными случаями стрельбы в двух её магазинах [5], после чего со стороны общественности последовало требование прекратить продажу патронов для огнестрельного оружия по всей стране и пистолетов в единственном штате, где ей было разрешено их продавать, на Аляске. Компания согласилась пойти на уступки, вследствие чего её доля на рынке боеприпасов снизилась до 6–9% с примерно 20%. В то же время фирма не остановилась на этом и призвала общественность прекратить открытое ношение оружия в её магазинах, а также к более тщательной проверке данных о покупке оружия. Результатом стало то, что компания не снизила, а, наоборот, увеличила клиентскую базу. По данным опроса покупателей Walmart выяснилось, что 29% чаще совершают покупки в Walmart из-за политики запрета «открытого ношения». Вместе с этим чистые продажи компании выросли на 2,9%. После объявления компании её конкуренты, такие как Kroger Co., Walgreens Boots Alliance Inc. и CVS Health Corp., аналогично выдвинули требование о прекращении открытого ношения оружия в своих магазинах.

После рассмотрения вышеизложенных примеров мы можем сделать вывод, что рынок стремится вознаграждать те компании, которые ответственно относятся как к своим людям, так и к обществу в целом, а также наказывать те, которые пренебрегают принципами социальной ответственности.

Список использованных источников

1. Social-impact efforts that create real value [Electronic resource] // Harvard Business Publishing. – Access mode: <https://hbr.org/2020/09/social-impact-efforts-that-create-real-value> Access date: 13.03.2023.

2. Diversity wins: how inclusion matters [Electronic resource] // McKinsey & Company. – Access mode: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-wins-how-inclusion-matters> Access date: 13.03.2023.

3. Deliveroo sinks 31% in setback to London effort to lure IPOs [Electronic resource] // Bloomberg. – Access mode: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-31/deliveroo-ipo-raises-2-1-billion-in-biggest-u-k-deal-this-year> Access date: 13.03.2023.

4. Uber grants 70,000 U.K. drivers worker rights after ruling [Electronic resource] // Bloomberg. – Access mode: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-16/uber-to-reclassify-70-000-u-k-drivers-as-workers-after-ruling> Access date: 13.03.2023.

5. Walmart's halt on gun, ammo sales could woo socially minded consumers, investors [Electronic resource] // S&P Global. – Access mode: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/54330232> Access date: 13.03.2023.

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ЛИТОВСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Д.И. Пискунович, 1 курс

Научный руководитель – Asta Bierluskaitė, PhD
Европейский гуманитарный университет

В рыночной экономике конкуренция является необходимым условием для эффективного функционирования рынка. Только в конкурентной среде можно выявить перспективную бизнес идею и успешно ее реализовать. Конкуренция является ценностью, так как благодаря ней достигается эффективное распределение ресурсов и продукции. Однако не все участники рынка действуют честно, зачастую бизнес преследует свои корыстные интересы, такие как получение большей прибыли, захват большей доли рынка, ограничение конкуренции и так далее. Эти действия негативно влияют на благосостояние потребителя и потенциальных участников рынка, что в конечном итоге деструктивно для экономики страны. Поэтому государство берет на себя функцию защиты конкуренции и контролирует факторы, ограничивающие конкуренцию, посредством реализации конкурентной политики. Конкурентная политика включает в себя свод законов, гарантирующих, что конкуренция на рынке не будет ограничена, при этом без снижения экономического благосостояния субъектов хозяйствования. Суфрин и Джонс определили конкурентную политику как совокупность мер, с помощью которых правительства способствуют формированию конкурентных рыночных структур и справедливому поведению участников рынка [1].

Национальная конкурентоспособность невозможна без эффективного применения законодательства о конкуренции. Таким образом, эффективное применение законодательства о конкуренции в отношении картелей должно быть главной целью любой национальной политики в области конкуренции. Для анализа и оценки конкурентной политики Литвы в отношении картелей целесообразно проанализировать цели и причины картельного регулирования, а также статистический обзор картелей. Развитие конкурентоспособной среды в Литве является приоритетом в экономической политике. Научные исследования доказали наличие прямой связи между уровнем производительности труда в стране и конкурентным характером рынка. Таким образом, защита принципа честной и свободной конкуренции необходима как для обеспечения роста уровня производительности, так и для способности противостоять конкурентному давлению не только на национальном, но и на международном рынке. В 1991 году международный институт McKinsey пытался ответить на вопрос, почему одни страны богатые, а другие нет. Рассмотрев развитие 13 стран (США, Великобритании, Франции, Германии, Японии, Индии, Бразилии, Кореи, России, Польши, Швеции и Австралии) за 12-летний период было установлено, что экономическое развитие во многом зависит от повышения производительности труда, что тесно связано с неограниченной конкуренцией на рынке. Льюис (2005) утверждал, что если политика правительства направлена на ограничение конкуренции (даже если это делается непреднамеренно), то эффективно работающие предприятия не могут заменить неэффективные предприятия, поэтому экономический рост замедляется, а государства живут в нищете. Таким образом, эффективное применение законодательства о конкуренции имеет важное значение для достижения целей как ЕС, так и национальной экономической политики Литвы.

Когда Литва вступила в ЕС, она начала применять напрямую законы ЕС, в том числе закон о конкуренции. Таким образом, правовая база в отношении картелей в Литве практически такая же, как и в Европейском Союзе. Следует отметить, что статья 5 Закона о конкуренции Литовской Республики запрещает все соглашения, направленные на ограничение конкуренции или ограничивающие или могущие ограничить конкуренцию. В отношении соглашения об ограничении конкуренции, которое может повлиять на торговлю между государствами-членами, наряду со статьей 5 LR CL применяется статья 101 Договора о функционировании Европейского Союза [2].

В Европейском союзе создана эффективная институциональная структура по борьбе с картелями, наделенная достаточными полномочиями для выявления нарушений и судебного преследования лиц, совершивших нарушение. Совет по конкуренции Литовской Республики является одним из членом системы, аналогичной Европейской комиссии в отношении имеющихся правовых ин-

струментов, предназначенных для выявления картелей, действующих на территории Литвы. Совет по конкуренции Литовской Республики, начав расследование ограничивающего соглашения, должен провести анализ содержания нарушения и оценку доказательств, состоящий из следующих этапов:

- 1) определение соответствующего рынка (на котором основной целью является определение того, являются ли предприятия конкурентами)
- 2) выявление не менее двух самостоятельных субъектов - участников договора
- 3) установление формы согласования действий предприятий (договор, решение об объединении, согласованные действия)
- 4) определение объекта взаимодействия или ограничивающий конкуренцию эффект. Аргументируя состав нарушения, определенный в статье 101 Договора о функционировании Европейского Союза.

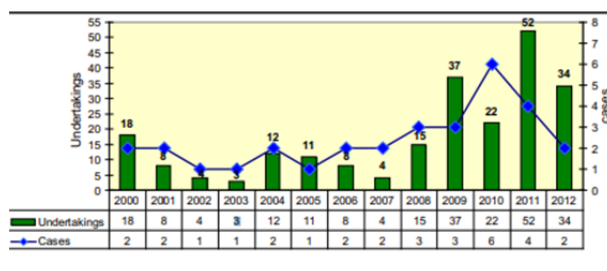


Рисунок – Выявленные в Литве запрещенные соглашения и количество сговоров

Оценивая конкурентную политику Литвы, следует отметить, что она становится все более жесткой – выявляется все больше картелей и увеличивается размер налагаемых штрафов; например, в 2011 г. штрафы, наложенные на 4 картеля, составили 4,36 млн евро, что составило 16,5% от суммы штрафов, наложенных в период 2000–2012 гг.; в 2012 г. штрафы, наложенные на два картеля (18,12 млн евро), составили 68,6 % от общей суммы штрафов. Выявление и наказание картелей – это только одна сторона политики в области конкуренции; другая сторона политики в области конкуренции включает меры по предотвращению картелей, гласность закона о конкуренции и повышение культурного уровня конкуренции [3].

Как правовое регулирование картелей, так и практика правового регулирования в Литве в основном соответствуют законодательству Европейского Союза о конкуренции и практике применения права. Хотя Закон о конкуренции действует более десяти лет, а в Литве практика надзора за конкуренцией все еще развивается, следует отметить, что она быстро совершенствуется, следуя успешным моделям надзора за конкуренцией Европейского Союза и других стран. Ужесточение конкурентной политики и тенденции картельных преследований присущи и Литве.

Исходя из вышесказанного, антимонопольное законодательство имеет ряд проблем, которые могут влиять на его эффективность. Одной из основных проблем является сложность определения монополистического поведения и определения границы между здоровой конкуренцией и монополией. Также сложности могут возникать при оценке экономического ущерба, наносимого монополией, и выборе наиболее эффективных методов его устранения. Перспективы антимонопольного законодательства связаны с развитием технологий и изменением структуры рынка. Например, некоторые органы для охраны конкуренции начинают обращать внимание на проблемы, связанные с данными и интеллектуальной собственностью, а также с возрастающей ролью крупных технологических компаний в экономике и обществе. В будущем может потребоваться произвести изменения в законодательстве и методах его применения, чтобы соответствовать этим изменениям. Также может быть необходимо совместное сотрудничество между различными органами для охраны конкуренции на международном уровне, чтобы решать проблемы связанные с монополистическим поведением крупных международных компаний.

Список использованных источников

1. Jones & Sufri'n's EU Competition Law: Text, Cases, and Materials [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.oxfordlawtrove.com/view/10.1093/he/9780198824657.001.0001/he-9780198824657>. – Date of access: 03.10.2022.

2. European Commission. (2011). Communication from the commission Guidelines on the applicability of article 101 of the treaty on the functioning of the 297uropean union to horizontal co-operation agreements [Electronic resource]. – Mode of access: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:011>. – Date of access: 05.10.2022.

3. Commission of the European communities [Electronic resource]. – Mode of access: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SEC:2008:405:FIN:EN:PDF>. – Date of access: 05.10.2022.

УДК 339.138

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

О.И. Полуйчик, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В настоящих рыночных условиях функционирует множество организаций, которые занимают лидирующие позиции на международной арене. Конкуренция является аппаратом движения и развития организаций на рынке. Именно имидж относится к одному из факторов успеха организации.

Имидж современных предпринимательских структур является важным фактором укрепления конкурентных позиций, способствует успешной деятельности предприятия в долгосрочной перспективе, что отражается на финансово-экономических показателях деятельности, облегчает распознавание продукции предприятия на рынке.

Имидж организации – совокупное общественное восприятие компании или фирмы многими людьми. Впечатление об организации формируется: в ходе личных контактов человека с фирмой; на основе слухов, циркулирующих в обществе; из сообщений средств массовой информации. Эффективность деятельности предприятия во многом зависит от мнения о нем потребителей. Поэтому так важен внешний имидж. Имидж формируется и внедряется в сознание потребителей для достижения определенных целей. При этом происходит постоянное сравнение предприятий друг с другом. Поэтому самой важной составляющей внешнего имиджа предприятия является потребительский имидж – имидж предприятия у целевой группы потребителей. Потребители – это самая главная для предприятия контактная аудитория, соответственно, самый главный объект исследования.

Существует множество классификаций методов оценки имиджа, которые зависят от желаемых результатов процедуры. Следует отметить, чтобы оценить имидж организации необходимо использовать маркетинговые инструменты, которые позволят понять, насколько текущий образ бренда соответствует его целям. Поскольку из самого понятия видно, что имидж напрямую связан с маркетинговыми показателями, следовательно все методы оценки будут основываться на проведение маркетинговых исследований [1, с. 36].

На данный момент в исследованиях, направленных на выявление основных характеристик имиджа, чаще всего, используются в совокупности количественные и качественные методы [2, с.18].

Использование отдельного метода не позволяет рассмотреть объект полностью, т.е. обнаружить и определить значимость и взаимосвязь эмоциональных характеристик. Рассмотрим особенности каждого метода оценки имиджа организации в таблице 1.

Видно, что количественный метод сводится к изучению статистических закономерностей, когда качественный – к созданию тех самых статистических шкал. Как говорилось ранее, данные методы осуществляются только при совокупной деятельности, и следуя из понятий этот факт подтверждается.

Можно также отметить, что для диагностики имиджа предприятия следует использовать оценку с помощью матрицы «внутренний имидж» – «внешний имидж». Позиции конкретной организации на матрице характеризует состояние его внутреннего и внешнего имиджа. С помощью матрицы «внутренний имидж» – «внешний имидж» можно сделать вывод о состоянии имиджа и целесообразность проведения комплекса управленческих действий.

Таблица 1. – Сравнение количественного и качественного методов оценки имиджа предприятия

Показатель	Количественный метод	Качественный метод
Понятие	метод, применяемый для оценки значимости качественных характеристик.	метод, ориентированный на выявление глубоких, неосознанных характеристик сознания индивидов.
Цель	выявить причинно-следственные связи и статистические закономерности.	сформировать схематическую основу, а также шкалы для оценки, создать гипотезы с целью последующего контроля
Особенность	предоставляет шанс определить обстоятельства неэффективности имиджа, а также создать административную стратегию введения имиджевых технологий.	Состоит в раскрытии таким образом именуемого условного строя фигур, эмоций, а также чувств для выявления стандартов и мотивов деятельности.
Основные виды методов	анкетирование, интервью.	метод имиджевой иерархии, метод семантического дифференциала, фокус-группа, метод экспертных оценок (SWOT-анализ), метод интервью, проективные методы.
Результат	приобретение сочетательных товаров или услуг, превалирующих черт в ассоциативном восприятии объекта, динамики признаков имиджа, ранжирования мотивов товаров или услуг.	Выявление общей поверхностной оценки имиджа организации, психоэмоционального настроения аудитории по отношению к конкретной компании и целесообразность его использования.

Примечание – Собственная разработка на основании источников [2, 3]

Зоны матрицы предлагается разбить на 4 равные по степени эффективности системы управления имиджем:

- идеальный (на предприятии налажена система управления имиджем, появление незначительных проблем не влияет на его снижение);
- стандартный (предприятие отрабатывает систему управления имиджем);
- проблемный (ситуация нестабильности, существуют значительные проблемы в управлении имиджем);
- тревожный (на данном уровне имидж нужно формировать или вновь возрождать, в зависимости от этапа жизненного цикла предприятия) [1, с. 40].

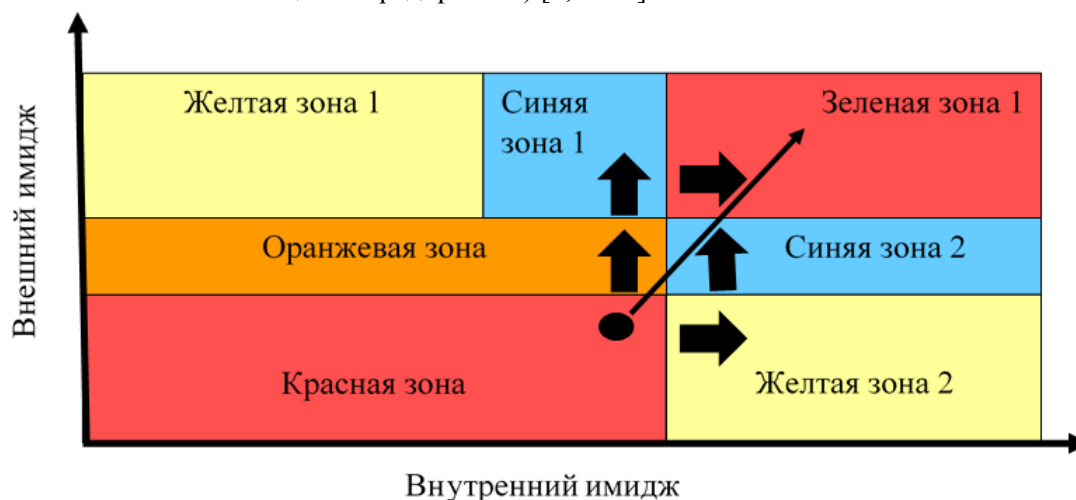


Рисунок – Матрица взаимосвязи внешнего и внутреннего имиджа предприятия

Примечание – Собственная разработка на основании [1]

Матрица «внутренний имидж» – «внешний имидж» на рисунке состоит из 7 зон. Зоны имеют разные пропорции, что объясняется особенностью каждой из них, они имеют свои специфические характеристики и описываются определенной комбинацией оценок уровней внешнего и внутреннего имиджа.

Рассмотрим в таблице 2 краткую характеристику каждого отдельного структурного элемента матрицы взаимосвязи внешнего и внутреннего имиджа предприятия.

Таблица 2. – Характеристика зон матрицы взаимозависимости внешнего и внутреннего имиджа предприятия

Название зоны	Описание зоны
Красная зона	Предприятия с отрицательным или нейтральным внешним и внутренним имиджем
Оранжевая зона	Предприятия с низким внешним имиджем и отрицательным, нейтральным или низким внутренним имиджем
Желтая зона 1	Предприятия со средним или высоким уровнем внешнего имиджа и отрицательным или нейтральным уровнем внутреннего имиджа
Желтая зона 2	Предприятия со средним или высоким уровнем внутреннего имиджа и отрицательным или нейтральным уровнем внешнего имиджа
Синяя зона 1	Предприятия, которые имеют средний или высокий внешний и низкий внутренний имидж
Синяя зона 2	Предприятия со средним или высоким внутренним и низким внешним имиджем
Зеленая зона	Предприятия со средним или высоким уровнем внешнего и внутреннего имиджа

Примечание – Собственная разработка на основании источников [1]

Использование матрицы «внутренний имидж» – «внешний имидж» для оценки имиджа предприятия позволит выявить и дать представление об основной деятельности организации. И имидж фирмы определяется совокупностью внешнего и внутреннего облика, дающего представление о её деятельности. Внешний имидж является системой представлений о фирме, которую должны разделять внешние аудитории (потребители, партнеры). А внутренний имидж представляет собой восприятие и психологическое отношение компании ее сотрудников, менеджеров, собственников, акционеров.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что оценка имиджа предприятия представляет собой сложный процесс, однако его следует проводить в организации. Это связано с тем, что в имидже предприятия концентрируются объективные и субъективные ценности, заложенные в основу его сущности. Совокупность этих ценностей определит конкурентные преимущества каждого отдельного предприятия.

Список использованных источников

1. Блинов А. О., Захаров В.Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности // Менеджмент в России и за рубежом. 2019. №4. С. 35-44.
2. Девина И. Оценка имиджа компании / И. Девина // Правильный бизнес. 2020. № 12.
3. Гущина, И. Имидж организации / И. Гущина // Служба кадров. – 2019. – № 5. – С. 36-38.

УДК 001.895

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

С.С. Полховский, Д.А. Малибошко, 3 курс
 Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Сложно представить современный мир без инноваций. Ежегодно государства тратят миллиарды долларов на НИОКР, что позволяет им разрабатывать и внедрять в производство инновационную продукцию. Среди мировых лидеров по инновационной деятельности находятся и европейские страны. Это подтверждает рейтинг Глобального инновационного индекса. В 2022 году в десятке лучших стран этого рейтинга оказались 7 стран европейского континента, 5 из которых входят в состав Европейского Союза, а именно Швеция (3 место), Нидерланды (5 место), Германия (8 место), Финляндия (9 место) и Дания (10 место). Для сравнения, Беларусь в этом рейтинге занимает 77 место и 38 место среди стран Европы. Занимать высокие позиции в рейтинге Глобального

инновационного индекса странам Европы и, в частности, странам Европейского Союза позволяет успешно выстроенная инновационная политика [1].

Формирование и проведение научно-технической и инновационной политики, участие государственных и территориальных органов власти в реализации региональной программы инноваций относятся к числу приоритетов в странах Европейского Союза. В общеевропейском процессе развития экономики и социальной сферы в инновационном направлении прослеживается ряд тенденций. Инновационная политика представляет собой одну из составных частей политики ЕС, которая объединяет целый комплекс мероприятий, включая развитие взаимосвязей по всему циклу создания и реализации инновационного продукта, а также интеграцию различных областей политики, влияющих на инновационный процесс. В связи с тем, что эта политика является неразрывной комбинацией классической поддержки исследований, стимулирования процессов обмена между наукой и экономикой, а также формирования благоприятствующих инновациям экономических условий, ограничимся рассмотрением лишь тех ее элементов, которые непосредственно связаны с этапом превращения научно-технического результата в рыночный продукт. Необходимые предпосылки для развития инновационных процессов в каждой конкретной стране – это наличие платежеспособного спроса на научно-технический продукт и реального интеллектуального потенциала, способного такой спрос удовлетворить.

Финансирование в рамках Структурных фондов базируется на пяти основных принципах:

1. Принцип концентрации – требует, чтобы финансовая интервенция фондов для достижения планируемого эффекта была сконцентрированной на небольшом числе точно определенных целей;

2. Принцип дополнительности – средства, выделяемые Еврокомиссией из структурных фондов, могут быть только дополнением к средствам, направляемым на финансирование данного проекта властями страны (региона, местности);

3. Принцип subsidiarity – все действия должны предприниматься на самом низком уровне управления из тех уровней, на которых они могут быть реализованы;

4. Принцип программирования – основой для получения помощи является планирование (планы и программы развития) на определенный, принятый в ЕС срок (период программирования);

5. Принцип партнерства – сотрудничество Еврокомиссии с властями страны, региона, местности, а также с другими компетентными субъектами (общественными организациями и хозяйствующими субъектами) [2].

Достижение устойчивого уровня развития лежит в основе общеевропейского процесса развития. Проблема устойчивого развития в обозримом будущем является важнейшей целью всех промышленно развитых стран. На устойчивое развитие влияют различного рода факторы: экономические, экологические, социальные и т.д.

Во внешнеэкономическом аспекте благосостояние западноевропейских стран во многом зависит от достигнутых ими позиций на мировом рынке высоких технологий, наукоемкой продукции, услуг, лицензий и ноу-хау. Поэтому политика каждой из стран направлена на удержание своих позиций. Ведущая роль в финансировании научных исследований и разработок переходит от общественного к частному сектору.

Статистические данные указывают на то, что чем крупнее компания, тем вероятность создания инновации возрастает. В среднем в ЕС инновации применяют 79% крупных производственных компаний с занятостью более 250 человек, 58% средних компаний, имеющих занятость от 50–249 человек и только 44% малых предприятий с занятостью менее 50 человек. В сфере услуг данные показатели составляют 73% для крупных компаний, 49 – для средних компаний и 37% для малых предприятий.

Малые и средние инновационные предприятия в целом рассматриваются на уровне ЕС и в странах-членах сообщества как один из элементов промежуточной инфраструктуры между государственным научно-исследовательским сектором и крупными промышленными фирмами. Их поддержка является одним из направлений государственной инновационной политики во всех странах Европейского Союза. Малые и средние предприятия осуществляют 29% совокупных продаж готовой продукции ЕС и производят около 18% продаж инновационных продуктов [3].

Государственная политика стран ЕС в научно-технической сфере реализуется посредством различных инструментов. Сюда входят законодательство, налоговая политика, размер и характер распределения бюджетных средств, в том числе на проведение работ по приоритетным направле-

ниям, формирование и поддержание инфраструктуры, кадровое обеспечение. Удельный вес и роль тех или иных инструментов в отдельных странах различаются. Наиболее ярко характеризует научно-техническую политику той или иной страны государственное финансирование научно-технической деятельности, его порядок и объемы. Основной научно-технический потенциал в странах Европейского Союза является национальным достоянием, хотя объемы (в финансовом измерении) работ, оплачиваемых государством, нигде не превышают 50%. Вместе с тем, ни одно государство не может полностью обеспечить приоритет рыночной стихии по отношению научно-техническому развитию в своей стране, являющемуся краеугольным камнем экономики.

При решении вопросов финансирования конкретных работ государство руководствуется рядом критериев. Во-первых, перспективность каждого конкретного направления оценивается с позиций сохранения на будущее достигнутого положения страны на мировом рынке по результатам весьма объемных прогностических исследований. Во-вторых, ответственность за реализацию программы подкреплена соответствующими объемами финансирования и возложена на научные советы, ведающие распределением средств на фундаментальные и вневедомственные прикладные исследования.

Таким образом за последние десятилетия в странах ЕС апробированы новые формы и методы стимулирования инновационного развития, инновационная политика приобрела комплексный, системный и долгосрочный характер с четкими количественными и качественными ориентирами, а единая политика Евросоюза стала «локомотивом» для национальных правительств и частного бизнеса. Текущие структурные изменения оказывают значительный эффект на выбор соответствующей политики в области инноваций. Дальнейшее углубление кооперации в сфере НИОКР и повышение эффективности инновационной деятельности будет способствовать усилению конкурентных позиций стран Евросоюза на мировом рынке современных технологий. Создание единого Европейского исследовательского пространства дает странам СНГ возможность активно включиться в европейское научное сообщество, а также ускорить формирование национальной инновационной политики.

Список использованных источников

1. Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4626&plang=RU>. – Дата доступа: 29.03.2023
2. Казаков В.В. Европейский опыт разработки и реализации инновационной политики развития экономических систем // Вестник Томского государственного университета - 2015. – № 392. – С. 138–144.
3. Циренщиков В. Стратегия инновационного развития Евросоюза: новые цели и инициативы // Современная Европа. – 2019. – № 6. – С. 138–148

УДК 338.1

ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ В ПЕРИОД СМЕНЫ ГЛОБАЛИЗАЦИОННОГО ПОРЯДКА

А.А. Посвенчук, 3 курс

Научный руководитель – **С.Ю. Солодовников, д.э.н., профессор**
Белорусский национальный технический университет

Современные геоэкономические реалии, опосредованные жестким санкционным режимом и другими методами политэкономического давления, порождают новые формы межстрановой конкуренции, где технико-технологическая среда является приоритетной базой: меняются способы функционирования и развития предприятий всех уровней и отраслей. Ликвидация традиционных связей взаимодействия между странами (то есть смена глобализационного порядка), очевидно, существенно замедлит реализацию производственно-технологических процессов, а тем более процессы технологической модернизации.

Роль и нужность государства в данных условиях неопределенностей и кризиса становится очевидным, поэтому централизация управленческих ресурсов определяется многими учёными вполне целесообразным. Более того, в рассматриваемой теме инновационно-технологического развития промышленных предприятий, как указывают учёные: «Инновационная экономика способна сама

генерировать и использовать инновационные идеи и продукты, ускоренно доводить фундаментальные и прикладные результаты до практического применения. Но для этого необходимы различные способы движения инновационных продуктов, как рыночные, так и нерыночные (администрирование), которые особенно важны в трансформационный период. Дело в том, что в старой экономической системе всегда стояла проблема внедрения новшеств в общественное производство, в результате чего они морально устаревали до внедрения в производство. Поэтому необходим отлаженный экономический механизм управления этим процессом» [1, с.104]. Последний осуществляется посредством указов и распоряжений, которые могут быть направлены, например, на государственно-частное партнерство (ГЧП): «С применением ГЧП решаются задачи перехода экономики на инновационный путь развития, в частности путем создания венчурных фондов, инновационных кластеров, в рамках которых обеспечивается эффективный механизм доведения научных знаний до инноваций, трансферт технологий, в том числе, между отраслями» [2, с.40].

Адаптационные процессы экономики, в данный момент, направлены либо на концентрацию собственных (национальных) средств и ресурсов на целесообразных мерах развития, либо на поиск обхода мер зарубежных санкций (параллельный импорт и т.п.). Уже существуют ряд указов легитимно осуществлять параллельный импорт, с целью поддержки и борьбы с санкционным режимом. Параллельный импорт как инструмент взаимобмена техническим оборудованием и технологиями, несмотря на ряд объективных преимуществ (увеличение ассортимента, снижение стоимости брендов, масштабирование конкуренции и т. п.), так же имеет ряд рисков. Например, возрастание теневого сектора, отсутствие послепродажного обслуживания, априори недобросовестная конкуренция, кроме того – сокращение иностранных инвестиций. Последний может возникать по нескольким причинам, но одна из них – понижение имиджа предприятия, которое было замечено в несанкционированном обмене, либо (с другой стороны) способствовало сбыту своих технологий несанкционированным методом. Данный риск не только ликвидирует источник инвестиций, но и влечёт за собой увеличение маркетинговых и сервисных расходов, что, в свою очередь, обуславливает существенные затруднения для процесса технико-технологической модернизации предприятия.

Невозможно не отметить, что с момента начала боевых действий в начале 2022 г. глобальный порядок кардинально сломлен, что объективно повлияло на производственно-экономические отношения между странами. Однако, предыдущий шаг глобального развития и все его привилегии коммуникаций, оказывают свое влияние на перестройку настоящего порядка и не могут просто нейтрализоваться. Глобальная система взаимодействий адаптируется, и, как любая система ищет способы регенерации предыдущих связей, несмотря на политический контекст.

Одной из ключевых особенностей современной глобальной производственной сети является замена единого координационного центра саморегулирующимся механизмом, который функционирует под воздействием обособленных экономических сил, как замечают Т. Кох и Й. Виндспергер: «Вместо централизованного процесса, в котором центральная фирма (либо государство – примечание А. П.) определяет архитектуру продукта и координирует участников, добавляющих ценность продукту, генеративные процессы создания ценности развиваются скорее за счет неординарного взаимодействия между распределенными и разнородными фирмами» [3, р.24]. Под разнородными фирмами понимается классификация определённых участников промышленного производства на несколько уровней, каждый из контролируется своим государством. Так, например, крупные промышленные предприятия, которые способны реализовать весь цикл производства самостоятельно относятся к первому уровню классификации, а предприятия, выполняющие дополняющую функцию ко всему производству, относятся ко второму уровню. Таким образом, предприятия первого уровня могут оказывать влияние на структуру формирования производственной сети по причине наличия зависимости от них предприятий второго уровня, в чём наблюдается наличие элементов координации и контроля. Если рассматривать фактор генеративности в «Совместном цифровом производстве» отмечается невозможность функционирования предприятиям первого уровня без второго, что обуславливается взаимосвязанностью и сложностью производственной сети. Как замечают Т. Кох и Й. Виндспергер: «Все эти взаимосвязи создают контекст, в котором фирмы ощущают ценность. Поскольку отношения постоянно меняются фирмы не создают ценности сами по себе, но предлагают ценностные предложения, чтобы взаимодействовать с другими участниками рынка для совместного создания ценности» [3, р.24].

Таким образом, управление промышленным комплексом в период высокого уровня неопределённости руководство государства осуществляет посредством создания директивных аспектов и узконаправленных указов, а также посредством жесткого централизованного контроля. Так же, крупные предприятия могут оказывать влияние на структуру формирования производственной сети по причине наличия зависимости от них предприятий малого сектора, в чём наблюдается наличие элементов самокоординации и самоконтроля. Однако глобальный экономический порядок самостоятельно адаптируется в соответствии с эволюционно-историческим развитием.

Список использованных источников

1. Курегян С. В., Елкина О. С., Елкин С. Е. Инновационная экономика и экономика инноваций // Экономическая наука сегодня. – 2018. – № 8. – С. 100-107.
2. Мелешко, Ю. В. Основные формы сотрудничества предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь и Российской Федерации в сфере производства космической техники / Ю. В. Мелешко // Право. Экономика. Психология. – 2018. – № 1 (9). – С. 37-42.
3. Koch, T. Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy [Electronic Resource] / T. Koch, J. Windsperger // Journal of Organization Design. – 2017. – Mode of access: <https://link.springer.com/article/10.1186/s41469-017-0016-z>. – Date of access: 20.03.2023.

УДК 339.9

НОВАЯ РЕГИОНАЛИЗАЦИЯ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ

В.С. Потяг, 4 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич, к.э.н., доцент**
Белорусский национальный технический университет

Сегодня в условиях экономики рисков [1 с. 39] и геополитической нестабильности, мы видим, как стремительно меняется мир. Ранее, данные кардинальные изменения в политике государств, могли вызвать целый ряд военных конфликтов, но сегодня это является нормальностью. Примером служат, такие процессы, как деиндустриализация стран ЕС и образование новых региональных союзов. Ранее мировая тенденция была направлена на глобализацию, сегодня же активно формируются региональные объединения. Важно понимать, что такое глобализация, данное определение дает М. Альброу: «Глобализация - совокупность всех процессов, посредством которых происходит инкорпорация населения планеты в единое мировое сообщество, глобальное сообщество» [2. с. 9]. Также необходимо дать определение регионализации, под регионализацией в контексте мировой экономики следует понимать процессы экономического, политического и социального взаимодействия между странами, которые формируют политические, военные, геополитические и экономические объединения. Сегодня на смену глобализации активно приходит новая регионализация, это проявляется в таких процессах, как: перенос заводов аккумуляторов для электромобилей из ЕС в США, создание военного альянса AUKUS, и других. Формирование данных новых объединений сегодня происходит не только на основе экономической или военной кооперации. Как выше уже было написано, они формируются на основе политэкономических, геополитических, военных и других интересов государств участников. Межевич Н.М., подчеркивает: «...Вместо того, чтобы отменить войны, мировая экономика, став глобальной, сама стала арендой войны» [3 с. 23], мы понимаем, что войны идут и сегодня, однако глобальное противостояние, все чаще приобретает форму торгово-экономических войн. Данные войны преимущественно ведутся посредством санкций в их различном проявлении. Действия США и ЕС очень ярко показали то как происходит противостояние государств на «экономической арене». Как верно замечает Бутенко В. А.: «практика показала, что переход от экономической кооперации к сотрудничеству в сферах политики и безопасности возможен только в том случае, если он отвечает национальным интересам государств, участвующих в этом процессе» [4, с.106]. Ранее процесс формирования объединений в своей работе зафиксировала Ефремова К.А.: «Основной упор при кооперации делается на экономическое сотрудничество: формирование зоны свободной торговли приводит к появлению сначала таможенного союза, а затем общего рынка, экономического союза и политического союза» [5, с. 65]. Сегодня мы видим, что новые региональные объединения формируются по совершенно новой логике. Новая регионализация характеризуется формированием «закрытых клу-

бов» на примере AUKUS, в которых расширение участников изначально не рассматривается. СВО на Украине, деиндустриализация стран ЕС, ярким примером деиндустриализации стран ЕС, является перенос, «переманивание» заводов аккумуляторов для электромобилей из ЕС в США. Все это направлено на устранение конкурентов в экономике, ослабление других стран, но это лишь один из факторов новой регионализации. Другой фактор новой регионализации – это усиление КНР в экономическом и военном планах, что собственное и является одной из причин создания AUKUS, однако важно помнить, что в этом противостоянии также участвует и РФ. Поэтому новая регионализация сегодня заключается в создании новых политэкономических объединений, которые базируются на многоплановом сотрудничестве и формируется из экономических политических, военных, геополитических интересов стран участников.

Таким образом можно говорить, о том, что новая регионализация – это формирование новых политэкономических и военных объединений, регионов, не обязательно имеющих общие границы, но характеризующиеся наличием общих интересов и повышением общей конкурентоспособности на «арене мировой экономики» в отношении других стран и объединений. Главное отличие от традиционной глобализации и регионализации, заключается в отсутствии ограничения в виде общих границ между государствами. Также важным отличием заключается в открытом противостоянии регионов на «арене мировой экономики», а не простое участие в международном разделении труда.

Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Экономика рисков // Экономическая наука сегодня: сборник научных статей / БНТУ, ФТУГ, Кафедра «Экономика и право»; редкол.: С. Ю. Солодовников (пред. редкол.). – Минск: БНТУ, 2018. – Вып. 8. – С. 16-55.
2. Baylis J. The Globalization of World Politics. An Introduction to International relations / J. Baylis, S. Smith // Oxford University Press, 1997. – 56 p.
3. Максимцев, И. А. Мировая экономика перед вызовами "annus horribilis": на пороге новой регионализации / И. А. Максимцев, Н. М. Межевич, В. М. Разумовский // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2017. – № 1-2(103). – С. 19-24. – EDN YGSRIB.
4. Бутенко, В. А. Регионализация и "новый" регионализм / В. А. Бутенко, Ш. Мохаммади // Право и политика. – 2020. – № 7. – С. 105-113. – DOI 10.7256/2454-0706.2020.7.33203. – EDN: MRUEJW.
5. Ефремова, К. А. От регионализма к трансрегионализму: теоретическое осмысление новой реальности // Сравнительная политика. – 2017. – Т. 8, № 2. – С. 58-72. – DOI 10.18611/2221-3279-2017-8-2-58-72. – EDN YSSLWB.

УДК 711. 437 (476.7) (043. 3)

СТАНАЎЛЕННЕ І РАЗВІЦЦЁ АГРАГАРАДКОЎ НА ТЭРЫТОРЫІ ПАЛЕССЯ

С.А. Пашалюк, магістр гістарычных навук

З кожным годам усё больш востра ў Рэспубліцы стаіць пытанне аб памяншэнні колькасці сельскага насельніцтва, а як следства памяншэнні колькасці сельскіх населеных пунктаў. Для вырашэння гэтай праблемы ў Рэспубліцы Беларусь была прынята “Дзяржаўная Праграма адраджэння і развіцця вёскі на 2005 – 2010 гады” [1]. Важнай складовай часткай аграпрамысловага комплексу Рэспублікі Беларусь, у тым ліку і нашага Палескага рэгіёну з’яўляюцца новыя тыпы сельскіх населеных пунктаў – аграгарадкі.

Тэма аграгарадкоў усё больш цікавіць даследчыкаў як новы тып сельскіх паселішчаў, якія знаходзяцца на асаблівым кантролі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь. У сучасных умовах асаблівае значэнне набывае вывучэнне сельскагаспадарчага развіцця асобных рэгіёнаў. На агульным фоне гістарыяграфіі відавочна недастатковая колькасць распрацовак, прысвечаных жыццю сельскага насельніцтва Палесся. Таму вывучэнне пытанняў, звязаных з дзейнасцю дзяржаўных і партыйных органаў, сельскагаспадарчых устаноў, уяўляе несумненна навуковую цікавасць, яна была непадзельна звязана з далейшым аграрным развіццём часткі беларускага Палесся. А без вывучэння мінулага сваёй малой Радзімы – немагчыма і глыбокае веданне гісторыі ўсёй краіны.

Толькі адказаўшы на шэраг пытанняў, якія датычацца становішча сельскай гаспадаркі ў першай палове 1990-ых гадоў на тэрыторыі Беларусі, мерапрыемстваў па выхадзе з крызісу, стварэння і

развіцця аграгарадкоў у вызначаным рэгіёне, стане магчымым больш выразна зразумець і разабрацца з тымі працэсамі, што адбыліся ў Рэспубліцы Беларусь. Аднак аграрнае развіццё ў Рэспубліцы нельга вывучаць у агульных рысах, таму што прыродна-геаграфічныя, сацыяльныя, канфесійныя, этнічныя і іншыя ўмовы мелі свае асаблівасці ў розных частках краіны. Пры гэтым не толькі кожная вобласць, але нярэдка і асобныя раёны былі цэлым светам са сваёй гісторыяй, спецыфікай арганізацыі жыцця.

У дадзеным даследаванні размова будзе ісці аб стварэнні і развіцці аграгарадкоў на тэрыторыі Пінскага, Столінскага, Лунінецкага і Іванаўскага раёнаў.

Вывучыўшы і прааналізаваўшы дадзеныя па аграгарадках Рэспублікі і раёнаў (Пінскага, Лунінецкага, Іванаўскага і Столінскага) можна зрабіць наступныя высновы па тэме даследавання:

1. Асаблівасцю развіцця сельскай гаспадаркі Беларусі ў канцы 1980-ых–пачатку 1990-ых гг. з'яўляецца тое, што дзякуючы дастаткова высокаму ўзроўню эканамічнага развіцця, эканамічны крызіс тут пачаўся на два гады пазней, чым у іншых рэспубліках СССР. Асноўнымі яго праявамі былі спад вытворчасці ў асноўных галінах гаспадаркі, рост інфляцыі, павышэнне беспрацоўя і падзенне жыццёвага ўзроўню насельніцтва;

2. Асноўныя мерапрыемствы па выхадзе з крызісу і перспектывы развіцця аграпрамысловага комплексу былі замацаваны ў Дзяржаўнай Праграме рэфармавання АПК. Стратэгічнай асновай Праграмы стаў паступовы пераход ў сферы аграпрамысловай вытворчасці ад камандна-адміністрацыйнай да рыначнай стратэгіі гаспадарання і пераўтварэнне калгасаў у сельскагаспадарчыя прадпрыемствы, заснаваныя на дзяржаўнай форме ўласнасці, у тым ліку з агульнай, паявой і долевай уласнасцю (калектыўна-долевыя гаспадаркі, адкрытыя і закрытыя таварыствы з абмежаванай і дадатковай адказнасцю), сельскагаспадарчыя прадпрыемствы, заснаваныя на прыватнай форме ўласнасці (сялянскія, фермерскія гаспадаркі).

Стварэнне аграгарадкоў неабходна было з мэтай, каб жыццё сельскіх жыхароў не саступала па камфорце гарадской, каб у людзей была матывацыя жыць і працаваць у сельскай мясцовасці;

3. Важным напрамкам у сацыяльна-эканамічнай палітыцы дзяржавы з'яўлялася стварэнне аграгарадкоў. У перыяд рэалізацыі Дзяржаўнай Праграмы адраджэння і развіцця вёскі на 2005–2010 гг. планавалася пабудаваць на тэрыторыі Пінскага, Лунінецкага, Іванаўскага і Столінскага раёнаў у агульнай колькасці – 60 аграгарадкоў. Стварэнне аграгарадкоў – важны і актуальны напрамак у сацыяльна-эканамічнай палітыцы дзяржавы;

4. Стварэнне аграгарадкоў змяніла архітэктурнае аблічча вёскі Заходне-Беларускага Палесся. Аграгарадкі, асабліва са спецыфічнай тэрытарыяльнай комплекснай кампануюкай вытворча-гаспадарчага і сацыяльна-бытавога сектараў сельскагаспадарчых прадпрыемстваў, істотна ўплываюць на ўзровень сучаснага жыццязабеспячэння сельскага насельніцтва, эфектыўнасць сельскагаспадарчай вытворчасці і фарміравання паліўна-энергетычнага балансу АПК.

Праектаванне і будаўніцтва аграгарадкоў стане больш эфектыўным, калі першапачаткова будучь правільна пастаўленыя задачы, а менавіта:

- планіровачнае рашэнне паселішчаў павінна быць максімальна кампактным, што служыць гарантыяй памяншэння выдаткаў на камунікацыі і забяспечвае высокі ўзровень ўтрымання;
- структура будынкаў павінна ўлічваць магчымасць укаранення новых тэхналогій па энергазберажэнню, ўтылізацыі гаспадарчых і бытавых адходаў;
- будаўніцтва павінна выконвацца з недарагіх эфектыўных матэрыялаў;
- мастацкі вобраз паселішча павінен быць унікальным: прыгожая, гарманічная асяроддзе таксама выходзіць, змест яе ў такіх выпадках вырабляецца на высокім узроўні;
- населены пункт павінен мець добрыя транспартныя камунікацыі з суседнімі пасёлкамі, гарадамі.

Аграгарадок рашэнням дастаткова перспектыўны варыянт развіцця сельскіх паселішчаў у Беларусі. Але цяперашняя метадыка праектавання аграгарадкоў вельмі простая, калі не прымітыўная. Выбіраюцца 2-3 тыпу упадабаных індывідуальных праектаў жылых дамоў, затым іх механічна расстаўляюць уздоўж вызначанай вуліцы ці вуліц.

Індывідуальны дом у аграгарадку павінен стаць складовай часткай кампактнай адукацыі з усімі відамі грамадскай прасторы, які ўключае такія паняцці, як вуліца, плошча, сквер, парк. Пospех стане відавочным, калі гэта будзе вырашана пры максімальным выкарыстанні вартасцяў навакольнага ландшафту. [2]

Сёння мы маем права разважаць аб змене ментальнасці, звычак насельніцтва, занятага ў сферы сельскагаспадарчай вытворчасці. Павышэнне адукацыйнага ўзроўню, укараненне новых тэхналогій мяняюць якасць працы і лад жыцця сельскага насельніцтва. Яны ўжо не закладнікі прысядзібнай гаспадаркі, якая з'яўлялася гарантыяй выжывання. І ў першую чаргу гэта варта аднесці да аграгарадкоў, бо яны ствараюцца для пэўнай вытворчай базы, г.зн. насельніцтва мае занятасць і стабільныя даходы. Прысядзібны ўчастак –элемент вольнага часу, заняткаў для душы, нават калі гэта вырошчванне гародніны або садавіны; 5-8 сотак зямлі для гэтай мэты цалкам дастаткова.

Па вялікім рахунку, аграгарадкі павінны стаць прыкладам цывілізаванага жыцця, дзе жыць і працаваць прэстыжна. Менавіта гэта можа стымуляваць прыток спецыялістаў з ужо перапоўненых гарадоў.

Навошта Беларусі аграгарадкі? Адказ просты: каб жыццё сельскіх жыхароў не саступала па камфорце гарадскому, каб у людзей была матывацыя жыць і працаваць у сельскай мясцовасці.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Государственная Программа возрождения и развития села на 2005–2010 годы: Указ Президента Респ. Беларусь, 25 марта 2005 г., № 150 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2005. – 1/6339.

2. «Новая госпрограмма направлена уже на развитие агрогородков». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/novaya-gosprogramma-napravlena-uzhe-na-razvitie-agrogorodkov.html>. – Дата доступа: 01.10. 2021.

УДК 338.532:346.2

ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ ПРИ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ С ГЕНДЕРНОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬЮ

Ю.С. Радкевич, студент

Научный руководитель – **А.С. Голикова**, к.э.н., доцент кафедры финансового менеджмента
Полесский государственный университет

Ценовая дискриминация – это микроэкономическая стратегия ценообразования, при которой идентичные или в значительной степени сходные товары или услуги продаются одним и тем же поставщиком по разным ценам на разных рынках[0]. Понятие «дискриминация» в данном случае не стоит трактовать негативно: оно обозначает не предвзятое отношение к определенной группе потребителей, а стремление разграничить разные группы покупателей и создать для них более комфортные условия. Цель ценовой дискриминации заключается в том, чтобы продать больше товаров за максимальную цену, которую готовы заплатить потребители.

Ценовая дискриминация имеет различные формы, одной из них является ценовая дискриминация женских товаров к аналогичным мужским товарам, которая называется налогом на розовое.

«Налог на розовое» – это ситуация, при которой цена на женские товары выше, чем на аналогичные мужские [0]. «Налог на розовое» сопровождает женщин всю жизнь – разница проявляется в большинстве категорий товаров, начиная от одежды и игрушек для девочек и заканчивая подгузниками и лекарствами для людей старшего возраста.

Мужские и женские товары обладают одинаковыми функциями, но женская версия стоит дороже. Мужчины экономят, так как, например, средства для мытья тела часто продаются «для мужчин» с указанием на то, что они выполняют двойную функцию шампуня и/или кондиционера. А женщины, наоборот, готовы платить больше и порой намеренно выбирают более дорогой товар. Объясняется это в том числе психологическими факторами, так как товар, который воспринимается как «сделанный специально для женщин» более ценен, чем обычный, ничем не выделяющийся товар.

Также переплата со стороны женщин может быть связана с тем, что общество заставляет женщин думать, что им нужно прилагать больше усилий, чтобы выглядеть согласно общепринятым стандартам, а значит платить за это больше. Многие женщины по-прежнему слишком нуждаются во внешней оценке, и именно это чувство вдоволь эксплуатируют маркетологи. Женская зависимость от внешней, в основном мужской оценки, обуславливает и их потребительское поведение,

заставляя их тратить больше на предметы гигиены, косметику и уход. Во многих аспектах женщины часто придирчивее и требовательнее мужчин, за это тоже приходится платить.

Если говорить о производителях, то они объясняют разницу в цене тем, что товары, предназначенные для женщин, обладают дополнительной стоимостью, на их создание уходит больше времени, а итоговая цена растет соответственно затраченным усилиям.

Как о проблеме о налоге на розовое заговорили в 1990-е годы в США. Так, в 1994 году в Калифорнии провели исследование, согласно которому женщины ежегодно платят «гендерный налог» в размере 1 351 доллара США в год за те же услуги, что и мужчины. К примеру, женщины в Калифорнии тратили в среднем на 5 долларов больше за стрижку, чем мужчины. Также стирка женской блузки в химчистке обходилась дороже, чем стирка мужской рубашки. Похожее исследование проводилось также в других странах, включая Францию, Великобританию, Канаду и Австралию. Авторы исследования в Британии утверждали, что женщинам приходится платить в среднем на 37% больше за примерно те же товары лишь потому, что они «предназначены для женщин» [0].

В Беларуси исследования, посвященных данной теме, не проводились. Поэтому, для того, чтобы установить, переплачивают ли белорусские женщины за некоторые товары по сравнению с мужчинами, нами были проанализированы цены на товары личной гигиены торговой сети «Мила» по состоянию на 01.03.2023 г. В исследовании сравнивался целый ряд наименований предметов личной гигиены: шампунь, картриджи для бритвы, бритвенные станки, туалетная вода, дезодорант, гель для душа и крем увлажняющий. В то же время такие товары личной гигиены, как ватные диски, мыло, зубная паста, ватные палочки не были включены, поскольку они не продаются для представителей разного пола.

Были выбраны товары со схожими характеристиками, одной ценовой категории и по возможности из одной серии. Цены, которые были использованы для данного исследования, рассматривались по розничной цене, независимо от какой-либо распродажи или скидки, предлагаемой розничным продавцом. Результаты сравнения мужских и женских товаров отображены в таблице.

Таблица – Сравнение мужских и женских товаров в ценовом разрезе

Наименование предмета	Цена для женщин, руб.	Цена для мужчин, руб.	Абсолютное отклонение цены на товар для женщин от цены для мужчин, руб.	Относительное отклонение цены на товар для женщин от цены для мужчин, %.
Шампунь Ziaja	6,55	6,22	0,33	0,6%
Картриджи для бритвы Gillette	61,85	22,00	39,85	63%
Бритвы Gillette	54,49	41,49	13	20,6%
Туалетная вода Adidas	58,00	33,00	25	39,6%
Дезодорант Fa	12,00	14,53	-2,53	-4%
Гель для душа Fa	12,32	11,87	0,45	0,8%
Крем увлажняющий Loreal	36,99	49,99	-13	-20,6%

Примечание – Источник: собственная разработка.

Таким образом, женщины переплачивают за потребление аналогичного мужскому товару по 5 из 7 проанализированных товарных позиций. В частности, разница в цене между шампунями одной фирмы для мужчин и женщин составила 33 копейки. Если говорить о сменных кассетах для бритвы, то женщинам приходится платить больше на 39,85 рублей. Стоимость женских бритв выше на 13 рублей. Разница в цене на туалетную воду составила 25 рублей. Гель для душа отличается в цене незначительно: всего на 45 копеек.

Зато при приобретении дезодорантов и крема о «налоге на розовое» не может быть речи: здесь страдают мужские кошельки, так как сильный пол вынужден платить больше на 2,53 рубля. Что касается увлажняющего крема, для мужчин он дороже 13 рублей.

Исследование подтвердило, что белорусских магазинах товары, ориентированные на женщин, оказались дороже товаров, целевой аудиторией которых были мужчины. Также по результатам исследования было выявлено, что женский пол платит на 63,1 белорусских рублей больше, чем мужчины за аналогичные товары.

Подведем итоги сравнения. Необъяснимая разница в цене, которую можно назвать «налогом на розовое», у также есть в Республике Беларусь. Но в целом она не столь значительна, как в западных странах. Например, в год, как показали расчеты, женщины тратили на тот же набор товаров на 1 351 доллар США больше, чем мужчины [0]. Также иногда дороже оказываются мужские товары. В нашем случае, цены это на дезодорант фирмы Fa и крем фирмы Loreal: они значительно выше цен на аналогичные женские товары.

Список использованных источников

1. Ценовая дискриминация [Электронный ресурс]/Режим доступа: <https://lectera.com/info/ru/articles/cenovaya-diskriminaciya> -Дата доступа:27.03.2023
2. Что такое «налог на розовое» [Электронный ресурс]/Режим доступа: <https://secretmag.ru/enciklopediya/chto-takoe-nalog-na-rozovoe-obyasnyаем-prostyimi-slovami.htm> – Дата доступа:27.03.2023.
3. «Налог на розовое»: почему женщины платят больше? [Электронный ресурс]/Режим доступа: https://www.bbc.com/russian/society/2016/03/160308_women_shops_pink_gender_marketing -Дата доступа:27.03.2023
4. Розовый налог: как маркетологи и общество заставляют женщин платить больше [Электронный ресурс]/Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/pink-tax/> -Дата доступа:31.03.2023.

УДК 336.2

ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ

А.В. Радцевич

Научный руководитель – **И.А. Лукьянова**, д.э.н., доцент
Белорусский государственный экономический университет

Налоговые органы республики сегодня стали обладателями большого объема информации, современных систем поддержки принятия решений, работают с облачными технологиями, сумели объединить потоки данных из различных ресурсов в единую информационную систему на основе Big Data. Ими оказывается более 238 электронных услуг через официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь, где размещено 20 различных электронных сервисов, посредством которых предоставляется более 50 электронных услуг. Осуществляется обработка более 25,0 млн деклараций, порядка 5,0 млн налоговых сообщений и уведомлений, более 700,0 млн. счетов-фактур по НДС, более 1,5 млн уведомлений на уплату имущественных налогов, обработка в СККО порядка 60,0 млн документов в сутки и др.

В повседневную жизнь плательщика ежегодно внедряются все новые и новые цифровые решения. За последний год создано 3 цифровые платформы: е-НДС, налог на профессиональный доход и ИАС «Косвенные налоги», 2 новых сервиса по налогу на профессиональный доход, дальнейшее расширение получила префайлинговая система. С 2023 года внедрено автозаполнение налоговыми органами деклараций по земельному налогу за плательщиков-юридических лиц, реализована возможность электронного ведения учета доходов по упрощенной системе налогообложения через «личный кабинет плательщика», полностью автоматизировано исчисление и уплата имущественных налогов физическими лицами, для чего были в целом изменены подходы к налогообложению данной категории плательщиков.

Внедрение инновационных технологий в работу налоговых органов позволяло концептуально менять вектор работы, планомерно снижать административную нагрузку на налогоплательщиков. Создаваемая цифровая система, как пишет Зараменских Е.П., должна включать в себя следующие атрибуты [1, с.38]: способ доступа – удаленный доступ; способ использования – по усмотрению заказчика; интеграция – система должна иметь возможность интегрироваться с информационной системой заказчика; ценность – удовлетворение конкретной потребности заказчика; совмести-

мость – способность работать с иными сервисами организации; условия доступа – должны отвечать возможностям клиента.

МНС активно оцифровывает налоговые процедуры и процессы налогообложения, обещая облегчить жизнь бизнесу. Запущенный процесс цифровизации условно можно разделить на 5 основных направлений, представленных на рисунке.

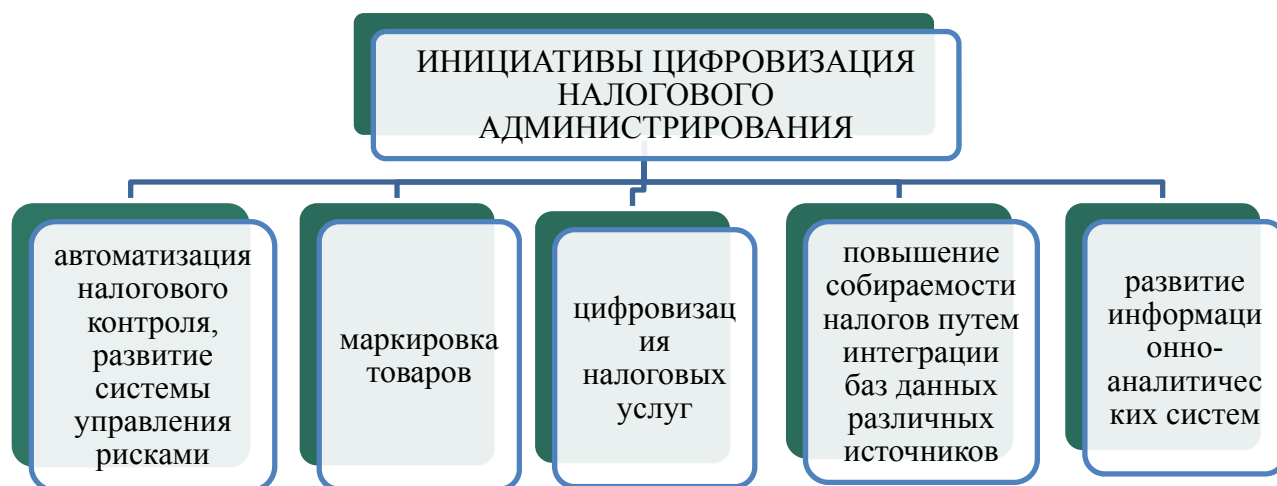


Рисунок – Инициативы цифровизации налогового администрирования в Республике Беларусь
Примечание – Разработка автора

С развитием цифровых налоговых решений государству становится более выгоднее на основе полного цифрового учета всех операций и событий плательщика, самому за него рассчитать сумму его налоговых обязательств, тем самым, с одной стороны, обеспечить полноту поступления налогов в бюджет, с другой – упростить жизнь налогоплательщика, освобождая его от дополнительного бремени ведения налогового учета и страха применения мер наказания за не верное исчисление сумм налоговых обязательств. Здесь, как отметил А. Силуанов «главная цель налоговой – это принуждение налогоплательщиков к уплате налогов, но это принуждение должно быть комфортным для обеих сторон» [2].

Список использованных источников

1. Зараменских, Е. П. Цифровые сервисы: их атрибуты и взаимосвязь с архитектурой предприятия / Е. П. Зараменских // Вестник университета. – 2018. – №10. – С.36–42.
2. Как работает искусственный интеллект в ФНС и на чьей он стороне? [Электронный ресурс] // интернет-канал Дзен. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/bafra/kak-rabotaet-iskusstvennyi-intellekt-v-fns-i-na-chei-on-storone-5fbcd834b9b1b331de8d76d>. – Дата доступа: 28.01.2023.

УДК 338.242

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

И.А. Рай, Ю.С. Радкевич, 2 курс

Научный руководитель – **А.С. Панюсько**, ассистент кафедры экономики и бизнеса
Полесский государственный университет

Стратегия устойчивого экономического роста невозможна без формирования факторов рыночно-ориентированного типа и требует в качестве объективной основы проведения целенаправленных системных мероприятий со стороны государства в области реструктуризации целей, приоритетов и механизмов развития национальной экономики. Экономика Республики Беларусь, исторический путь её развития, а также процесс относительно быстрого изменения институциональной среды объективно обуславливают высокую степень дифференциации её регионов, производства, социокультурных факторов для экономического развития. Опыт реформирования экономики под-

тверждает стратегическую важность институционального аспекта диверсификации экономики, его главенствующую роль на сегодняшний день [1, с. 56].

Таким образом, цель данной работы заключается в анализе влияния институциональных факторов и условий на процессы изменения производственной структуры экономики и в определении перспективных направлений дальнейших исследований применительно к белорусским регионам.

Диверсификация экономики означает реструктурирование, направленное на развитие и совершенствование различных экономических сфер. Одно из главных преимуществ диверсификации – независимость от одного сектора экономики. Если возникнут проблемы на одном из рынков, это не будет грозить упадком всей экономики страны [2, с. 71].

Если говорить о диверсификации в сельском хозяйстве, то под ней понимается разработка концептуальных решений, имеющих своей целью укрепление существующих сельхозпредприятий за счет предложения новых возможностей получения дохода. При этом предприятиям следует хотя бы отчасти восстановить структуры, утраченные вследствие структурных же изменений.

Объективная необходимость применения диверсификационных стратегий в развитии сельских территорий Беларуси обусловлена, прежде всего, снижением вклада сельскохозяйственного сектора в социально-экономическое развитие региона, снижением его эффективности, наличием социально-экономических диспропорций, проблем в воспроизводстве трудовых ресурсов, протеканием процессов индустриализации и сервисизации сельской экономики.

В развитии диверсификационных возможностей сельских территорий особое место принадлежит местным органам власти, которые посредством реализации целевых местных программ в данной области, предоставления финансовой, информационной и консультационной поддержки могут придать процессу диверсификации сельской экономики устойчивый характер. Результаты применения диверсификационных стратегий заключаются в оптимальном пространственном и целевом размещении местных ресурсов и определяются темпами интенсивного экономического роста региональной экономики, способствующего повышению уровня социально-экономического развития территории [3, с. 50].

Приоритет развития агропродовольственного экспорта определен в основных программных документах развития отрасли: Государственной программе "Аграрный бизнес на 2021 – 2025 годы"; Директиве Президента Республики Беларусь № 6 от 04.03.2019 г. "О развитии села и повышении эффективности аграрной отрасли"; Доктрине национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года. В данных нормативных правовых актах определено, что к 2030 г. удельный вес продукции, реализованной на внешних рынках, должен составить около 45 % производства при ежегодном приросте экспортных поставок на 5-6 %.

Принято различать связанную и несвязанную диверсификацию. Применительно к сельской экономике первая представляет собой активизацию сельскохозяйственного производства за счет изменения

его роли в технологической цепи товародвижения, сопровождающегося увеличением добавленной стоимости получаемой продукции, а также расширение сферы деятельности хозяйства, подразумевающее дополнение существующих направлений предпринимательской активности новыми, как правило, близкими основным (например, производство новых видов нетрадиционной сельскохозяйственной

продукции). Несвязанная диверсификация означает переход в область, не связанную напрямую с основной (как правило, сельскохозяйственной) деятельностью, к новым технологиям или потребностям рынка. Основными направлениями несвязанной диверсификации сельской экономики территории (региона) являются предоставление туристских, рекреационных, гостиничных, лечебно-оздоровительных и развлекательных услуг; осуществление ремесленной деятельности; оказание подрядных услуг фермерским и личным подсобным хозяйствам (выполнение механизированных работ, услуги хранения продукции и др.), а также общественным и иным структурам в сферах садоводства, ландшафтного дизайна и др.; оказание персональных и бытовых услуг; предоставление услуг иных видов (уход за детьми, бизнес-консалтинг, ведение социального сельского хозяйства, организация "зеленых" школ, создание образовательных центров для фермеров) [4].

Следует отметить, в Республике Беларусь диверсификация сельской экономики – смешанная. Приоритетными

направлениями связанной диверсификации сельской экономики являются органическое сельское хозяйство; заготовка, переработка, хранение и реализация сельскохозяйственной и дикорастущей продукции; производство нетрадиционных для региона видов сельскохозяйственной продукции и другие, несвязанной диверсификации – сельский туризм, ремесленная деятельность, альтернативная энергетика, создание бизнеса в несельскохозяйственных сферах (строительство, транспорт и связь, торговля и общественное питание, образование и т.п.).

Беларусь также является участницей интеграционных формирований: СНГ, Евразийский экономический союз, Союзное государство Беларуси и России. Активно развиваются торговые отношения с государствами Азии, особенно с Китаем. Также идут поставки в отдельные страны Африки. Логистические маршруты строятся с учетом экономической целесообразности. Участие в интеграционной группировке позволяет национальному хозяйству РБ более успешно функционировать в мировой экономической системе. Экспорт сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в указанные страны увеличивается; расширяется ассортимент поставляемой продукции.

Агропродовольственная сфера Беларуси в настоящее время является экспортно-ориентированной. Валовая продукция в хозяйствах всех категорий в сопоставимых ценах увеличилась к 2021 году на 3,6 процента. Экспорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в 2022 году вырос на 24,2 процента и достиг 8,3 миллиарда долларов – плюс почти 1,6 миллиарда. Их удельный вес в общем объеме экспорта страны составил около 22 процентов. Несмотря на санкционное давление, продовольствие поставлялось в 100 стран. В приоритете культуры, востребованные для продбезопасности и пополнения запасов фуража. В Беларуси уровень самообеспечения по основным группам продовольствия уверенно превышает 100 % (например, по молокопродуктам он составляет около 256 %, сахару – 175, мясу – 135, яйцам – 125, овощам – 105 % и т. д.). Мы не только обеспечиваем продовольствием свой рынок, но и сформировали и эффективно реализуем значительный экспортный потенциал. В структуре зерновых более 70 % занимают озимые пшеница, рожь, тритикале, отдача которых выше, чем у яровых. В последнее времякратно увеличены посевы гречихи [5].

Оптимизация структуры посевов позволила, например, аграриям Брестчины прибавить в производстве зерна, сахарной свеклы, картофеля и других культур. Здесь плечо сельхозпредприятиям подставили фермерские хозяйства, основным направлением деятельности выбравшие растениеводство. В прошлом году без учета соток населения фермеры произвели свыше 130 тысяч тонн картофеля (62 % от общего объема по региону), 222,8 тысячи тонн овощей (89,1 %), 88,5 тысячи тонн фруктов и ягод (69 %).

По данным ООН, Беларусь входит в топ-15 ведущих мировых экспортеров мясной продукции. Кроме того, наша страна в пятерке мировых поставщиков молокопродуктов. Одна только Брестская область в январе 2023 года реализовала на переработку 161,5 тысячи тонн молока – больше, чем вместе взятые Витебская, Гомельская и Могилевская. Три четверти произведенной в регионе молочки уходит на экспорт.

Всего в сельхозорганизациях и фермерских хозяйствах страны в этом году планируют произвести свыше 8,8 миллиона тонн зерна и не менее 1 миллиона тонн маслосемян рапса. Это примерно на 3-5 % больше, чем годом ранее. В структуру посевных площадей внесены определенные коррективы, которые позволят аграриям выйти на заданные параметры.

Следовательно, принимая решения в пользу диверсификации, сельскохозяйственный сектор национальной экономики вступает на путь, следуя которым он закрепляет источники своего дохода за различными видами хозяйственной деятельности, в которые неизменно включается как минимум один вид деятельности несельскохозяйственный.

Таким образом, национальная экономика существенно повышает свою стрессоустойчивость к колебаниям рынка – в отличие от зарубежных национальных экономик, которые в своей сельскохозяйственной деятельности продолжают оставаться во власти таких колебаний.

Список использованных источников

1. Панюсько, А.С. Институциональные аспекты диверсификации национальной экономики / А.С. Панюсько // Пинские чтения: материалы I международной научно-практической конференции, УО “Полесский государственный университет”, г. Пинск, 15-16 сентября 2022 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2022. – С. 56-58.

2. Панюсько, А.С. Совершенствование подходов к обоснованию диверсификации хозяйственной деятельности предприятия / А.С. Панюсько, А.В. Киевич // Экономика и банки: научно-практический журнал ПолесГУ. – 2021. – № 2. – С. 70-79.

3. Панюсько, А.С. Диверсификация в сельскохозяйственных организациях – фактор финансовой устойчивости и конкурентоспособности / А.С. Панюсько // Современные аспекты экономики. – 2022. – №4 (296). – С. 49-54.

4. Актуальные направления диверсификации Национального экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bit.ly/43hyXFq> – Дата доступа: 02.04.2023.

5. Благодаря поддержке государства аграрный сектор обеспечивает страну продуктами питания и наращивает экспорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/stavka-na-vskhodyselhoz.html> – Дата доступа: 03.04.2023.

УДК 368.1 : 316.4.062

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д.А. Рафалович, 4 курс, **С.В. Бокач**, 3 курс
Научный руководитель – **А.Е. Карсеко**, ст. преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Страхование играет важную роль в социально-экономическом развитии любой страны. В связи с рыночными преобразованиями в экономике в современном мире возникает необходимость более точного определения роли и места страхования. Механизм страхования не только защищает имущественные интересы юридических и физических лиц посредством страхового возмещения и обеспечения, но и позволяет снизить бюджетные расходы, обеспечить большую социально-экономическую стабильность, формирование внутренних источников инвестиций в экономику и пр.

Согласно Указу Президента Республики Беларусь «О страховании», под страхование понимаются «отношения по защите имущественных интересов граждан Республики Беларусь, иностранных граждан, лиц без гражданства, организаций, в том числе иностранных и международных, а также Республики Беларусь и ее административно-территориальных единиц, иностранных государств при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет страховых резервов, формируемых страховщиками из уплачиваемых страховых взносов (страховых премий)» [1].

Страхование является одной из старейших категорий в системе экономических отношений между людьми. История страхования ведет к началу нашей эры. В частности, первые денежные фонды для благотворительных пожертвований были основаны в древней Индии, а первые коллегии по оказанию финансовой помощи – в древнем Риме. Первые страховые организации появились в Англии в 1698 году. Как отмечает А. М. Годин, «Первопроходцы этого вида страхования выработали основные элементы и методы страхования жизни, которые используются и по сей день. К примеру, уже тогда впервые составляются договоры, предусматривающие выплату фиксированных страховых сумм в случае смерти застрахованного. Несколько позже общества страхования жизни возникают и в других странах. В Германии первое из них появилось в 1827 году, во Франции – в 1829, в США – в 1830. И уже к концу XIX века застраховать свою жизнь можно было в любом европейском государстве» [2, с. 53].

Для осуществления страховой деятельности на территории Республики Беларусь нужно получить государственную лицензию. На рынке страховых услуг Республики Беларусь функционируют как государственные, так и негосударственные страховщики. Государственными страховыми организациями признаются имеющие в уставном фонде государственную долю более 50 %.

С момента образования независимой и суверенной Республики Беларусь, когда пришлось самостоятельно выстраивать необходимые для эффективного функционирования страны институты, началась и история развития страхования в Республике Беларусь. К этому времени был накоплен определенный опыт осуществления страховой деятельности, Белгосстрах стал правопреемником Главного управления государственного страхования БССР. Функции управления и контроля за страховыми организациями были возложены на Государственный страховой надзор Республики Беларусь. С 1992 года начинают появляться негосударственные страховщики. Данный сектор начинает интенсивно развиваться, и к 1994 году на рынке появляется 76 страховых организаций. В

1993 году вступил в силу Закон «О страховании», который ужесточил требования к уставному фонду компаний, ограничил возможность предоставлять услуги по обязательным видам страхования страховщикам с долей негосударственной собственности более 49 %. В 1998 году была разработана первая Программа развития страхового дела в Республике Беларусь на 1998-2000 годы, был расширен перечень обязательных видов страхования, определены меры по стимулированию развития страхового рынка и пр. Примерно с 2010 года в стране начинается активное стимулирование развития добровольного страхования.

К основным нормативным правовым актам, регулирующим осуществление страховой деятельности в Республике Беларусь, на сегодняшний день относятся Гражданский кодекс Республики Беларусь, Указ президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. № 530 «О страховой деятельности» (с изменениями и дополнениями от 30 декабря 2022 г.), подпрограмма «Развитие страховой деятельности» Государственной программы «Управление государственными финансами и регулирование финансового рынка» на 2020 год и на период до 2025 года», утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 декабря 2020 г. № 759, и др.

Согласно официальным данным, на сегодняшний день в Республике Беларусь функционирует 16 страховых организаций государственной и негосударственной форм собственности. Основные показатели деятельности страховых организаций в прошедшем 2022 году улучшились по сравнению с прошлым годом небольшими темпами – 104,8%, выплаты страхового возмещения и страхового обеспечения увеличились на 170,0 млн рублей, или почти 16 %. Уровень страховых выплат при этом в общей сумме страховых взносов в 2022 году по сравнению с 2021 годом вырос с 61,7 % до 68,2% [3].

Характеризуя современное состояние страхового рынка Республики Беларусь, следует отметить следующие его особенности и проблемы: преобладание государственной формы собственности, всеобщий характер программ социального страхования, контроль со стороны государства, высокий уровень подготовки специалистов в области страхования, высокий уровень концентрации страховых филиалов в регионах страны.

Что касается проблем страхового рынка, к ним относят низкую степень доверия населения к долгосрочным финансовым вложениям. Отчасти это связано с тем, что Госстрахом не были выполнены условия договоров страхования, заключенных до 1992 года. Также для нашей страны характерен низкий уровень развития страховой культуры. Страховой рынок является зарегулированным, на этом рынке сохраняется неравенство для страховых компаний разных форм собственности [4].

Таким образом, для решения вышеперечисленных проблем необходимо повысить уровень финансовой грамотности населения посредством выпуска образовательных программ. Также необходимо разработать систему нормативных правовых актов с четким определением условий взаимодействия участников страхования, обеспечить предоставление гарантий исполнения договорных условий для всех участников страховой сделки. В целях повышения привлекательности страховых услуг в рамках добровольного страхования необходимо стимулировать конкуренцию в отрасли, что заставит участников этого рынка разрабатывать и предлагать новые страховые продукты на выгодных, простых и понятных условиях, привлекательные для различных категорий населения и покрывающие различные риски при разнообразных страховых случаях, например, страхование киберрисков. Для стимулирования конкуренции необходимо проводить мероприятия, направленные на создание равных возможностей осуществления страховой деятельности для государственных и частных компаний.

Список использованных источников

1. Декреты, законы, указы Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfin.gov.by/ru/supervision/acts/e781adc587ac25f9.html>. – Дата доступа: 20.03.2023.
2. Годин, А.М. Страхование: Учебник для бакалавров / А.М. Годин, С.В. Фрумина. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 256 с.
3. Статистическая информация о состоянии рынка страховых услуг Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/ru/supervision/stat/>. – Дата доступа: 20.03.2023.
4. Рынок страхования в Республике Беларусь – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/ru/supervision/stat/2021/itogi/0e95ea78883e4284.html>. – Дата доступа: 20.03.2023.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Я.А. Рафалович, 2 курс

Научный руководитель – **Я.И. Добринец**, преподаватель-стажер
Полесский государственный университет

Республика Беларусь – страна с малой открытой экономикой. Она осуществляет многовекторную внешнеэкономическую политику, направленную на укрепление роли в мировом сообществе, расширение и закрепление перспективных рынков для отечественных товаров и услуг, а также активно участвует в международных интеграционных процессах.

Сама внешнеторговая деятельность является важнейшим элементом экономики республики. От роста или падения экспортно-импортных операций зависит экономическое благополучие отдельных отраслей и предприятий, населения и республики в целом.

Внешнеторговая деятельность – это деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью [1].

Основными показателями внешней торговли являются:

- внешнеторговый оборот (объем внешней торговли);
- внешнеторговое сальдо (сальдо внешней торговли);
- внешнеторговая квота, отражает степень открытости экономики страны в международной торговле;
- импортная квота (импортная квота), показывает степень импортозависимости экономики;
- экспортная квота, характеризует степень экспортоориентированности экономики [1].

Устойчивое развитие Республики Беларусь во многом зависит от эффективности реализации внешней торговой политики страны, поскольку основные отрасли производства ориентированы на внешний рынок: страна специализируется на производстве продукции химической и нефтехимической промышленности, машиностроения, лесной и деревообрабатывающей промышленности, выпуске потребительских товаров при существенной зависимости белорусского сырьевого рынка от импорта. Основными в структуре экспорта услуг республики являются транспортные и компьютерные, телекоммуникационные и информационные услуги.

За последние десять лет наблюдалось значительное увеличение объемов внешней торговли Беларуси. Это продиктовано общими мировыми процессами глобализации, экономическим ростом, открытием новых рынков сбыта для белорусских товаров.

Но в настоящее время в Республике Беларусь выявлен спад во внешней торговле, после того как многие страны ввели санкции, связанные с ограничением инвестирования и запретом на поставки отдельных товаров. По данным Национального статистического комитета, в Республике Беларусь объем внешней торговли товарами (внешнеторговый оборот) в 2022 году достиг 76,9 млрд. долл. США, что на 6% меньше, чем в 2021 году. Товарооборот со странами СНГ в 2022 г. составил 48,9 млрд. долл. США (64,8% общего товарооборота) и по сравнению с 2021 годом он увеличился на 1,3%. Товарооборот со странами вне СНГ снизился на 15,4% и составил 27,1 млрд. долл. США [2, с 64].

Экспорт Республики Беларусь в 2022 году составил 38,3 млрд. долл. США и снизился по сравнению с 2021 годом на 4,2% [2, с 66]. Падение экспорта связано с санкционными ограничениями и потерей украинского рынка.

К числу важнейших экспортных позиций относятся нефтепродукты и нефть, калийные и азотные удобрения, металлопродукция, продукция машиностроения (тракторы, грузовые автомобили), химические волокна и нити, шины, молочная и мясная продукция, сахар.

Импорт Республики Беларусь с 2022 по 2021 гг. снизился на 7,6 % и составил 38,6 млрд. долл. США [2, с 66]. Основу импорта составляют энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование.

В 2022 году зарегистрированы объемы экспортно-импортных операций со 199 странами мира. Товары поставлялись на рынки 157 государств, импортировалась продукция из 188 стран. В 2021

году экспортно-импортные операции осуществлялись с 206 странами мира, товары поставлялись на рынки 172 государств, импортировалась продукция из 191 страны [2].

Основным торговым партнером Беларуси является Российская Федерация, на ее долю приходится более 45% белорусского экспорта и более 50% объема импорта. Торговый борот с Россией увеличился на 10,1% и составил 22 млрд. долл. США в 2022 году [3].

Второе место в рейтинге по внешнеторговому обороту в 2022 года занимает Китай – 5,9 млрд. долл. США, рост 9,7% с предыдущим годом. Беларусь находится в топ-10 поставщиков в Китай калийных удобрений, молочной сыворотки, мясной продукции, рапсового масла. Но при этом основную долю в обороте занимает импорт в Беларусь из Китая [3].

Тройку лидеров замыкает Украина, которая не присоединялась к экономическим санкциям Запада против Беларуси, но с началом специальной военной операции, товарооборот снизился более чем на 30% и составил 1,2 млрд. долл. США млрд (январь–апрель 2022). Экспорт товаров в Украину сократился на 26% до 1 млрд. долл. США, импорт упал на 47,1% — до 232 млн долл. США. Несмотря на проведение специальной военной операции, торговля между странами полностью не остановлена, исполняются старые контракты. В 2021 году Украина занимала второе место в топе торговых партнеров, Китай был на третьем месте [3].

В заключении следует сказать, что внешнеторговая деятельность является важной частью экономики любой страны, так как за рубежом можно найти рынки сбыта своей продукции, соответственно это еще один способ получения прибыли, в частности – в иностранной валюте. В свою очередь, полученная прибыль служит источником накопления капитала, который будет направлен на промышленное развитие. Это также стимул совершенствовать свои технологии производства, чтобы продукция была конкурентоспособной на международном рынке.

Совершенствование внешнеторговой политики в Республике Беларусь должно заключаться, во-первых, в свертывании импорта в тех сферах экономики, где отечественные производители могут решить проблему удовлетворения спроса не хуже зарубежных при условии, что они получают соответствующие ресурсы, в частности валютные.

Во-вторых, необходимы развитие и стимулирование импортных закупок определенных товаров, прежде всего переход к целенаправленному импорту оборудования, жизненно важного для развития совместных стратегических проектов и программ, ориентированных на постиндустриальные технологии.

В-третьих, важным является в реализации внешнеторговой политики эффективно использовать транзитный потенциал страны, поскольку рост объемов международной торговли невозможен без постоянного совершенствования всей торговой инфраструктуры и в первую очередь транспортной системы.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10400347> – Дата доступа: 28.03.2023.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 28.03.2023.
3. Двусторонне сотрудничество Республики Беларусь: Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://mfa.gov.by/foreign_policy/dual/ – Дата доступа: 28.03.2023.

УДК 338.28:636

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Е.Д. Рудинская, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Важнейшей составной частью экономики Республики Беларусь является агропромышленный комплекс (АПК), успешное развитие которого в решающей мере определяет состояние всего

народно-хозяйственного потенциала, стабильность социально-экономической ситуации в обществе, а также уровень продовольственной безопасности государства [1, с 2].

На современном этапе развития экономических отношений Беларуси с мировым сообществом важнейшими стратегическими приоритетами развития отечественного агропромышленного комплекса являются научно-технический прогресс и инновационные процессы, обеспечивающие непрерывное обновление производства посредством освоения достижений науки и техники.

Агропромышленный комплекс – это сложная социально-экономическая система, в структуре которой представлено множество различных элементов или подсистем [2].

Он является одним из ведущих секторов народного хозяйства Республики Беларусь, на долю которого приходится 44 % внутреннего валового продукта, 40 % стоимости основных производственных фондов и 39 % численности работников. Агропромышленный комплекс Республики Беларусь включает такие отрасли, как сельское хозяйство, лесное хозяйство, заготовки, пищевая промышленность, мукомольно-крупяная и комбикормовая промышленность, легкая промышленность, торговля и общественное питание, ремонт тракторов и сельскохозяйственных машин, строительство в агропромышленном комплексе.

Особое место в сельском хозяйстве занимает животноводство, являющееся подсистемой по отношению к АПК и системой по отношению к соподчиненным элементам - подотраслям.

Именно эта отрасль является основой обеспечения продовольственной безопасности страны, так как в ней производится более 63 % стоимости валовой продукции сельского хозяйства и от ее эффективной работы во многом зависит экономическое благополучие большинства сельскохозяйственных организаций республики.

Считается, что животноводство является сложнейшей отраслью сельскохозяйственного производства. Высокая трудоемкость технологических процессов обуславливает необходимость их комплексной механизации и автоматизации. Специфической особенностью отрасли является скоропортящийся характер производимой продукции и очень высокая капиталоемкость. Кроме того, для эффективного ведения хозяйства необходимо создание прочной кормовой базы, обеспечивающей полноценное кормление животных.

Инновационные процессы в сфере АПК представляют собой сложную взаимоувязанную систему, содержащую множество прямых и обратных связей, включающую подсистемы: научных исследований, научно-технических разработок, экспериментального и опытного производства, производства продукции, маркетинговых исследований, реализации товарной продукции [2].

В агропромышленном комплексе инновации представляют собой реализацию в хозяйственную практику результатов исследований и разработок в виде новых сортов растений, пород и видов животных и кроссов птицы, новых или улучшенных продуктов питания, материалов, современных технологий в растениеводстве, животноводстве и перерабатывающей промышленности, качественных удобрений и средств защиты растений и животных, эффективных методов профилактики и лечения животных и птицы, новых форм организации и управления различными сферами экономики, новых подходов к социальным услугам, позволяющих повысить эффективность производства.

Типология инноваций в животноводстве:

1. Технические инновации (производство, переработка, хранение, реализация, транспортировка);
2. Технологические инновации (инновационные технологии производства, хранения, переработки, реализации продукции);
3. Биологические инновации (генетические, ветеринарные, кормовые);
4. Экологические инновации (экология окружающей среды, экологическая продукция);
5. Организационно-экономические (экономические, управленческие, инфраструктурные, социальные) [3].

В области инновационного развития животноводства, среди основных направлений научно-технологического прогресса и инновационной деятельности выделяют:

- разработку и внедрение инновационных технологий, направленных на техническое перевооружение отрасли в области производства, переработки, хранения, реализации, транспортировки продукции, расширение производства, повышение производительности труда и снижение затрат;

- исследования в области биологических наук, генной инженерии, генетического контроля, выведение новых пород, типов и линий животных, кроссов птиц и совершенствование систем их содержания;
- разработки в области совершенствования ветеринарного обслуживания отрасли, с учетом достижений физико-химической биологии, биотехнологии и молекулярной иммунологии;
- разработки новейших технологий производства кормов, повышения их качества, создание новых эффективных систем кормления животных;
- восстановление и совершенствование инфраструктуры животноводческой отрасли на основе инновационных технологий;
- подготовку квалифицированных специалистов в сфере животноводства, создание нормальных условий труда и отдыха рабочих, разработка методик по стимуляции и мотивации труда;
- разработку и реализацию целевых инновационных программ;
- всестороннюю поддержку отрасли со стороны государства, в том числе разработку мер, стимулирующих заинтересованность производителей продукции животноводства в результатах своего труда;
- создание системы информационной поддержки сельхозтоваропроизводителей о достижениях науки и техники в области сельского хозяйства [4, с 241].

Естественно, что разработка, внедрение и применение инноваций в отрасли приводит не только к получению экономической выгоды, которая выражается в большем выходе продукции и сокращении издержек, но и ведет к ускорению развития в области научно-технического прогресса, что в свою очередь возносит товаропроизводителей к улучшениям существующих инноваций и созданию новых, более качественных и простых в применении на производствах.

Следовательно, переход к новому уровню производства невозможен без должных инвестиций, поддержки государства, разработок в области научно-технического прогресса и повышения уровня знаний кадрового состава, в свою очередь приводящих к использованию технологий, снижения затрат на производство, и повышение его конкурентоспособности – все это требует большого количества времени.

Список использованных источников

1. Гусаков В.Г. Как повысить эффективность национального АПК. Веды. 2012. С. 4.
2. ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года». [Электронный ресурс]// Экономическая газета. – Москва, 2014. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70155950/>. - Дата доступа: 21.03.2023
3. Рева, Е.А. Инновации и инновационные технологии в животноводстве, а также особенности отрасли, влияющие на темпы экономического роста производства [Электронный ресурс]// Учебное пособие. – Москва, 2020. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/340/76547/>. - Дата доступа: 21.03.2023
4. Научные принципы регулирования развития АПК: предложения и механизмы реализации / РНУП «Институт системных исследований в АПК Национальной Академии Наук Беларуси». Минск, 2011. 314 с.

УДК 33

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИКИ МОДЫ

В.М. Рудык, 2 курс

Научный руководитель – **С.Ю. Солодовников, д-р.э.н., профессор**

Белорусский национальный технический университет

Сегодня мода оказывает все большее влияние на легкую промышленность. Она играет существенную роль в современном обществе, поскольку мода оказывает сильное влияние на потребительское поведение и может стимулировать экономический рост. мода является источником занятости и доходов для многих людей, включая дизайнеров, производителей, рекламистов и магазинов.

Под модой в общем плане понимается понятие «обычно непродолжительное господство определенного типа стандартизированного массового поведения, в основе которого лежит относительно быстрое и масштабное изменение внешнего (прежде всего предметного) окружения людей» [1]. Одной из главных экономических проблем является быстрый оборот товаров, коллекции выпус-

каются ежесезонно, и каждая новая коллекция заменяет предыдущую. Это означает, что производители должны постоянно обновлять свой ассортимент, чтобы оставаться в тренде и привлекать новых покупателей. В. П. Иваницкий и М. С. Щеглов определили понятие «товары интенсивного обновления» как товары народного потребления, которые периодически обновляют свои визуально-эстетические характеристики. Они считают, что главным критерием для отнесения товара к этой категории является влияние моды на его производство и потребление. «Товары интенсивного обновления – это товары, изначально предназначенные для такого потребления, при котором их замена происходит задолго до момента их полного физического износа или физический износ происходит очень быстро по причине агрессивной технологической среды, для эксплуатации в которой они предназначены» [2].

Потребительский спрос является еще одним принципом экономического спроса, который диктуется желанием потребителей приобрести новые модные товары. Поэтому производители одежды должны постоянно менять вкусы потребителей и предлагать новые товары, которые снижают их потребность. Быстрое устаревание модных тенденций может привести к излишнему производству и нерациональному использованию ресурсов. Кроме того, существует проблема недостаточной устойчивости экономики моды, которая может быть связана с нехваткой ресурсов, неэффективностью производства, недостаточной инновационностью и др.

Брендирование, как аспект экономики моды, позволяет производителям товаров получать премиум-цены, ведь бренд - это не только товар, но и имидж, репутация, ассоциации и эмоции, которые вызывает у потребителей. Д. Белл писал, что сегодня «рыночные цены все меньше соотносятся с себестоимостью продукции, которая все реже появляется на рынке без соответствующего бренда» [3, с. 250]. Хорошо зарекомендовавшие себя бренды могут продавать свою продукцию по более высокой цене и удерживать своих клиентов, что позволяет им увеличивать прибыль и концентрироваться на рынке моды.

Экономика моды не ограничивается только производством и продажей товаров. Она также включает в себя множество других аспектов, таких как реклама, изучение рынка, потребительского спроса и предложения, конкуренцию, маркетинговые стратегии, управление брендами, оптимизацию производственных процессов, модные показы, fashion-журналистика и т.д. Экономика моды оказывает влияние на нашу культуру и образ жизни. Влияние моды можно увидеть в музыке, искусстве, фильмах и других аспектах нашей культуры, экономика моды является сложной и многогранной, и ее изучение позволяет лучше понять нашу современную культуру и образ жизни.

Экономика моды является очень динамичной и быстро меняющейся отраслью, которая зависит от культурных тенденций, изменений во вкусе потребителей и других факторов. Производители модной одежды должны уметь адаптироваться к изменяющейся среде и быстро реагировать на изменения в рынке, чтобы удовлетворять потребности своих клиентов. «Мода представляет собой сложное социально-экономическое и культурно-психологическое явление, ограничение природы которого лишь эстетической или социально-психологической стороной не позволяет в полной мере использовать ее как фактор производства, распределения и потребления благ в экономической системе общества» [4]. То есть мода - это не просто эстетическое явление, но и социально-экономический и культурно-психологический феномен, она оказывает влияние на производство, распределение и потребление товаров и услуг в экономической системе общества. Всё больше потребителей становятся осознанными и требуют более этических и экологических подходов в производстве. Компании в отрасли моды должны учитывать эти аспекты в своих стратегиях производства и бизнеса, чтобы сохранять свою репутацию и удовлетворять потребности современных потребителей.

В целом, экономика моды продолжает развиваться и привлекать внимание как потребителей, так и инвесторов. Однако будущее этой отрасли зависит от того, насколько ее участники будут учитывать экологические и социальные аспекты, а также от их способности создавать уникальные и инновационные товары, которые будут соответствовать потребностям рынка и требованиям современности.

Экономика моды является важным элементом мировой экономики, которая охватывает различные сферы жизни и влияет на многие другие отрасли. Несмотря на ряд проблем, она продолжает развиваться и привлекать внимание как потребителей, так и инвесторов. Будущее экономики моды зависит от того, насколько ее участники будут учитывать экологические и социальные аспекты, а

также от их способности создавать уникальные и инновационные товары, которые будут соответствовать потребностям рынка и требованиям современности.

Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / Главн. науч. ред. и сост. С. Ю. Солодовников. Мн: МФЦП. –2002. 1008 с.
2. Сергиевич, Т. В. Мода как фактор интенсивного обновления товаров / Т. В. Сергиевич // Российская экономика: взгляд в будущее: материалы III международной научно-практической конференции (заочной), Тамбов, 17 февраля 2017 г. : в 2 ч. / отв. ред. Я. Ю. Радюкова. – Тамбов, 2017. – Ч. 1. – С. 275-282.
3. Белл, Д. Эпоха разобщенности: Размышления о мире XXI века / Д. Белл, В.Л. Иноземцев. – М.: Центр исследований постиндустриального общества, 2007. – 304 с.
4. Сергиевич, Т. В. Мода и экономическая культура / Т. В. Сергиевич // Ценности евразийской культуры: духовность, традиции, экономические приоритеты сотрудничества: феномен малой родины : Материалы Международного круглого стола, 28 марта 2018, г. Минск / сост. А. И. Лойко. – Минск : БНТУ, 2018. – С. 108-111.

УДК 674(476)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ РБ

М.С. Рынкевич, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Основным сырьём для деревообрабатывающей отрасли являются леса. Более 40% территории страны, или же 9,6 млн. га. покрыты лесами. Ежегодно лесной массив увеличивается более, чем на 32 млн. куб. метров, а запас древесины на корню оценивается в 1.7 млн. куб. метров. Площадь лесов возросла в два раза, считая со второй половины двадцатого века. Свыше 25% лесов республики – рукотворные. Данные запасы сырья обуславливают свободное развитие деревообрабатывающего производства.

Сегодня белорусский экспорт лесной продукции находится под давлением внешних факторов, особенно на рынках ЕС. Остановки действия лесных сертификатов и ограничения поставок из Беларуси продукции отразилось на работе предприятий, однако доля экспорта лесоматериалов в ЕС традиционно была высока — 3.2 млрд долларов в 2021 г. Значительную часть экспорта составляли топливная древесина, пиломатериалы, изделия из древесины. В новых условиях деревообрабатывающие предприятия Беларуси развивают экспорт в Россию и Китай, а также пытаются насытить внутренний рынок.

Около 50 крупнейших предприятий и организаций, производящих ряд важнейших товарных позиций из древесины и бумаги, входят в государственный концерн "Беллесбумпром", который координирует развитие лесопромышленного комплекса. Концерн осуществляет управление крупнейшими предприятиями деревообрабатывающей промышленности республики, которые входят в его состав [1].

Ведущими предприятиями деревообрабатывающей отрасли Республики Беларусь в 2021 году являлись: ОАО «Борисовдрев», ЗАО «Пинскдрев», ОАО «Мостовдрев», ОАО «Ивацевичдрев», ОАО «Речицадрев». Все перечисленные предприятия характеризуются большими объемами производства, непрерывно улучшают технологии и оборудование, обновляют ассортимент выпускаемой продукции, поэтому они являются ведущими предприятиями.

Для оценки состояния деревообрабатывающей отрасли, в таблице 1 приведены показатели развития за последние 4 года.

Таблица 1. – Показатели развития деревообрабатывающей промышленности за 2018-2021 гг.

Показатель	2018	2019	2020	2021	Темп роста, 2021/2018, %
Количество организаций, единиц	3 207	3 289	3 253	3 231	101
Объём производства, млн.р.	5 112	5 603	6 274	10 003	196
Выручка, млн.долл.	1,341.85	1,623.89	1,685.95	1,749.49	154
Удельный вес продукции вида экономической деятельности в общем объеме промышленного производства, процентов	4,6	4,8	5,3	6,4	139
Среднесписочная численность работников, тыс. человек	60,4	63,0	60,7	60,0	99,3
Удельный вес среднесписочной численности работников вида экономической деятельности в среднесписочной численности работников промышленности, %	6,9	7,2	7,2	7,1	103
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников, руб.	797,0	905,6	1 021,3	1 271,0	160

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Из таблицы 1 можно заметить, что все основные показатели развития деревообрабатывающей отрасли увеличились за последние 4 года. Это связано с тем, что были освоены новые рынки сбыта и ниши как в России, так и в других странах. В связи с этим объём производства в 2021 году по сравнению с 2018 годом увеличился на 96%, выручка – на 54 %, соответственно.

Наиболее востребованными товарами деревообрабатывающей промышленности являются мебель, древесные плиты, обои, фанера, тара из бумаги и картона. В свою очередь ДСП, ЛДСП, ДВП, МДФ, а также пластмассы и силиконы являются основными материалами современных мебельных производств.

В 2021 году Беларусь экспортировала около 60 видов продукции из древесины в более чем 90 стран. Экспорт составлял 2.1 млрд долл. с темпом роста к 2020-му — 160%. Средние темпы роста экспорта за последние 5 лет составляли более 20% в год. Основные экспортные позиции: мебель, фанера, целлюлоза, пиломатериалы [1].

Определяющим фактором успешной работы деревообрабатывающих предприятий является диверсификация рынков сбыта. В этом году начали осваивать такие страны, как Алжир, Тунис, Кувейт, Мексика, Перу, Эквадор. Высокий рост экспорта отмечается в Таиланд, ОАЭ, Иран, Ирак, Египет — в 2 раза. Экспорт и импорт продукции деревообработки в 2021 году составил 2331 (прирост с 2020 годом составил 54.71%) и 257.6 (прирост по сравнению с 2020 годом составил 44.17%) млн. долларов США.

В соответствии с «Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы», в которой утверждены основные направления развития деревообрабатывающей отрасли планируется до 2025 года повысить уровень лесистости территории до 40,3 процента, объёмы заготовки древесины с 1 гектара покрытых лесом земель – до 3,2 куб. метра. Все экономически доступные древесные ресурсы будут вовлекаться в хозяйственный оборот.

Таблица 2. – Проектные мощности новых производств

Инвестиционный проект	Проектные мощности
Сульфатная целлюлоза	370 тыс. тонн в год в ОАО «Светлогорский целлюлозно-картонный комбинат»
Мелованные и немелованные виды картона	200 тыс. тонн в год в ОАО «Управляющая компания холдинга «Белорусские обои»
Бумага-основа для декоративных облицовочных материалов	30 тыс. тонн в год на РУП «Завод газетной бумаги».

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3]

В деревообрабатывающей промышленности до 2025 года предусматривается обеспечить выход на проектные мощности новых производств, которые представлены в таблице 2.

Также будут реализованы проекты производства новых видов продукции до 2025 года:

- pelletного производства на основе использования низкосортного древесного сырья с общим объемом выпуска продукции 2,8 млн. тонн;
- производства мешочной бумаги для упаковки, специальных видов бумаги и картона с полимерным покрытием путем переработки сульфатной целлюлозы;
- производства экологически безопасной упаковки и одноразовой посуды (включая биоразлагаемую) из бумаги и картона;
- производства мебельных заготовок и мебели с использованием плитной продукции, в том числе с созданием мебельного кластера на базе ОАО «Ивацевичдрев» в свободной экономической зоне «Брест» [3].

Целевой ориентир – наращивание экспорта продукции в деревообработке до 4 млрд. долларов США к концу 2025 года.

На основе вышесказанного можно отметить, что данная отрасль имеет большие возможности для своего развития. Возрастает спрос на деревообрабатывающую продукцию, делается упор на экологическую упаковку. Все условия предрасполагают Беларусь к тому, чтобы занять перспективные ниши и закрепиться на них.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Белорусского производственно-торгового концерна лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности [Электронный ресурс] / Белорусский производственно-торговый концерн лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. – Режим доступа: <http://www.bellesbumprom.by/ru/> –Дата доступа 27.03.2023.

2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://belstat.gov.by/>. – Дата доступа 27.03.2023.

3. Официальный сайт Национального правового Интернет-портала Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/>. – Дата доступа 27.03.2023.

УДК 330

ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ

А.В. Самусева, 2 курс

Научный руководитель – **А.В. Ковалёв, к.э.н., доцент**
Белорусский национальный технический университет

Базовые модели экономического роста в качестве одной из ключевых объясняющих темпы роста ВВП переменных постулируют уровень капиталовооруженности, который напрямую зависит от динамики инвестиционной активности. Инвестиционный спад в Беларуси совпал в 2022 году с падением ВВП. Требуется поиск источников инвестиционных средств, и иностранные инвестиции могут выступить в таком качестве. Однако ситуация усугубляется общемировым замедлением темпов роста и соответствующим уменьшением возможностей инвестирования. В этих условиях нарастает конкуренция экономик мира за создание наиболее привлекательных условий привлечения капитала. Для укрепления своих позиций на инвестиционном рынке правительства всех стран мира работают над обеспечением социально-экономического развития, политической стабильности в государстве и формированием условий для обеспечения защищенности интересов иностранных инвесторов – всеми составными частями инвестиционного имиджа.

В 2019 году экономический локдаун в период пандемии COVID-19 привел к тому, что поток прямых иностранных инвестиций (далее – ПИИ) существенно сократился (с 1,71 трлн.долл. в 2019г. до 1,24 трлн.долл. в 2020) [1]. В 2021 году мир стал «выходить из спячки» и произошел резкий подъем инвестиций до 2,16 трлн.долларов. Самые существенные притоки прямых иностранных инвестиций были зафиксированы в десяти странах, включая Россию, Китай и США. В значительной степени такое восстановление ПИИ было обусловлено сделками слияния и поглощения

(СиП) и большим объемом нераспределенной прибыли транснациональных корпораций (ТНК). В результате доходность 5 тыс. крупнейших ТНК увеличилась вдвое и составила более 8% продаж. Однако ТНК, имея высокие доходы, продолжают практически игнорировать инвестирование в создание новых производственных проектов за рубежом. Приток финансов в международные проекты, ориентированные на развитие инфраструктуры, составил 68%, СиП – 43%, а инвестиции в промышленные проекты выросли всего на 11%, что все еще ниже допандемийного уровня. Обеспокоенность этим вопросом вызвана тем, что промышленность играет важную роль в стабильном экономическом росте и перспективном развитии стран [2, с.3].

В 2022 году дополнительным потрясением для мировой экономики стал вооруженный конфликт между Россией и Украиной. Рост государственных расходов по всему миру, связанный как с наращиванием прямых военных расходов, так и с созданием запасов в условиях неопределенности спровоцировал невиданный рост стоимости жизни, подъем цен на энергоносители и продукты питания, а также снижение реальных доходов. Однонаправленное воздействие на инвесторов нежелания рисковать, снижения реальных доходов и негативных ожиданий усиления налоговой нагрузки существенно снижает международные потоки ПИИ. Кроме того, проблема подъема цен на энергоносители, вызванная ограничениями России на поставку нефти и газа в Европу, всё более остро ставит перед мировым сообществом вопрос о создании альтернативных источников энергии [2, с.7]. Консалтинговая компания Wavteq провела исследование для выявления актуальных секторов для привлечения ПИИ (рис.).

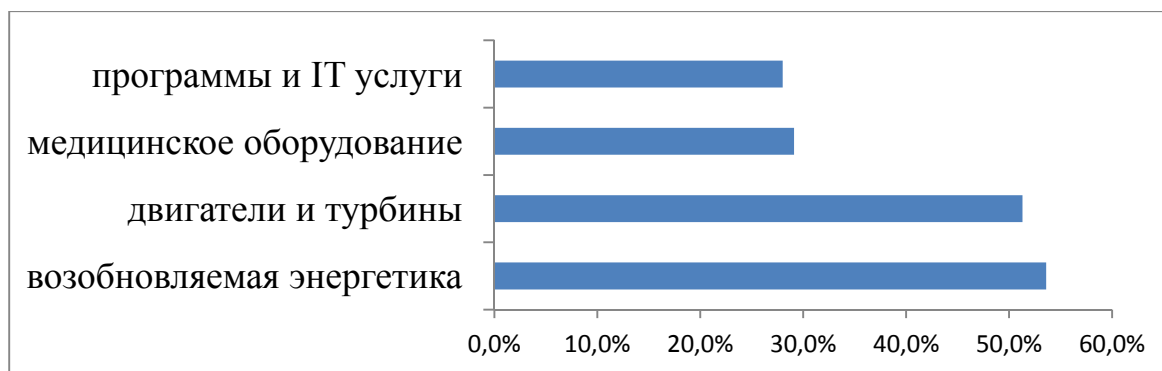


Рисунок – Наиболее быстрорастущие секторы для новых проектов ПИИ до 2025 года (в %)

ПАримечание – Составлено на основе прогнозов Wavteq. Из-за Covid-19 рост в % был рассчитан как ПИИ в 2025 году в % от среднегодового объема ПИИ с 2016-2019 гг.

Таким образом, несмотря на складывающуюся ситуацию, существуют отрасли, в развитии которых нуждается общество, и вложения в которые могут принести доход инвестору, - и в нынешних условиях задачей правительства должно стать развитие именно таких направлений.

Список использованных источников

1. Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD> – Дата доступа: 21.03.2023.
2. ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2022_overview_ru.pdf – Дата доступа: 22.03.2023
3. Wavteq [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wavteq.com/publications/webinars-events#outerdiv-9303> – Дата доступа: 22.03.2023

РЫНОК ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И В КИТАЕ

А.С. Свороб, 2 курс

Научный руководитель – А.А. Василевска, ассистент

Полесский государственный университет

Китай является одной из лидирующих стран в развитии и исследованиях в области искусственного интеллекта.

Одной из главных целей правительства Китая является создание "ИИ-экономики", в которой многие отрасли будут опираться на технологии искусственного интеллекта. В 2017 году Китай опубликовал национальный план развития искусственного интеллекта, который задает цель сделать свою страну мировым лидером в этой области к 2030 году.

Искусственный интеллект (ИИ) привлек интерес общественности, поскольку он способен оказать значительное влияние на экономику, социальную структуру и нашу жизнь в целом. Например, социальная сеть TikTok, компания, стоящая за огромным китайским конгломератом технологий ИИ, ежедневно используется многими детьми и подростками по всему миру.

Машинное обучение открывает новые возможности практически во всех секторах технологической индустрии, и в интервью BRICS TV аналитик группы "Финам" Леонид Деризин обсудил перспективы развития ИИ в соответствии с четырехэтапной теорией развития ИИ.

Эксперт отметил, что на начальном этапе использование ИИ в основном применяется для облегчения процесса поиска в Интернете и для более эффективной рекламы. Однако на втором этапе его применение распространилось на кредитный сектор и различные сферы бизнеса. На третьем этапе алгоритмы машинного обучения интегрируются с датчиками, получающими сигналы из окружающей среды.

Этап номер четыре предполагает управление различными автономными устройствами, такими как автомобили без водителя. Этот этап является наиболее значимым и повлияет на многие рынки и трудовые кадры, поскольку он может заменить миллионы традиционных рабочих мест [1].

Среди наиболее заметных проектов в области искусственного интеллекта, запущенных в Китае, можно отметить:

"Умный город" Синьцзян, где включая системы распознавания лиц, проходят тестирование.

Действия Alibaba Group, Tencent и Baidu в различных областях искусственного интеллекта, в том числе в медицине, розничной торговле, автомобильной промышленности и финансах.

Что касается Беларуси, то рынок искусственного интеллекта является относительно новым, но быстро развивающимся сектором. С начала 2020 года правительство выделило значительные средства на развитие искусственного интеллекта в стране, а также приняло ряд инициатив по созданию технологических парков и инкубаторов для стартапов, работающих в области ИИ. Одним из наиболее известных белорусских стартапов в этой области является AIMatter, которая разрабатывает инновационный софт для обработки и анализа изображений.

В данном исследовании был выбран объем рынка искусственного интеллекта в Китае за период 2015–2019 гг. (который выражен показателем SIZE), а также были учтены различные факторы, оказывающие влияние на данный рынок, для построения линейной модели и прогнозирования его перспектив.

PRIVATE – объем частного финансирования в отрасль в млрд юаней.

INVEST – инвестиции и финансирование в области ИИ в млрд долл.

STARTUP – количество стартапов в сфере ИИ.

Было построено и оценено следующее линейное уравнение:

$$SIZE^{\wedge} = 10,08 - 0,04 * PRIVATE + 1,14 * INVEST - 0,06 * STARTUP [2]$$

Согласно коэффициенту детерминации (R^2) данного уравнения = 0,96, 96% изменения уровня объема рынка искусственного интеллекта в Китае можно объяснить путём изменений объема частного финансирования и других инвестиций в ИИ, а также количества новых стартапов. Оставшиеся 4% изменений можно связать с другими факторами, не учтенными в данной модели.

Значения объема рынка искусственного интеллекта (ИИ) в Китае на период 2020-2025 годов были предсказаны. Согласно данным, данный показатель увеличивался с 2019 года в среднем на 11% ежегодно, но скорость роста постепенно замедляется.



Рисунок – Объем рынка ИИ в Китае 2016–2025 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Ранее рассмотренный правительственный план по развитию искусственного интеллекта (ИИ) в Китае предполагал, что к 2020 году рынок ИИ достигнет оценки в 150 млрд юаней, а к 2025 году - в 400 млрд юаней. Однако на основе реальных данных о рынке ИИ в 2019 году, оцененных в 55,4 млрд юаней, прогнозы в размере 62,1 млрд юаней к 2020 году и 102,8 млрд юаней к 2025 году ближе к реальности. Несмотря на это, модель исследования не может полностью охватить все факторы, влияющие на рынок ИИ. Для более точных результатов необходимо усовершенствовать модель и учитывать большее количество факторов. В целях достижения государственных целей и увеличения объемов рынка ИИ необходимо увеличивать инвестиции, повышать квалификацию исследователей и инженеров, стимулировать развитие новых предприятий в данной области, а также улучшать качество образования.

Китай в последние годы стал одним из лидеров в области искусственного интеллекта, и у них есть много положительного опыта, который может быть полезен для Беларуси.

Прежде всего, китайские компании являются крупнейшими разработчиками и поставщиками решений по ИИ, и они могут предоставить Беларуси доступ к современным технологическим разработкам и инструментам.

Кроме того, Китай активно интегрирует ИИ в различные отрасли, такие как здравоохранение, образование, производство и транспорт. Беларуси также может пригодиться опыт Китая в этой области, чтобы модернизировать свои отрасли и повысить их эффективность.

Китай также активно продвигает исследования в области ИИ и развивает квалифицированных специалистов в этой области. Беларусь может использовать опыт Китая для развития своих собственных научных и образовательных программ, чтобы подготовить персонал с высокими навыками в области ИИ.

Кроме того, Китай активно сотрудничает с другими странами в области ИИ, и Беларусь может воспользоваться этим опытом для развития международной кооперации и укрепления своей позиции в мировом сообществе.

В целом, Беларусь может использовать положительный опыт Китая в области ИИ для развития своей экономики, повышения эффективности отраслей и подготовки высококвалифицированных специалистов в этой области.

Список использованных источников

1. Что такое Искусственный интеллект? ИИ в Китае . [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YpTHmEFE1XAK4hVz>. – Дата доступа : 29.03.2023

2. Объем рынка в Китае 2016-2025 гг. , расчёты , исследование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://1economic.ru/lib/111912> . – Дата доступа : 29.03.2023

3. Летягина Е.Н., Перова В.И., Яшин С.Н., Борисов С.А. : Исследование инновационного развития региональной экономики в условиях глобальных вызовов с использованием методов искусственного интеллекта // Экономическая безопасность. – 2021. – Том 4. – № 3. – С. 781-794.

4. Ding J. Deciphering China's AI dream. Future of Human University, University of Oxford, March 2018: [Электронный ресурс]: URL: https://www.fhi.ox.ac.uk/wp-content/uploads/Deciphering_Chinas_AI-Dream.pdf.

5. O'Meara S. China's Ambitious Quest to lead the world in AI by 2030 // Nature. – 2019. – № 572. – p. 427-428

УДК 001.895:330.15

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: МИРОВЫЕ «ЗЕЛЁНЫЕ» ТРЕНДЫ

А.С. Севашко, 3 курс

Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Перед современным обществом остро стоит вопрос о рациональном использовании природных ресурсов и сохранении экологии для будущих поколений. Инструментом решения данных проблем являются экологические («зелёные») инновации, которые позволяют не только улучшить состояние окружающей среды, но и повысить экономическую эффективность хозяйственной деятельности.

Экологические инновации – это технологические и социальные инновации в сфере охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов и формирования экологических ценностей у граждан в рамках совместного развития экономики и экологии [5, с.72].

Изучая зарубежные научные источники, можно отметить присутствие следующих терминов в этой области исследования:

– *«ecoinnovations»* – экоинновации: разработка продуктов или применение таких технологических процессов, которые приводят к прямым или косвенным экологическим улучшениям;

– *«cleantech»*: экологически чистые технологии, которые улучшают экономические или эксплуатационные характеристики изделий и приводят к сокращению потребления ресурсов и уменьшению загрязнения окружающей среды;

– *«green technologies»* – зелёные технологии: основаны на применении достижений различных наук для сохранения природных ресурсов при осуществлении хозяйственной деятельности человека [2, с.37].

Основными чертами эко-инноваций являются: рациональное использование природных ресурсов, энергоэффективность, новаторство, сокращение влияния антропогенных факторов, сотрудничество стран с целью решения экологических проблем [7, с.218].

Внедрение «зелёных» технологий на основе инновационных разработок позволит не только сократить негативное влияние, но и улучшить производственные и технико-экономические показатели деятельности, внедрить принципы экологического менеджмента [6, с.80].

Спектр эко-технологий достаточно широк – они повышают энергоэффективность, связаны с проблемами переработки отходов, экологического транспорта, «зелёные» методы строительства, формирование систем «умный город», производство экопродукции [2].

«Зелёные», экологически чистые решения набирают популярность, о них чаще рассказывают средства массовой информации. Очень важно, чтобы ученые, экологи и компании работали вместе над разработкой решений для сложившейся сложной ситуации. К рассмотрению предлагаются выдающиеся «зелёные» инновации, которые доказали свою эффективность [1].

1. *3D-печать*. Её применяют для многих целей: создания протезных конечностей, строительства домов и печати одежды. 3D-принтеры также становятся широкодоступными для публики, что позволяет с их помощью создавать простые, но элегантные проекты. Но 3D-печать также используется для сохранения окружающей среды. Компания *Perpetual Plastic Project* стремится превратить переработанные пластмассовые изделия в трехмерные пластиковые печатные материалы. С другой стороны, компания *Pembient* использует 3D-печать для создания искусственных рогов носорога и слоновой кости, которые затем используются, чтобы спасти животным жизнь. Они надеются, что искусственные продукты сделают сложной работу браконьеров, в конечном итоге вытеснят их из бизнеса [1].

2. *Вертикальное сельское хозяйство.* По мере того, как население растет, а пространство уменьшается, требуются новые методы земледелия. Вертикальные фермы, что предполагает «движение вверх», предлагают больше перспектив в этой области. Например, ферма *Vertical Harvest* представляет собой трехэтажную гидропонную оранжерею шириной 9 метров и длиной 45 метров. Несмотря на небольшие размеры, она может ежегодно производить 16 тонн овощей, 2 тонны зелени и 19 тонн томатов. Стоит сравнить этот уровень производства со стандартными фермами, для которых требуется десятки гектаров для получения аналогичного урожая. Кроме того, эти вертикальные теплицы защищают растения от погодных условий, что позволяет выращивать продукты в местах, где это обычно невозможно [1].

3. *Автомобили с нетоксичными выбросами.* Транспортные средства являются крупнейшим источником вредных выбросов. Их распространенность по всему миру и сильная зависимость от ископаемых видов топлива – смертельная комбинация. Такие изобретатели, как Илон Маск, лидируют в области решения данной проблемы, а *Tesla* является автомобилем с нулевой токсичностью отработавших газов [1].

4. *Синтетические деревья для поглощения CO₂.* «Деревья Лакнера» поглощают углекислый газ из воздуха – как настоящие растения в ходе фотосинтеза – и сохраняют углерод, но не выделяют кислород. По расчетам, одно искусственное дерево может удалить 90 тыс. тонн углекислого газа в год, что равнозначно выхлопам 15 тыс. машин, – это в 1000 раз эффективнее, чем живое дерево [3].

5. *Электростанция на курином помете в Китае.* Ежегодно подобная ТЭС может вырабатывать 14,6 тысячи МВт электричества, которой хватает чтобы обеспечить электроэнергией около 10 тысяч квартир китайской столицы. Принцип работы такой «куриной ТЭС» прост: генераторы электростанции в качестве топлива используют горючий метан, который в больших количествах выделяется из куриного помета. Как отмечают специалисты, такой подход позволит экономить до 3 тысяч тонн угля в год [4].

Не смотря на усилия исследователей, самостоятельно ни одна из данных инноваций не способна сравниться с разрушающим воздействием человека на окружающую среду. По этой причине необходимо не только развитие научного потенциала в области экологии, но и переосмысление каждым индивидом важности сохранения природной среды.

Список использованных источников

1. 7 зеленых инноваций, которые меняют мир [Электронный ресурс] // Эко-технологический журнал FacePla.net. – Режим доступа: <https://www.facepla.net/the-news/5635-7>. – Дата доступа: 09.03.2023.

2. Власова, М. А. Динамика и проблемы внедрения экологических инноваций в реальном секторе экономики России при переходе к устойчивому развитию / М.А. Власова, Е.Е. Кононова // Друкерровский вестник. – 2020. – № 1(33). – С. 35-43.

3. Искусственные леса для спасения планеты [Электронный ресурс] // Частный кореспондент. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/XJSynn1kuhImtu7->. – Дата доступа: 09.03.2023.

4. Куры обеспечивают столицу Китая электроэнергией [Электронный ресурс] // Главные вегетарианские новости. – Режим доступа: https://vegetarian.ru/news/Kuryi_obespechivayut_stolitsu_Kitaya_elektroenergiey.html?ysclid=lf19aq2gеп156359711. – Дата доступа: 09.03.2023.

5. Митяков, С.Н. Инновационное развитие регионов России: экологические инновации / С.Н. Митяков, О.И. Митякова, Е.С. Митяков, И.В. Аленкова // Инновации. – 2018. – № 3(233). – С. 72-78.

6. Салимьянова, И. Г. Экологические инновации как перспективный тренд развития систем управления природопользованием / И. Г. Салимьянова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 1(133). – С. 79-84.

7. Семенова, О. В. Экологические инновации как средство решения экологических проблем / О.В. Семенова // Актуальные проблемы экопрофилактики в образовательной среде: Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 10-летию научно-практической концепции "Экопрофилактика", Саратов, 10-11 сентября 2021 года / Под редакцией А.В. Викулова, Д.В. Воробьева. – Саратов: Издательство "Саратовский источник", 2021. – С. 217-222.

**ОГРАНИЧЕННОСТЬ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ
КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ****Е.В. Севенюк, 1 курс****Научный руководитель – Т.В. Сергиевич, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет**

Поскольку для точного определения ограничений применения на практике концепции устойчивого развития необходимо точно определить сущность этой концепции, то следует отметить, что названная категория была сформирована на основе проблематики гармонизации отношений общества и природы. Заключалась она в том, что большинству людей не была видна зависимость между неограниченным использованием природных ресурсов и благополучием следующих поколений. Следовательно, данная концепция хоть и является социальным ответом на угрозу физического вымирания человечества, но и в этом же случае интерпретируется как относительно самостоятельное естественное явление.

В данном случае сущность концепции устойчивого развития можно определить со слов С.Ю. Солодовникова: «В современных условиях сущностью концепции устойчивого развития является разработка социально-экономических механизмов управления социоприродных систем на региональном, национальном и глобальном уровнях в целях обеспечения устойчивого роста благосостояния населения с минимальным ущербом для окружающей среды и здоровья человека» [1, с. 101]. Но в последнее время в высказываниях по проблемам устойчивого развития отмечается: «экономический рост приводит ко все большей потребности учета экологических издержек. Истощение и деградация природных ресурсов оказывают негативный эффект на социальные отношения, структуры производства и потребления. Происходит переход к экологической экономике и экономике устойчивого развития» [2, с. 152]. Таким образом, концепция устойчивого развития может являться реализованной на практике в случае трансформации политики государства, направленной на применение экологически ориентированных элементов в экономике, но в то же время «достижение идеальной модели “зеленой экономики” в условиях постоянного экономического развития и стремительного роста потребления невозможно» [3, с. 8]. Отсюда можно сделать вывод, что основным ограничением практического применения концепции устойчивого развития является двойственность самой концепции, которая включает в себя как императив, который обязывает общество хозяйствовать таким образом, чтобы его потомкам досталась окружающая среда хотя бы не хуже, чем есть у этого общества, так и иные требования, в качестве которых представляется устойчивое экономическое развитие, обеспечение безопасности и здорового образа жизни населения, а также ликвидация нищеты и т.д. В этом случае очень точно В. А. Клименко отмечает еще один показатель, который ограничивает применение данной концепции: «Поскольку названная комбинация (максимально эффективного комбинирования факторов воспроизводства) не может быть всегда идеальной, в том числе и из-за того, что в современной экономике – экономике рисков (под этой категорией, предложенной С. Ю. Солодовниковым, понимается экономика «высокотехнических и наукоемких производств, характеризующаяся высочайшей степенью политико-экономических, технологических, финансовых и экологических неопределенностей и рисков» [4, с. 47]) – постоянно действуют принципиально непредсказуемые факторы [5, с. 71], которые способны провоцировать конфликты и противоречия в сфере «справедливого» распределения и использования природных ресурсов, что только усугубляет экологическую ситуацию на Земле.

Концепция устойчивого развития является достаточно перспективной в сфере экономики. Но вместе с тем в современном мире невозможно идеальное достижение такого развития, поскольку уравновесить и развитие экономики, и продвижение чистой экологии чрезвычайно трудно. Это объясняется тем, что если экономический субъект станет минимизировать ущерб для окружающей среды, то в таком случае исключается быстрый экономический рост. Равным образом, если деятельность субъекта направлена на эффективное развитие экономики, то она, вероятно, не сможет быть экологически чистой. Поэтому во многих случаях применения данной концепции хозяйствующие субъекты лишь симулируют переход к «зеленой экономике».

Список использованных источников

1. Солодовников С. Ю. Сущность концепции устойчивого развития / С. Ю. Солодовников, О. М. Мазуренко, В. С. Шут // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст. / Белорусский национальный технический университет. – Минск, 2017. – №5. – С. 95–102.
2. Мазуренко, О.М. Социальная парадигма устойчивого развития и ее место в экономической науке / О. М. Мазуренко // Научно-образовательный центр «Технологии товароведческой, таможенной и криминалистической экспертизы: сб. науч. работ / Изд-во Санкт-Петербургского государственного экономического университета; ред. Г.Д. Дроздов. – СПб., 2015. – № 6 – С. 149–155.
3. Кузьмицкая, Т.В. Налоговые инструменты стимулирования экологического поведения населения в Республике Беларусь / Т.В. Кузьмицкая, Т.В. Сергеевич // Туризм и гостеприимство. – 2019. – № 1. – С. 3–11.
4. Солодовников, С.Ю. Экономика рисков / С.Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст. / Белорусский национальный технический университет. – Минск, 2018. – Вып. 8. – С. 16–55.
5. Клименко В.А. Практическое применение концепции устойчивого развития в Республике Беларусь и на севере России / В.А. Клименко, Ю. В. Карпович // Вестник института экономики НАН Беларуси: сб. науч. ст. – Минск, 2021. – Вып. 2 – С. 65–73.

УДК 502.131(476)

«ЗЕЛЁНАЯ» ЭКОНОМИКА КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д. Севко, А. Севко, 2 курс

Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Национальные загрязнения ведут к глобальным загрязнениям, что делает проблему охраны окружающей среды общемировой. Поэтому развитие «зеленой» экономики выступает как одно из главных условий для сохранения окружающей среды для настоящего и будущих поколений. «Зеленая» экономика – это модель экономического развития, основанная на повышении благосостояния людей и социальной справедливости при существенном сокращении экологических рисков.

В Республике Беларусь данному направлению также уделяется особое внимание. Положения, связанные с развитием «зеленой» экономики, отражены в ряде нормативных правовых актов, в том числе Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021 – 2025 годы, а также в Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года. Беларусь постепенно движется к «озеленению» своей экономики, учитывая условия и опыт в этом плане зарубежных стран. Разрабатываются системы оценки соответствия экономической деятельности данным принципам, определен перечень приоритетных для «зеленой» экономики отраслей и сфер деятельности, формируется комплекс институциональных и отраслевых мероприятий [1,3].

Приоритетные направления развития «зелёной» экономики в Республике Беларусь на 2021-2025 годы:

- внедрение принципов устойчивого потребления и производства (экологический аудит);
- развитие экономики замкнутого цикла (циркулярной экономики) (Добрушская бумажная фабрика, фабрике «Коммунарка»);
- развитие производства органической продукции (Закона Республики Беларусь «О производстве и обращении органической продукции»);
- развитие экологического туризма и агроэкотуризма (Указ Президента Республики Беларусь от 9 октября 2017 г. № 365 «О развитии агроэкотуризма»);
- формирование умных и энергоэффективных городов (концепция «Брест: СимбиоСити 2050»);
- развитие электротранспорта (инфраструктуры) и городской мобильности (производство электробусов, электроразрядных станций);
- смягчение последствий изменения климата и адаптация к климатическим изменениям (план управления бассейном реки Днепр);

- сохранение и устойчивое использование биологического и ландшафтного разнообразия (установления правового режима специальной охраны);
- развитие сферы «зеленого» финансирования (поддержка экологических проектов);
- образование, подготовка кадров и социальная вовлеченность («Зеленые школы»);
- научное обеспечение перехода к «зеленой» экономике (инновационно-промышленный кластер ООО Технопарк «Полесье») [1,2].

Принципы развития «зелёной» экономики в Республике Беларусь представлены в таблице. Совокупность этих принципов подтверждает тесную взаимосвязь концепции «зеленой» экономики с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года.

Таблица – Принципы развития «зелёной» экономики в Республике Беларусь

Принцип	Характеристика
Устойчивого развития	Нацеленность на достижение устойчивого экологического, экономического и социального роста
Инклюзивности	Расширение круга заинтересованных сторон и вовлечение их в становление «зеленой» инклюзивной экономики в соответствии с подходом «никого не оставить в стороне»
Межсекторальности	Взаимодействие представителей различных секторов общества в процессе принятия решений
Инновационности	Достижений научно-технического прогресса в целях повышения экологичности выпускаемой продукции, способа ее производства или распределения
Научности	Раскрытие причинно-следственных связей между явлениями, процессами, событиями, а также обязательное включение в Национальный план только актуальной информации, отвечающей современному уровню развития науки
Экоэффективности и достаточности	Обеспечение устойчивого производства и потребления, максимизацию полезных свойств товаров и услуг при одновременной минимизации воздействия на окружающую среду в течение всего жизненного цикла продукции
Ресурсосбережения	Принятие управленческих решений с учетом необходимости сохранения ресурсов
Управления отходами как ресурсами	Предполагает принятие управленческих решений с учетом необходимости предотвращения (минимизации) образования отходов и создания условий для максимального вовлечения их в хозяйственный оборот с целью замещения первичных (природных) ресурсов, развития промышленного симбиоза
Повышения конкурентоспособности	Укрепления занимаемых позиций на мировых рынках с учетом глобальных тенденций экологизации
Транспарентности	Информирование о возможностях, процессах и результатах внедрения концепции «зеленой» экономики
Международного сотрудничества и ответственности	способствует согласованности глобальной политики и справедливому международному взаимодействию, обмену знаниями, опытом и технологиями.

Примечание – Собственная разработка на основе [1].

Реализацию мероприятий настоящего Национального плана предполагается осуществлять в рамках выполнения государственных программ на 2021 – 2025 годы в пределах предусмотренного финансирования, а также путем привлечения внебюджетных средств и иностранных финансовых ресурсов, иных источников, не запрещенных законодательством. Кроме того, начиная с 2023 года и по мере развития «зеленого» финансирования предполагаются диверсификация источников и расширение объема финансирования, в том числе за счет применения инструментов поддержки «зеленой» экономики, что позволит обеспечить эффективный переход от традиционной к «зеленой» модели экономики [3].

Республика Беларусь относится к странам, которые обладают большим экологическим следом, и наносимый ими ущерб природе довольно значительный. Экологический след среднего потребителя Беларуси (4,2 глобального гектара) более чем в 1,5 раза превышает соответствующий среднемировой показатель (2,8 глобального гектара). Сочетание данного показателя с Индексом чело-

веческого развития отражает минимальные условия для устойчивого развития. В Индексе достижения глобальных целевых показателей Целей устойчивого развития (SDG Index) в 2020 году Беларусь заняла 18-е место (78,8 балла из 100) и в целом получила оценку выше средней по региону Восточной Европы и Центральной Азии (70,9).

В мировом рейтинге по индексу экологической эффективности (Environmental Performance Index) Беларусь занимает 49-ю позицию среди 180 стран, опережая все остальные государства ЕАЭС. Страна является лидером в регионе по уровню доступа к питьевой воде и санитарным условиям, качеству воздуха, оценке биоразнообразия и среды обитания, системе управления твердыми отходами. В то же время за последние десять лет усиливаются и негативные тенденции: повышается интенсивность выбросов парниковых газов [2,3].

Таким образом, комплексное развитие приоритетных направлений и внедрение принципов «зеленой» экономики в Республике Беларусь будет способствовать достижению устойчивого экономического роста, улучшению качества жизни, снижению нагрузки на окружающую среду и повышению эффективности использования природного капитала, преобразованию национальной экономики в более сильную, конкурентоспособную и экологически эффективную.

Список использованных источников

1. Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.belta.by/roundtable/view/realizatsija-natsionalnogo-plana-dejstvij-po-razvitiu-zelenoj-ekonomiki-v-belarusi-na2021-2025-gody-1415/>. Дата доступа: 25.03.2023.
2. European Commission, Directorate-General for Research and Innovation // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=home&lg=en>. Дата доступа: 25.03.2023.
3. Государственная программа «Социально-экономического развития Республики Беларусь» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100292>. – Дата доступа: 25.03.2023.

УДК 336.22

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Т.И. Седлер, 3 курс

Научный руководитель – **И.А. Конончук**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Проблемы охраны окружающей среды и рационального природопользования в конце XX столетия стали одной из острейших во всех странах, требующие выработки практических рекомендаций на уровне государственного управления экономикой. Одним из эффективных экономических инструментов обеспечения охраны окружающей среды и рационального природопользования во многих странах мира стала налоговая политика, которая призвана решить две задачи: стимулировать развитие экологически безопасных производств, а также аккумулировать денежные средства для целевого решения природоохранных задач страны.

Экологические платежи являются фискальным инструментом, но в то же время они выполняют и стимулирующую функцию. Именно так налоги выполняют и природоохранную, и компенсационную роль. Применение этих инструментов может быть стимулом к уменьшению выбросов и одновременно обеспечит компенсацию экологического и экономического ущерба. В этом состоит их уникальность как инструмента снижения нагрузки на природу.

Республика Беларусь также использует налоговые методы в целях повышения эффективности проводимой в стране экологической политики – введение в налоговую систему механизма экологического налогообложения, которая включает в себя экологический налог, налог за добычу (изъятие) природных ресурсов, утилизационный сбор. Их плательщиками признаются организации, индивидуальные предприниматели и физические лица.

Среди налогов по защите окружающей среды наибольшую популярность во всех экономически развитых странах получил экологический налог. Согласно Налоговому кодексу Республики Беларусь объектами налогообложения экологическим налогом признаются выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух; сброс сточных вод; хранение и захоронение отходов производ-

ства. Налоговой базой служат фактические объемы объектов налогообложения, а налоговые ставки дифференцированы в зависимости от объекта обложения и устанавливаются в рублях [1].

Величина экологического налога рассчитывается как произведение налоговой базы и установленной законодательством ставки налога для конкретного объекта налогообложения. Поэтому факторами, влияющими на величину поступлений экологического налога, являются: объем используемых природных ресурсов (или налоговая база), цена такого использования (или налоговые ставки), уменьшение облагаемой базы за счет налоговых льгот.

Важным направлением экономического стимулирования рационального природопользования в условиях рынка является также взимание платы за использование природных ресурсов. На данный момент финансирование природоохранной деятельности в Республике Беларусь осуществляется преимущественно за счет налога за добычу (изъятие) природных ресурсов. Объектом обложения выступает добыча таких природных ресурсов, как песок, глина, нефть, мел, калийные и каменные соли, янтарь, золото и другие. Налоговые ставки по налогу за добычу (изъятие) природных ресурсов также дифференцированы в зависимости от объекта обложения и устанавливаются в рублях [1].

К экологическим платежам по своей сущности относится и утилизационный сбор, который был введен в Республике Беларусь в марте 2014 года. Согласно Налоговому кодексу Республики Беларусь данный сбор должен быть уплачен за каждое ввезенное на территорию страны и произведенное (изготовленное) транспортное средство на территории Республики Беларусь [1].

Поступления в республиканский бюджет Республики Беларусь экологического налога в 2020 году резко увеличились на 36,9%, в 2021 году относительно 2020 года было зафиксировано сокращение поступлений налога в бюджет на 19,8% (Рисунок 1).

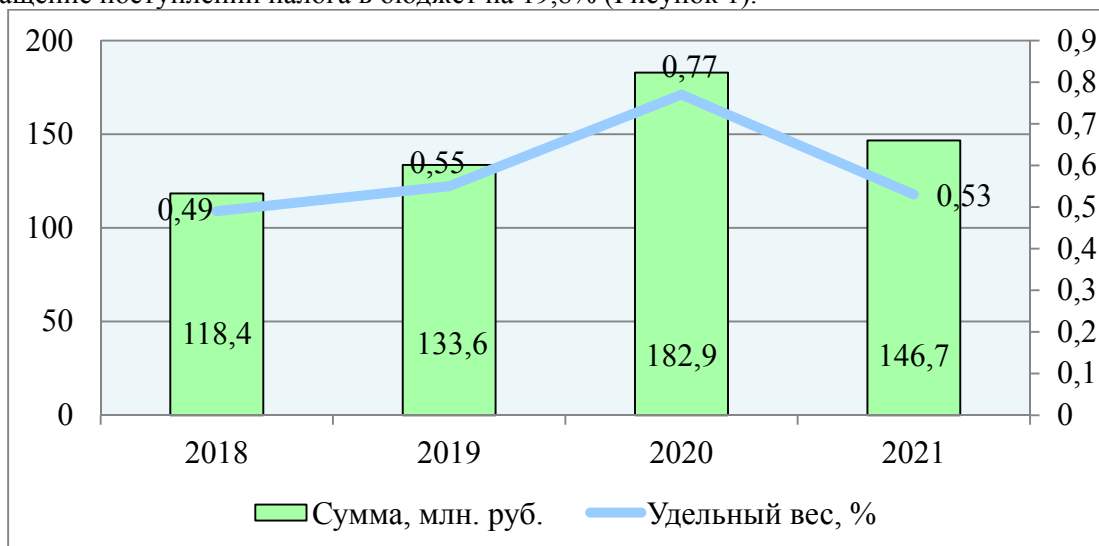


Рисунок 1. – Динамика поступлений экологического налога в республиканский бюджет Республики Беларусь в 2018–2021 гг., млн руб.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2]

В 2021 году по отношению к 2018 году поступления экологического налога выросли на 23,9%. Удельный вес экологического налога в общем объеме доходов бюджета Республики Беларусь составил в 2018 году 0,49%, в 2020 году – 0,77%, в 2021 году – 0,53%.

Наибольшее поступление налога за добычу (изъятие) природных ресурсов в бюджет Республики Беларусь наблюдалось в 2021 году – 821,8 млн рублей (на 37,0% больше уровня 2020 года) (Рисунок 2).

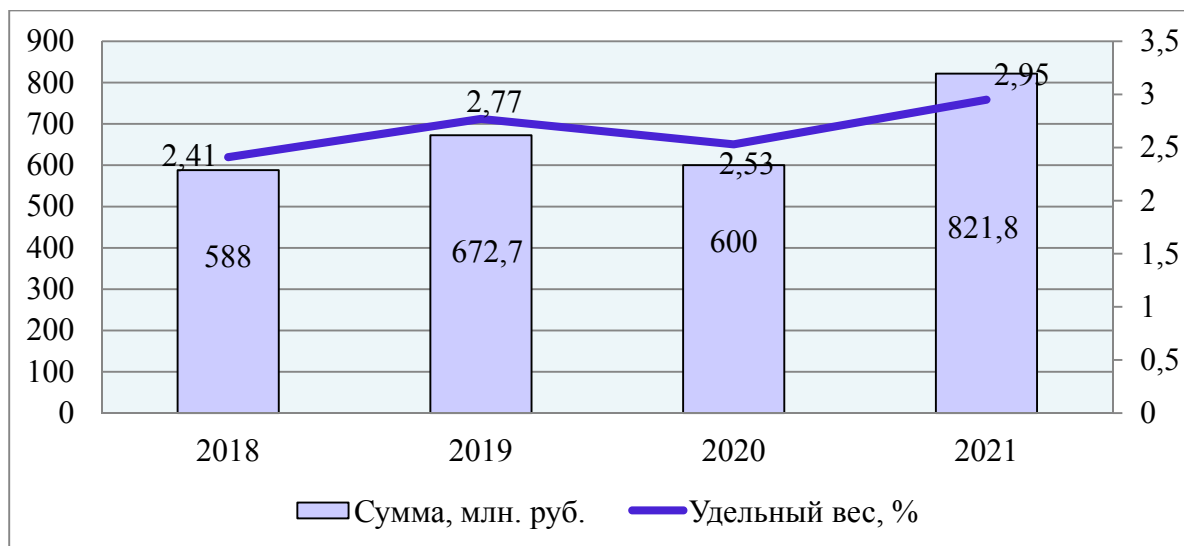


Рисунок 2. – Динамика поступлений налога за добычу (изъятие) природных ресурсов в республиканский бюджет Республики Беларусь в 2018–2021 гг., млн руб.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Абсолютное значение поступления данного налога в 2020 году составило 600,0 млн рублей 2020 году, что на 10,8% меньше, чем в 2019 году. В 2021 году относительно 2018 года рост поступлений в бюджет налога за добычу (изъятие) природных ресурсов составил 39,8%.

Удельный вес поступлений налога за добычу (изъятие) природных ресурсов в общей структуре доходов бюджета Республики Беларусь в 2018 году составил 2,41%, в 2020 году – 2,53%, в 2021 году – 2,95%.

Исходя из проведенного анализа, в Республике Беларусь экологические налоги играют незначительную роль в формировании доходов бюджета. Среди экологических платежей в основном фискальную функцию выполняет налог за добычу (изъятие) природных ресурсов, поступления которого в 4 раза превышают сумму поступлений экологического налога.

На данный момент экологические налоги используются во многих странах мира, в то время как объекты, формы, ставки и льготы экологического налогообложения весьма многообразны. Ещё в 90-е годы прошлого столетия в ряде стран ЕС (Германия, Швеция, Дания, Финляндия и др.) была проведена реструктуризация налоговых систем, в ходе которой при снижении общего уровня налогового бремени были увеличены количество и ставки экологических налогов, отменены субсидии «экологически грязным» отраслям (например, сельскому хозяйству, угольной промышленности). Иначе говоря, была осуществлена «экологизация» налоговых систем, направленная на стимулирование ресурсосбережения, снижение загрязнения окружающей среды, а также на увеличение налоговых поступлений в бюджет страны [3, с. 33]. Исходя из опыта зарубежных стран, Республике Беларусь целесообразно изучить экологическое налогообложение в других государствах для совершенствования налоговой системы в сфере защиты окружающей среды.

Таким образом, каждое государство заинтересовано в охране окружающей среды и рациональном природопользовании. В связи с этим для должного регулирования национальной экологической обстановки важной задачей перед налоговыми системами стран становится рациональное использование возможностей экологических платежей. Для Республики Беларусь, с традиционно низким фискальным эффектом экологического налога, налога за добычу (изъятие) природных ресурсов, утилизационного сбора, также актуальным видится повышение эффективности таких налогов.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0900071> – Дата доступа: 29.03.2023.

2. Законы Республики Беларусь «Об утверждении отчета об исполнении республиканского бюджета». [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: https://minfin.gov.by/ru/budget_execution/legislative_acts/e59779ce8f468cea.html – Дата доступа: 29.03.2023.

3. Макарецкая, Т.Д. Зарубежный опыт эколого-экономического регулирования и возможности его использования в Республике Беларусь / Т.Д. Макарецкая // Экономика и управление. – 2009. – № 3 (19). – С. 31–36

УДК 334.02

РАЦИОНАЛЬНОЕ НЕДРОПОЛЬЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: НА ПРИМЕРЕ ДОБЫЧИ МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВЫХ РЕСУРСОВ

К.В. Скорая, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.В. Мелешко**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

На сегодняшний день очевидна несостоятельность природно-географического детерминизма в равной степени как и отрицание роли природной среды. Необходимость бесконечного экономического роста и по какой-то причине связанное с ней наращивание производственных мощностей привели к тому, что добыча минерально-сырьевых ресурсов воздействует на окружающую среду сильнее, чем когда бы то ни было. Актуальность работы определяется необходимостью реального рационального недропользования с целью обеспечения как и экологической безопасности разрабатываемых месторождений, так и получения экономических выгод.

Минерально-сырьевая база, разрабатываемая в Старобинском и Петриковском месторождениях, являются основой всей добычи калийных солей в Республике Беларусь. Балансовые запасы в Старобинском месторождении составляют 4,7 млрд. тонн, а в Петриковском – 1,8 млрд. т. Как отмечают ученые, «следует иметь в виду, что по мере использования имеющейся ресурсной базы в разработку вовлекаются все более глубоко залегающие и менее привлекательные залежи, требующие извлечения увеличенных объемов вскрышных и вмещающих пород, а также отчуждения более значительных земельных площадей для ведения горных работ и формирования внешних отвалов» [1, с. 107], что приводит к значительному ухудшению экологической ситуации на месте добычи ископаемых.

Благодаря модернизации уже существующих технологий возможно повышение эффективности извлечения руды. Столбовая технология добычи калийных солей обеспечивает извлечение 85-95 % калийных солей, в то время как камерная – 30%. Это связано с возможностью выработки целиков (полной или частичной), а также удлинением забоев лав с 180 до 300 м, что повысило срок эксплуатации рудников от 5 до 10 лет. При применении уникальной технологии добычи сильвинита и галита, «содержание хлористого калия, в добываемой руде, повышается до 30-35% <...>. Каждый год в выработанном пространстве рудников складывается более 1 миллиона тонн пустой породы, при этом уменьшаются и деформации земной поверхности» [2]. Дополнительно извлекаемые запасы более 25 млн. тонн, ориентировочная прибыль составит примерно 584 млн. рублей. Кроме того, столбовая технология позволяет более гибко реагировать на изменения цен на минерально-сырьевые ресурсы на рынках.

Благодаря последним технологиям существует возможность вернуться на уже отработанные участки и продолжать там добычу минерально-сырьевых ресурсов. За счет внедрения нового оборудования, добыча руды может увеличить с 1,8 до 2 и более млн. тонн. Например, проходческо-очистные комбайны планетарного типа с производительностью 5 т/мин, используемые для подготовительных работ. Благодаря совместным усилиям белорусских и немецких ученых были разработаны очистные комбайны серии SL, в том числе и активно применяющийся SL-300S с повышенной мощностью при относительно небольших габаритах. «Увеличение производительности очистных комплексов позволит увеличить производительность труда забойной группы на 15-20%» [3]. Увеличение добываемых объемов благодаря передовым технологиям позволяет увеличивать выпускаемую номенклатуру продукции. Так, осваиваются технологии по производству

«калийных удобрений с микродобавками кальция, магния, бора, серы» [4]. Отходы от производства калийных удобрений используются в качестве технической соли.

Не смотря на очевидную консервативность всей горнодобывающей отрасли, а также массивную материально-техническую базу, применение принципиально новых технологий становится важным фактором обеспечения конкурентоспособности предприятий по добыче минерально-сырьевых ресурсов. Ю. В. Мелешко справедливо пишет: «Предпосылками расширения использования цифровых технологий в горной промышленности выступают ряд внутренних и внешних факторов: истощение разведанной ресурсной базы и, как следствие, снижение рентабельности предприятий горной промышленности, ужесточение экологических стандартов и стандартов промышленной безопасности, глобальная смена технологических укладов и цифровизация экономики» [5, с. 60]. Согласно оценкам McKinsey, цифровые технологии могут привести к снижению затрат на 17%, а также повысить эффективность добычи полезных ископаемых. В Республике Беларусь уже внедрены автоматизированные системы управления проветривания рудников, что позволяет обеспечить промышленную безопасность, уменьшить энергозатраты на вентиляцию рудников. Машинное зрение, большие данные, интернет вещей, цифровое проектирование, цифровые двойники и ряд других технологий способны повысить рациональность недропользования путем повышения точности исследования и непосредственно отбойки породы, снижения временных и денежных затрат. Главной ценностью внедрения цифровых технологий в производственную цепочку по добыче минерально-сырьевых ресурсов станет постоянный двусторонний обмен информацией «с выдачей рекомендаций в единую диспетчерскую службу для корректировки плана по отработке рудных блоков, расстановке экскаваторов, перераспределения техники в режиме реального времени» [6].

Таким образом, становится очевидной необходимость рационального недропользования в рамках устойчивого развития вследствие всевозрастающей нагрузки на окружающую среду. Добиться этого позволяет совершенствование столбовой технологии добычи калийных солей, увеличение срока эксплуатации рудников, селективная технология добычи калийных солей, использование современного оборудования, выстраивание технологических процессов в единую сеть посредством цифровых технологий. Для рационального недропользования как фактора устойчивого развития промышленного предприятия необходимо не только внедрять передовые или подрывные технологии, но и модернизировать уже существующие.

Список использованных источников

1. Ческидов, В. И. Рациональное недропользование при открытой разработке месторождений Сибири / В. И. Ческидов, А. С. Бобыльский, А. В. Резник // Перспективы инновационного развития угольных регионов России : Сборник трудов IV Международная научно-практическая конференция, Прокопьевск, 04–05 марта 2014 года / – Прокопьевск: Филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева" в г. Прокопьевске, 2014. – С. 107–116. – EDN TGEIYD.
2. Технология ведения горных работ [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://kali.by/production/technology/technology_of_mining/ – Дата доступа: 20.04.2022.
3. Совместный проект специалистов ОАО «Беларуськалий» и компании «Айкхофф» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://rudmet.com/news/6232/> . – Дата доступа: 20. 04. 2022.
4. Как разработки наших специалистов позволили в разы увеличить минеральные активы «Беларуськалия» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/vsya-sol-tekhnologiy.html> . – Дата доступа: 20. 04. 2022.
5. Мелешко, Ю. В. Цифровизация предприятия горной промышленности как фактор обеспечения его экономической безопасности / Ю. В. Мелешко / Техничко-технологические проблемы сервиса. – №2(52). – 2020. – С. 59 – 63.
6. Макеев, М.А. Повышение эффективности переработки минерального сырья за счет автоматизированной шихтоподготовки в карьере / М.А. Макеев // Горная промышленность. – Научно-производственная компания "Гемос Лимитед" (Москва), 2019. – Номер: 3 (145). – С. 32–34.

**КИТАЙСКО-РОССИЙСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В 2022 ГОДУ:
ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ****С.П. Сотов**, магистрантНаучный руководитель – **Н.В. Покровская**, к.э.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет

Китай и Россия являются двумя великими державами, которые имеют долгую историю взаимоотношений и сотрудничества [1]. В последние годы эти отношения достигли высокого уровня развития и стабильности, несмотря на глобальные вызовы [2; 5], сложную международную обстановку и давление со стороны Запада. Китай и Россия сотрудничают по модели «отношений великих держав нового типа», которая отвечает требованиям современного мира и укрепляет их позиции в мире. В данной статье будут рассмотрены основные аспекты китайско-российского сотрудничества в торгово-экономической, энергетической, и научно-технической сферах, а также их дальнейшие перспективы.

Сотрудничество по модели «отношений великих держав нового типа» отвечает всем современным международным реалиям и укрепляет позиции двух стран на мировой арене. Россия и Китай проводят независимую экономическую политику, активно развивают сотрудничество в области энергетики, финансов, промышленности и транспорта. Лидеры стран выражают обоюдную заинтересованность в дальнейшем углублении связи в сфере науки и техники, а также принимают решения на межгосударственном уровне, например, о строительстве энергоблоков на двух китайских атомных электростанциях [7]. Геополитические интересы двух стран совпадают, что способствует взаимовыгодному сотрудничеству во многих сферах международных отношений.

Более того, Китай и Россия сохраняют здоровую динамику развития в торгово-экономической сфере. Двусторонний товарооборот по итогам 2022 года достиг рекордных 190,27 млрд долларов США, увеличившись на 29,3% в годовом выражении. КНР 13 лет подряд является крупнейшим торговым партнером России. Китайские предприятия активно инвестируют в различные сектора экономики России, как традиционные, так и инновационные. По словам Бориса Титова, торгово-экономическое сотрудничество Китая и России дало положительные результаты и увеличило долю китайской продукции на российском рынке [4].

Страны также непрерывно углубляют сопряжение инициативы «Пояс и путь» и Евразийского экономического союза, в рамках чего успешно реализуется ряд проектов. Например, в Москве полностью открыли движение по Большой кольцевой линии метро, часть работ по которой выполнила китайская компания CRCC. Также было завершено строительство китайского делового центра «Парк Хуамин» в Москве, сдана в эксплуатацию вторая ветка китайско-российского нефтепровода и восточный маршрут китайско-российского газопровода. Эти проекты свидетельствуют о высоком уровне доверия и сотрудничества между двумя странами. [2]

Говоря об активной инвестиционной деятельности Китая, стоит отметить, что особенно развиты на данный момент инвестиции в деятельность по операциям с недвижимостью, строительство, газохимию, нефтепереработку, сельское хозяйство, машиностроение, IT и высокие технологии, и транспортную инфраструктуру. Основные регионы, в которых развиваются проекты китайского бизнеса: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Приволжский федеральный округ и Иркутская область. В перечнях межправительственной российско-китайской комиссии по инвестиционному сотрудничеству находятся 79 совместных инвестиционных проектов. Главы РФ и КНР позитивно оценили отношения двух стран и выразили готовность к глобальному партнерству [3].

Необходимо заметить, что падение цен на сырьевые товары, в том числе нефть, может привести к снижению объема российского экспорта в Китай в 2023 году по сравнению с 2022 годом, когда он достиг рекордных \$190 млрд. В то же время китайские поставки в Россию неизбежно увеличатся из-за устранения проблем с логистикой и финансами, которые замедляли экспорт Китая в Россию весной 2022 года. По оценкам экспертов, объем поставок из Китая в Россию может достигнуть \$79-90 млрд в 2023 году, что будет на 3-18% больше, чем в 2022 году. Таким образом, товарооборот Китая с Россией продолжает расти, в отличие от его товарооборота с США, который сократился более чем на 17% в январе-феврале 2023 года [6].

Заместитель директора Института экономики и делового администрирования при Педагогическом университете Центрального Китая Чжоу Вэйди считает, что китайские компании могут извлечь взаимную выгоду с Россией после ухода многих западных компаний из РФ и закрытия рынков ряда стран Запада для российского бизнеса. Он считает, что это очень хороший шанс для китайских экспортеров и инвесторов, которые могут заполнить ниши, оставшиеся после западных брендов. Он также отмечает, что этот процесс соответствует целям китайско-российского стратегического сотрудничества и поможет России увеличить долю рынка для поставки товаров в другие страны. [9]

В условиях ухода многих западных компаний из РФ и закрытия рынков ряда стран Запада для российского бизнеса китайские компании и бренды могут извлечь взаимную выгоду от сотрудничества с Россией, как в области экспорта, так и в области инвестиций. Эксперты отмечают, что качество китайской продукции повысилось, и она может заместить импорт из недружественных государств. Особенно перспективными сферами являются машинотехника, высокие технологии и товары с высокой добавленной стоимостью. [9]

Говоря о перспективах, можно отметить, что Китай и Россия имеют большие возможности для расширения и углубления своего сотрудничества в различных сферах, особенно в условиях усиления геополитического давления со стороны Запада. Сопряжение инициативы «Пояс и путь» и Евразийского экономического союза может стать эффективным механизмом для создания евразийского экономического пространства, основанного на принципах открытости, взаимовыгодности и соблюдения интересов всех участников. Китайские инвестиции в Россию [8] могут способствовать модернизации российской экономики, повышению ее конкурентоспособности и инновационности. Российский экспорт в Китай может обеспечить китайский рынок высококачественными энергоресурсами, сельскохозяйственной продукцией и технологическим оборудованием. Для сбалансированного и комплексного развития торгово-экономического сотрудничества между Россией и Китаем странам необходимо уделить значительное внимание культурной составляющей, так как культурное и гуманитарное сотрудничество между странами может способствовать укреплению доверия, дружбы и взаимопонимания между народами Китая и России.

Таким образом, Китайско-российское сотрудничество является одним из самых успешных и перспективных примеров международных отношений в XXI веке. Оно не имеет аналогов в мировой практике и определяет экономическую, политическую и деловую сторону двух стран, а также всего евразийского континента. На основе всего вышесказанного, можно с уверенностью сказать, что Китай и Россия демонстрируют пример ответственного подхода к решению глобальных проблем и поддержания мира и стабильности в регионе и в мире, более того, две страны являются надежными партнерами и друзьями друг для друга.

Список использованных источников

1. Азиатские соседи России: взаимодействие в региональной среде: колл. моногр. М.: Центр российской стратегии в Азии Института экономики РАН, 2021. 246
2. Вылкова Е.С. Многогранность современной пандемической реальности: коллективная монография. СПб, 2021. 300 с.
3. Известия. URL: <https://iz.ru/1471244/2023-02-16/v-raspp-nazvali-perspektivnye-otrasli-dlia-kitaiskikh-investitsii-v-rossii> (дата обращения: 31.03.2023).
4. Китайская народная газета. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2023/0321/c95181-10225108.html> (дата обращения: 31.03.2023).
5. Погорлецкий А. И., Покровская Н.В. Сравнительный анализ мер фискального регулирования стран G20 в эпоху коронакризиса и в пост-коронавирусной перспективе // Journal of Applied Economic Research. 2021. Т. 20. № 1. С. 31-61.
6. РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/20/03/2023/64145bfb9a79477ef586365c> (дата обращения: 31.03.2023).
7. Российский инвестиционный форум. URL: <https://roscongress.org/materials/rossiya-i-kitay-rezultaty-sotrudnichestva-i-perspektivy-razvitiya-vzaimootnosheniy/> (дата обращения: 30.03.2023).
8. Соколов Б.И., Воронова Н.С., Соколова С.В., Покровская Н.В. Кредитная система Китайской народной республики и корпоративное финансирование // Проблемы современной экономики. – 2020. - № 3 (74).- С. 125-131.
9. ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17201767> (дата обращения: 31.03.2023).

О.А.Строк, аспирант РИВШНаучный руководитель – **Е.А. Семак**, к.э.н.

Переход экономической системы на инновационный путь является следствием происходящих структурных изменений в развитии человечества и затрагивающих все сферы жизнедеятельности общества. И не случайно ведущую роль при этом отводят инновациям. Это связано с тем, что экономика как саморазвивающаяся система находится в процессе постоянных изменений. Поэтому в последнее время экономическая система все чаще характеризуется как инновационная, доминантной сферой которой выступает разработка и внедрение новых технологий.

Анализ современных тенденций развития экономики ведущих западных стран говорит о том, что инновационная экономика – это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, на доброжелательном восприятии новых идей, новых машин, систем и технологий, на готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности [1,2,3].

Несмотря на все многообразие подходов к пониманию сущности новой экономики, в основе каждого из них лежат инновации в той или иной форме [4,5,6]. Инновация – это нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта [7]. Это результат сложного взаимодействия различных сфер деятельности предприятия, посредством которого оно добивается конкурентных преимуществ и завоевывает и удерживает лидерство на рынке.

В настоящее время инновации рассматриваются как основной фактор конкурентоспособности социально-экономической системы на макро-, мезо- и микроуровне. Таким образом, инновационная экономика представляет собой совершенно новую модель построения экономических отношений и является неотъемлемой частью, основной характеристикой новой общественной формации, которая характеризуется радикальными изменениями во всех сферах жизнедеятельности человека, связанных со сменой технологического уклада и способа производства.

С инновационной деятельностью организации связано инновационное развитие. Проанализировав различные трактовки инновационного развития, можно увидеть, что инновации являются ядром инновационного развития.

Под инновационным развитием будем понимать процесс целенаправленного использования инноваций, ориентированный на получение новых результатов деятельности хозяйствующего субъекта относительно механизмов организации процесса профессионального образования или непосредственно методов обучения.

Таким образом, инновационное развитие субъектов хозяйствования направлено на систематическое внедрение инноваций в рамках выбранной стратегии деятельности в изменяющихся условиях воздействия внешней и внутренней среды для удовлетворения запросов потребителей.

Новые реалии реализации программ профессионального образования в условиях цифровой трансформации, обуславливают формирование соответствующих организационно-экономических механизмов инновационного развития данной сферы, так как инновационное развитие общества невозможно без формирования и развития инновационного университета.

Таким образом, в отношении образовательной услуги будем понимать инновации как новый или усовершенствованный образовательный продукт (образовательная программа, в том числе программа дополнительного профессионального образования повышения квалификации или переподготовки) и (или) образовательную услугу (включая механизмы разработки и реализации), способствующих удовлетворению потребностей всех заинтересованных сторон (личности, общества, государства).

Список использованных источников

1. Бляхман Л.С. Россия в преддверии постиндустриальной информационной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://creativeconomy.ru/library>.
2. Инновационная экономика как фактор эволюции производственных систем: монография / Под ред. О.Г. Туровца. – Воронеж: ГОУ ВПО «ВГТУ», 2008. – 147 с.

3. Исмаилов Т.А., Гамидов Г.С. Инновационная экономика – стратегическое направление развития России в XXI веке [Текст] / Т.А. Исмаилов, Г.С. Гамидов // Инновации. – 2003. – № 1.
4. Пороховский А. «Новая экономика» активизирует роль общества и государства в общенациональном развитии [Текст] / А. Пороховский. // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №4 – с.46-51
5. Базылев Н.И., Грибанова Н.Л. «Новая экономика», ее движущие силы и тенденции развития [Электронный ресурс] / Н.И. Базылев, Н.Л. Грибанова. // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 3 (23). – Режим доступа: www.m-economy.ru.
6. Базылев Н.И., Соболев Н.В. Глобализация и «новая экономика» (соотношение понятий) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://creativeconomy.ru/library>.
7. Теория инновационной экономики [Текст] / Под ред. О.С. Белокрыловой. – Ростов-н/Д: Феникс, 2009. – 376 с.

УДК 330.34 (100)

МИРОВОЙ ОПЫТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Сюй Хэ, магистрант

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет

Исследование опыта инновационного развития национальных экономик индустриальных стран, позволяет заключить, что у большинства из них структуры управления процессом инновационного развития в значительной степени схожи. Наиболее типичной следует считать структуру управления инновационным развитием национальной экономики США, страны, которая, по общему мнению, входит в десятку наиболее развитых инновационных экономик мира.

Процесс инновационного развития экономики США является традиционным и включает в себя весь цикл такого развития: от возникновения глобальной инновационной идеи до внедрения ее в процесс производства, что позволило стране занять лидирующее положение на рынке.

В США среди правительственных структур особую роль в регулировании процесса инновационного развития экономики играет Департамент по вопросам коммерции, в состав которого входят структурные единицы, решающие вопросы определения глобальных направлений создания инноваций, патентования, стандартизации, сбора статистической информации относительно инновационных процессов и, прежде всего, финансирования перспективных глобальных исследований инновационного характера. Конгресс США имеет обязанности и полномочия по внедрению инноваций законодательными методами, предоставлению разрешений и ассигнованиям бюджетов, проведению слушаний и получению свидетельств от заинтересованных сторон в вопросах, связанных с инновациями, осуществлению надзора за их коммерциализацией.

Важным элементом системы управления инновационным развитием экономики США является судебная система, в компетенцию которой входит разрешение судебных и нормативных споров, касающихся инноваций, патентов и т.д. Функции судебной системы заключаются в решении разных вопросов, важнейшими среди которых являются споры по интеллектуальной собственности и правовые вопросы, связанные с научными исследованиями.

Особенностью инновационного развития экономики США на макроэкономическом уровне является то, что государство практически отстранено от определения направлений инновационного процесса. Роль государства в поддержке процесса инновационного развития страны сводится, в основном, к гарантированию ссуд, льготному кредитованию инновационных предприятий, льготному налогообложению.

На региональном уровне управление процессом инновационного развития осуществляют правительства штатов, которые, как правило, гораздо активнее в реализации инновационного развития экономики, чем федеральное правительство, прежде всего потому, что правительства штатов ближе к потребностям конкретных отраслей, составляющих их региональные экономики. Решающую роль в процессе формирования инновационной экономики на мезо- и макроуровнях играют неправительственные организации. В США существует развитая сеть негосударственных организаций, имеющих отношение к формированию принципов управления инновационным развитием. Эти организации осуществляют проведение исследований, организуют семинары и, что самое

важное, создают форумы для разных участников инновационной политики с целью создания объединений, обсуждения вопросов, пересмотра результатов инновационной деятельности и рассмотрения новых инновационных идей, способных ускорить процесс инновационного развития экономики страны в целом.

Университеты в США также активно влияют на инновационное развитие экономики государства, выполняя исследования по заказу промышленных корпораций. Также значительную роль в процессе инновационного развития американской экономики играют малые и средние бизнес-структуры. Большинство инновационных идей в США реализуется частным сектором.

Характерной чертой американской модели управления инновационным развитием экономики является и то, что решения по внедрению инновационной идеи принимаются высшим руководством корпораций. Такой путь разработки инноваций позволяет быстро изменять направления исследований в случае неверных шагов с целью достижения желаемого результата.

Преимуществом такого подхода к управлению инновационным развитием является ускоренный выход на рынок инновационных продуктов, завоевание новых рынков. При этом создается прочная обратная связь с потребителями инновационного продукта, позволяющая оперативно улучшать или изменять качества этого продукта. Примером успешного применения такой тактики может служить история корпораций Microsoft, Tesla, Apple, успешный менеджмент инноваций которых сделал их одними из самых мощных в мире.

Такой подход имеет и ряд недостатков, среди которых большая вероятность принятия ошибочных решений из-за недостаточной компетентности отдельных руководителей при решении поставленной задачи. В результате этого инновационные продукты американского происхождения часто имеют короткий «срок жизни», качественные недостатки и т.д. Примером этого может служить практика «отзыва» с рынка инновационных продуктов для доработки, что приводит к дополнительным финансовым потерям и вредит имиджу корпораций.

В Германии, как и в США, роль государства в инновационном развитии экономики ограничивается финансированием глобальных инноваций, внедрение которых отсрочено во времени. Поддержка оперативных инноваций состоит в предоставлении налоговых льгот и каникул инновационным предприятиям и финансировании на грантовой основе исследований в области создания инноваций, которые не будут иметь значительного экономического эффекта, но решают проблемы сохранения окружающей среды, улучшения качества жизни населения Германии.

Управление процессом инновационного развития экономики на мезо- и микроуровне в Германии имеет уникальные особенности, связанные с менталитетом общества, состоящим в культурном сопротивлении рискам и стремлению к стабильности. Исторически немецкие корпорации были крупными новаторами с точки зрения технологии и качества продукции, но из-за попыток избежать рисков и опасений потерять имидж надежных партнеров, в последнее время они не могут пользоваться быстро возникающими инновационными идеями с такой же уверенностью, как американские фирмы и это негативно влияет на инновационное развитие экономики страны.

Преимуществом немецкого подхода к управлению инновационным развитием экономики является комплексность. Инновационная продукция немецкого происхождения обладает высоким качеством и сопровождается продуманными услугами, обеспечивающими ее надежность. Инновационные продукты немецкого происхождения имеют значительно больший срок жизни, чем продукция любой другой страны. Недостатком такого подхода является то, что инновационные продукты могут опоздать с выходом на рынок и встречают значительное конкурентное сопротивление.

Управление инновациями в фирмах Германии имеет свои особенности. В отличие от США, решение о внедрении инновационной идеи одобряется большинством голосов владельцев корпораций, что требует значительных затрат времени. И даже после принятия решения на самом высоком уровне процесс создания инновации тормозится на более низком уровне, особенно в случае недостаточности финансовых ресурсов корпорации. Эта практика «затягивания» значительно меньше проявляется в малых и средних предприятиях, где меньше горизонтальных связей. Эти фирмы либо выигрывают либо погибают в зависимости от того, насколько способны они выделить и внедрить удачную инновационную идею и насколько эффективно реализовали ее на мировых рынках. Вот почему справедливо сказать, что в Германии инновационный потенциал компаний имеет тенденцию быть тем выше, чем меньше их размер. Общей критикой такого подхода является

ся то, что немецкие фирмы не часто вовлекаются в инновации, имеющие глобальный характер. Но чтобы сохранить высокие доходы, они должны постоянно стимулировать процесс создания инноваций и проводить мониторинг рынка инновационных продуктов.

Немецкий подход к управлению инновационным развитием экономики, хотя и более сдержанный, чем американский, является прибыльным и самодостаточным, в результате чего экономика страны по Глобальному индексу инноваций занимает девятое место в рейтинге мировых инновационных экономик.

УДК 339.92+338.24

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА К ТРАКТОВКЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТНК

Ц. Сүй, аспирант

Научный руководитель – **С.Ю. Солодовников, д.э.н., профессор**
Белорусский национальный технический университет

Трансформация теории корпоративного управления ТНК происходила под воздействием развития теории и практики международных экономических отношений. Зарождение корпоративного управления связывают с развитием крупного индустриального производства в рамках капиталистических отношений, требующего аккумуляции производственных и финансовых ресурсов и соответствующей организационно-правовой формы предприятия, которой стала акционерное общество. По мере развития теории и практики корпоративного управления акцент в трактовке смещался с собственников к менеджерам, с менеджеров к акционерам, и наконец с акционеров к широкому кругу «заинтересованных» лиц (государству, местному сообществу, работникам, контрагентам).

Зарождение социально-ориентированного подхода к трактовке корпоративного управления ТНК происходит в ответ на растущее неприятие населением и наемными работниками социального неравенства, порождаемого ориентацией ТНК на максимизацию прибыли, усиливающееся недовольство общества экологическим равнодушием многих ТНК на фоне усугубления экологических проблем, усиление идейно-политических противников неолиберальной экономики. Данный подход объединяет множество концепций: корпоративной социальной ответственности, корпоративного социального капитала, «компании участия» (stakeholders company) и др.

В 1970-х гг. банкротство корпораций, упадок американской промышленности и разрушительные корпоративные процессы способствовали росту общественного недовольства деятельностью крупных корпораций. Социальные защитники призвали к большей корпоративной ответственности перед обществом, в то время как сторонники акционеров призвали к большему контролю и подотчетности перед акционерами.

В англоязычной литературе теория социального капитала в корпоративном менеджменте получила распространение в связи со становлением восточных транснациональных корпораций; в то время как в научной литературе Китая и иных стран Восточной Азии подход, в соответствии с которым социальный капитал рассматривается как источник конкурентных преимуществ для фирмы, доминировал уже несколько столетий [1]. В азиатских коммерческих организациях преобладают семейные структуры принятия решений, расширенные деловые сети и взаимозависимые конгломераты (формальные и неформальные взаимоотношения) [2], что отличает их от транснациональных корпораций западного типа.

В качестве преимуществ с точки зрения корпоративного управления, которые обеспечивает социальный капитал, принято выделять: обмен ресурсами между подразделениями и фирмами, создание интеллектуального капитала, межфирменное обучение, отношения с поставщиками, инновации и предпринимательская активность [3]. К негативным сторонам влияния социального капитала на корпоративное управление традиционно относят: предопределённость путей развития фирмы сформировавшимися связями (границы социального капитала), зависимость, самоусиление социального капитала, высокое влияние политики [4; 5], угроза «морального риска» и «взятничества» [6].

Следует отметить, что разделение последствий социального капитала для корпоративного управления на «положительные» и «негативные» как правило осуществляется исходя из постулатов либерально-рыночной экономической модели. В то же время высокая степень политизированности корпоративного управления, основанного на социальном капитале, стала источником уникальных конкурентных преимуществ для китайских многонациональных корпораций.

С середины 90-х гг. XX в. оживленная дискуссия развилась вокруг концепции «компании участия» (stakeholders company). Базируясь на достижениях более ранних концепций «социальной ответственности бизнеса», «человеческих отношений», «участия в управлении и прибылях», «социального партнерства», данная концепция предлагает новый взгляд на внутрифирменные отношения и отношения корпорации с обществом. Концепция «компании участия» отличается расширенным кругом субъектов, включенных в процесс управления корпорацией. «Лица и организации, обеспечивающие нормальное функционирование корпорации – собственники-акционеры (включая банки и других институциональных инвесторов), менеджеры, наемные рабочие и служащие, местные власти и сообщества (communities), поставщики, потребители – не просто поддерживают те или иные отношения и связи между собой, но представляют собой спаянное общим интересом образование. Каждый из них помимо выполнения отведенной ему роли участвует в решении общих задач – управлении, распределении прибыли, устройстве социально-бытовых проблем, возникающих как внутри самой корпорации, так и на ее "периферии". Т.е. прежде всего у местного сообщества» [7, с. 42]. «Компания участников» противопоставляется традиционной «компании собственников» (shareholders company), управление в которой полностью принадлежит акционерам и высшим менеджерам.

«Вполне естественно, что концепция "компании участия", <...> встретила самое решительное несогласие значительной части политических и научных кругов, не говоря уже о кругах самого большого бизнеса. Вслед за опубликованием работ, содержащих изложение их принципов и аргументов, в печати стран Запада, и в первую очередь британской печати, где эти проблемы вызвали особенно оживленную дискуссию, появился ряд публикаций, резко критикующих данную концепцию как ошибочную, способную в случае попыток ее практического применения лишь ослабить экономику и подорвать способность корпораций и фирм успешно конкурировать на европейском и международных рынках» [7, с. 44]. Например, в книге «Markets, Not Stakes: The Triumph of Capitalism and the Stakeholder Fallacy» П. Минфорд подробно разбирает и критикует концепцию «компании участия».

Таким образом, при социально-ориентированном подходе в изучении корпоративного управления нашли отражения проблемы участия в этом процессе не только собственников капитала (акционеров) и профессиональных менеджеров, но и иных заинтересованных сторон. С учетом огромного влияния транснациональных корпораций на потребительские рынки и рынки труда, такой подход представляется обоснованным. К значительным достижениям представителей данного подхода также следует отнести признание социального капитала как источника конкурентного преимущества многонациональной корпорации, в том числе формируемого на основании национальных культурных особенностей. Если практическое применение концепций корпоративной ответственности или концепции «компании участия» современными транснациональными корпорациями может быть поставлено под сомнение, то бесспорно, что декларирование приверженности социально-ориентированным принципам зачастую используется ими как способ повышения лояльности со стороны конечных потребителей, работников и местных сообществ страны пребывания. Именно социально-ориентированный подход представляется наиболее перспективным для выработки определения понятия «корпоративного управления» с точки зрения отражения экономической сущности данного феномена и возможности учета национальных и институциональных особенностей.

Список использованных источников

1. Wee C.H., L.L. Lan. The 36 Strategies of the Chinese. – Singapore: Addison-Wesley, 1998.
2. Peng M.W., Y. Lu, O. Shenkar, D.Y.L. Wang. Treasures in the China House: A Review of Management and Organizational Research on Greater China // Journal of Business Research. – 2001. – № 52. – p. 95–110.
3. Adler P. S., S.-W. Kwon. Social Capital: Prospects for a New Concept // Academy of Management Review. – 2002. – № 27. – p. 17–40.

4. Locke E. A. Some Reservations About Social Capital // Academy of Management Review. – 1999. – № 24. – p. 8–11.

5. Talmud I. Corporate Social Capital and Liability: A Conditional Approach to Three Consequences of Corporate Social Structure // In R. Leenders and S.M. Gabbay (eds.), Corporate Social Capital and Liability. Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers. – 1999. – p. 106–117.

6. Adler P.S., Kwon S.-W. Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly // In E.L. Lesser (ed.), Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications. Boston, MA: Butterworth Heinemann. – 2000.

7. Перегудов С. П. Корпорации. Общество. Государство. – М.: Наука, 2003. – 350 с.

УДК 338.12.017

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.А. Хандрико, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова**, ст. преподаватель

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Главной частью каждого государства является население. Для надлежащего поддержания жизнедеятельности и роста уровня жизни каждого гражданина, государство обязано в полной мере обеспечивать поддержку и развитие в четырех основных сферах общественной жизни своего населения, а именно:

- экономической. Основными элементами данной сферы являются экономические системы, формы собственности, рынки, бюджет, банки, налоги и т.д.;
- политической. Элементами этой сферы являются политика, власть, государство, формы государственной власти, политические партии, выборы и т.д.;
- социальной. Основными элементами в этой сфере являются структура общества, социальные группы, национальные отношения, медицина, образование, семьи и т.д.;
- духовной. В этой сфере основными элементами являются культура, религия, наука, мораль, нравственность и т.д.

В настоящее время, вопросы внедрения цифровизации активно рассматриваются во всём мире. Целью каждого государства является улучшение качества жизни населения. Эффективным инструментом в достижении данной цели будет являться цифровизация.

Чтобы полноценно проанализировать то, какое влияние цифровизация оказывает на все сферы общественной жизни населения, следует провести анализ на конкретном примере, а именно на примере Республики Беларусь.

По официальным данным население Республики Беларусь составляет около 9,3 миллиона человек. [1].

Соответственно, государство должно оказывать поддержку каждому гражданину Республики Беларусь, тем самым улучшая качество жизни населения. Государство активно внедряет информационные технологии во все жизненно важные аспекты деятельности людей.

Цифровизация все глубже проникает во все сферы деятельности, как отдельных предприятий, так и физических лиц, это и медицина, и образование, и сфера услуг, управление производством, беспилотное управление автомобилями, воздушными судами и многие другие сферы.

Примеры развития и внедрения цифровых технологий в различных сферах общественной жизни на территории Республики Беларусь приведены в таблице 1.

Исходя из приведенных данных в таблице стоит отметить, что внедрение цифровых технологий активно поддерживается государством.

Также, можно сделать вывод отдельно по каждому пункту, приведенному в таблице, а именно:

1. Цифровые технологии в экономической сфере положительно влияют на жизнь населения. Так, предприниматель любой сферы деятельности может совершать следующие действия: заказывать сырье через интернет, вести переговоры дистанционно, иметь электронные счета, сохранять всю информацию и документацию не только в бумажном виде, но и цифровом, что будет способствовать их более надёжному способу хранения.

Таблица – Данные о внедрении цифровизации в Республике Беларусь

Сферы общественной жизни	Цифровые технологии
1. Экономическая	<ul style="list-style-type: none"> • онлайн- банкинг; • электронные платежи; • бесконтактный способ оплаты; • электронные счета; • облачное хранение информации • кассы самообслуживания; • магазины с функцией самообслуживания • интернет-магазины и т.д.
2. Политическая	<ul style="list-style-type: none"> • онлайн выборы; • официальные статистические данные в онлайн формате; • электронный формат конституции и т.д.
3. Социальная	<ul style="list-style-type: none"> • электронная запись в учреждениях здравоохранения; • онлайн обучение; • остановочные пункты маршрутно-транспортных средств оснащённые электронным расписанием транспорта; • остановочные пункты маршрутно-транспортных средств оснащённые розетками; • наличие электронных источников информации в учреждениях образования; • наличие цифровых устройств в учреждениях образования и здравоохранения и т.д.
4. Духовная	<ul style="list-style-type: none"> • проведение научных исследований при помощи цифровых устройств и передовых технологий; • создание передовых технологий при помощи цифровых устройств; • онлайн выставки; • онлайн библиотеки и т.д.

Также, обычные потребители могут сократить время совершения покупок используя кассы с самообслуживанием, заказав товар через интернет-магазины. Сократится и время, которое необходимо для оплаты счетов и проверки состояния счёта на карте, так как любой человек может оплатить счета и проверить их состояние через интернет.

1. В политической же сфере тоже имеются свои положительные моменты, а именно: любой гражданин Республики Беларусь может ознакомиться с действующим законом и поправками в конституции, принять участие в онлайн выборах, а также в дистанционной переписи населения. Цифровизация в этой сфере обеспечивает мобильность и быстроту получения данных, сокращения времени для выполнения данных действий.

2. Социальную сферу цифровизация затрагивает в большем объеме, так как это улучшает качество услуг, образования, медицины и в конечном итоге жизни населения.

3. Достаточно положительные моменты можно наблюдать и в духовной сфере. Так как население стремится к духовному росту, государство внедряя новейшие технологии благоприятно способствует этому. Проведение научных исследований при помощи цифровых устройств и передовых технологий не только даёт возможность открыть свой потенциал граждан, но и ускоряет процессы создания новых открытий и технологий.

Несмотря на высокий уровень развития цифровизации на территории Республики Беларусь, всё же некоторые экономисты утверждают, что резерв для внедрения новейших цифровых технологий имеется. Республика Беларусь в настоящее время опирается на государственную программу «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы и в ближайшем будущем будет выходить на

новый уровень внедрения цифровых технологий опираясь на собственный опыт и опыт других стран. [2]

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>.

2. Министерство связи и информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/ru>.

УДК 338.24

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

У.А. Харевич, 1 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергеевич, к.э.н., доцент**
Белорусский национальный технический университет

При исследовании человеческого капитала необходимо сделать акцент на внедрении новых принципов его формирования в цифровом обществе, развивающиеся под воздействием новых тенденций развития человечества–цифровизации, роботизации и др. Человеческий капитал охватывает такие составляющие, как природные и приобретенные качества человека, культура, здоровье, трудовая активность, образование, знания, умения и навыки, мобильность и другие компетенции и качества. Однако, информационное общество существенно изменило структурные элементы человеческого капитала, особенности его формирования и проявления, что требует его переосмысления в новых условиях цифровой экономики.

В связи с распространением цифровых технологий важнейшими требованиями к современному обществу является изменение характера труда, повышение общих требований к уровню образования и профессиональной квалификации. В условиях цифровизации экономики выше ценятся знания, информация, а также умение их своевременно обработать, подать и использовать. В обозначенных условиях происходит трансформация человеческого капитала, выделение в его составе цифрового капитала. Человеческий капитал следует рассматривать с двух сторон. Во-первых, это потенциал самого человека, а во-вторых, он формируется посредством применения современных, инновационных форм и методов работы [1, с. 18].

Как подчеркивает Богатырёва В. В., «предпосылками возникновения теории человеческого капитала стали произошедшие в XX столетии коренные изменения не только в технике и технологии, но и в производительных силах. Весь мир был качественно преобразован, поднявшись на новую ступень не только материального, но и интеллектуального развития. В этих условиях особо пристальное внимание стало уделяться созидательной человеческой деятельности: новым научным изысканиям и происходящим на их основе технико-технологическим процессам. Результатом чего стали исследования ресурсов и возможностей человека» [2, с. 2]. В этом и заключаются возможности, связанные с появлением новых форм человеческого капитала в условиях развития цифровой экономики. Поскольку «цифровизация бизнес-модели формирует потребность в новых навыках и компетенциях» [3, с. 99], то основным фактором успешности цифровизации выступает наличие у работников цифровых компетенций. Поэтому, появление новых форм человеческого капитала – это обязательное условие перехода экономики к новому качеству экономического роста. «Процесс создания инновации в первую очередь обеспечивается на основе накопленного запаса навыков, знаний, способностей создателей инновации. А значит необходимо отметить прямое участие человеческого капитала в формировании инноваций. Причем формирование человеческого капитала организации сопровождает процесс формирования инновации» [4, с. 96]. Приведенная цитата показывает, что процессы развития человеческого капитала и формирования инноваций взаимосвязаны.

Сегодня в целях эффективного формирования человеческого капитала в условиях цифровизации перед государством стоит важная задача: стимулирование трудовой активности молодежи и трудоспособного населения с целью создания высокотехнологичной продукции. Одним из факторов стабильного функционирования конкретного государства в условиях перехода к цифровой

экономике, может стать система формирования ценностей отдельной личности и различных групп общества [5, с. 63]. Молодежь является особой возрастной группой общества, которая характеризуется восприимчивостью к влиянию внешних факторов, активно саморазвивается, постепенно осуществляя выбор своего профессионального и жизненного пути. Страх молодого поколения, связанный с невозможностью обеспечения достойного уровня жизни себе и членов своей семьи, приводит к потере эффективной трудовой мотивации. Одним из важных оснований трудовой мотивации считается востребованность работников на региональном рынке труда. В настоящее время для значительного количества выпускников высших и профессиональных учебных заведений стоит острая проблема трудоустройства. Выходит, что факт получения диплома не является гарантом получения достойной работы по специальности, высокого дохода и как правило, большинство выпускников не трудится в соответствии с полученной специальностью. Такие негативные события формируют чувство неудовлетворенности работой и ведут к деформации отношения к труду как к ценности [6, с. 171]. Развитие цифровой трансформации не может добиться высоких показателей без поддержки со стороны государства, создания программ и обеспечения повсеместного распределения и развития цифровизации в экономике и обществе. В настоящее время любое государство призвано учитывать инновационное развитие современного мира, необходимость в цифровой адаптации, необходимость всячески способствовать созданию и внедрению инноваций на своей территории, поскольку именно такого рода деятельность является важнейшим фактором обеспечения комфортной жизни граждан.

Таким образом, процесс цифровизации во многом зависит от качества человеческого капитала. Цифровая экономика приносит с собой много перемен и новых условий с точки зрения человеческого капитала, поэтому требуется искать привлекательные пути содействия современным тенденциям путем наиболее эффективного использования и инвестирования в человеческий капитал. Изменения в методах и структуре производства, а также внедрение технологий во все аспекты жизни – это новая реальность эпохи цифровизации. Человеческий капитал в сочетании с современными технологиями является современным фактором роста, способствуя повышению производительности экономики, стимулируя изменения в структуре производства и занятости, формируя новые ценности и установки. В человеческом капитале должны преобладать такие качества, как креативность и умение анализировать и решать проблемы, а компетентность становится важной ценностью современной цифровой цивилизации. Постоянное совершенствование навыков является лучшим способом адаптации к новым условиям, а также инновационного развития экономики.

Список использованных источников

1. Гунина, И. А. Повышение эффективности использования человеческого капитала в условиях цифровой трансформации / И. А. Гунина, И. В. Логунова, В. Ю. Пестов // Регион: системы, экономика, управление. – 2019. – No 1 (44). – С. 18–25.
2. Богатырева, В. В. Теория финансового управления воспроизводством человеческого капитала: концептуальные основы, методологические принципы / В. В. Богатырева // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. – 2014. – No 5. – С. 2–11.
3. Сергиевич, Т. В. Влияние цифровизации экономики и общества на трансформацию бизнес-моделей промышленных предприятий / Т. В. Сергиевич // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2021. – No 2 (56). – С. 95–101.
4. Богатырева, В. В. Человеческий капитал, инвестиции и инновации: фундаментальный и прикладной аспекты исследования взаимосвязи / В. В. Богатырева // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. – 2015. – No 5. – С. 94–97.
5. Томаров, А. В. Некоторые особенности формирования человеческого капитала студентов вузов / А. В. Томаров, Е. П. Романов // Традиционные национально- культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. – 2017. – No 2 (12). – С. 63–65.
6. Володин, В. М. Удовлетворенность трудом и экономические ориентации рабочих промышленных предприятий г. Пензы / В. М. Володин, Л. В. Рожкова, А. Ш. Дубина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – No 2 (38). – С. 171–178.

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

З.В. Черноус, М.А. Солодуха, 2 курс
Научный руководитель – **И.М. Зборина, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Глобальные экономические вызовы наряду с замедлением роста мировой экономики приводят к необходимости рассмотрения внешнеэкономической деятельности как фактора, влияющего на развитие страны. При этом, за счет несырьевого экспорта осуществляется решение как количественных (повышение объемов экспорта, занятости, притока инвестиций, налоговой базы), так и качественных (диверсификация экономики, повышение конкурентоспособности и инновационности, выпуск высокопередельной продукции) задач.

В связи с этим представляется актуальной научно обоснованная оценка роли внешнеэкономического фактора в стратегиях государственного развития, которая может учитываться при разработке комплекса механизмов и инструментов внешнеэкономического развития Республики Беларусь.

Республика Беларусь осуществляет многовекторную внешнеэкономическую политику и активно участвует в международных интеграционных процессах и является экспортоориентированным государством с развитой промышленностью и сельским хозяйством [1].

Основные показатели экспорта товарами Республики Беларусь за период с 2018 года по 2022 год (млн. долл. США) представлены на рисунке 1.

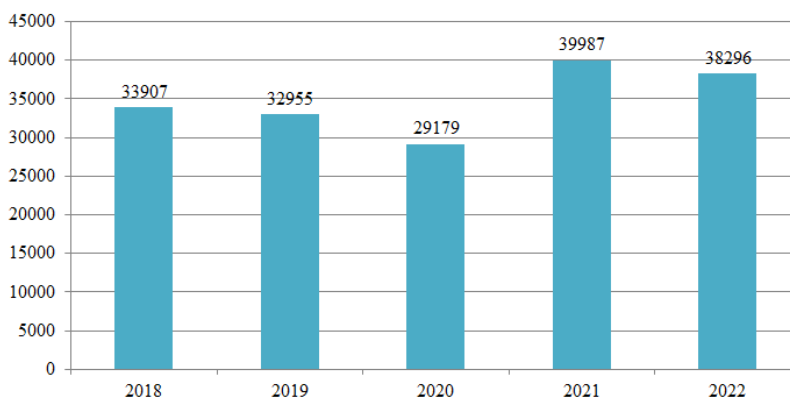


Рисунок 1. – Экспорт товаров Республики Беларусь, млн. долл. США

Основные показатели импорта товаров Республики Беларусь за период с 2018 года по 2022 год (млн. долл. США) представлены на рисунке 2.

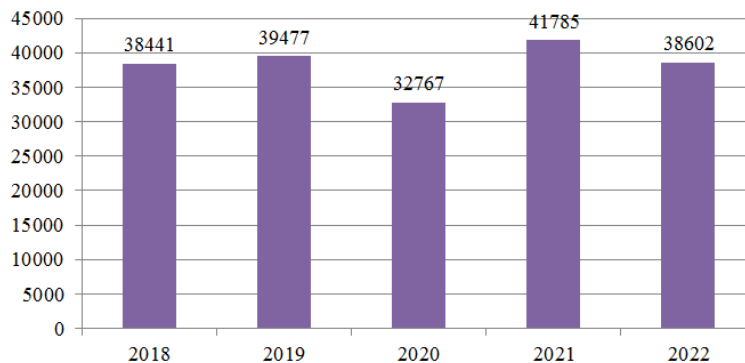


Рисунок 2. – Импорт товаров Республики Беларусь, млн. долл. США

Можно сделать вывод, что в течение всего анализируемого периода времени импорт превышает экспорт. Динамика сальдо внешней торговли товарами показана на рисунке 3.

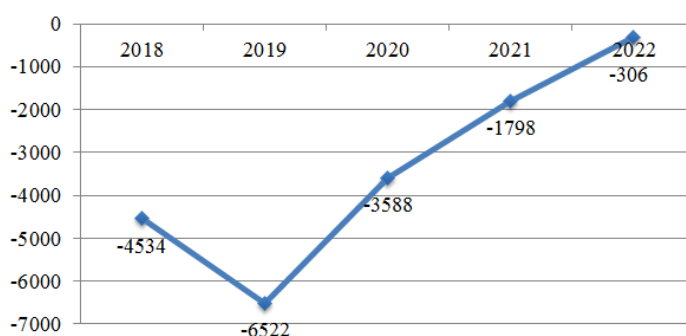


Рисунок 3. – Сальдо внешней торговли товарами, млн. долл. США

В 2022 году уменьшение сальдо связано со снижением импорта в связи с приостановкой, а затем и прекращением работы большого числа иностранных компаний на белорусском рынке [2].

В 2022 году внешнеторговый оборот Республики Беларусь достиг 76,9 млрд. долл. США, что на 6% меньше, чем в 2021 году. Экспорт товаров составил 38,3 млрд. долл. и снизился на 4,3% по отношению к предыдущему году.

Товарная структура белорусского экспорта включает в себя более тысячи товарных позиций на уровне четырех знаков кодов ТН ВЭД ЕАЭС. Важнейшие экспортные позиции: продукция нефтехимии, машиностроения, металлургии, деревообработки, легкой промышленности, молочная и мясная продукция, мебель, стекло, стекловолокно, цемент.

Основу импорта составляют энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование.

Структура внешней торговли в разрезе стран существенно изменилась. Так, экспорт в страны СНГ вырос на 9,1% по сравнению с 2021 годом, а импорт из них сократился на 8,2%, тогда как поставки в остальные государства упали на 24,1%, а из них – на 6,7%.

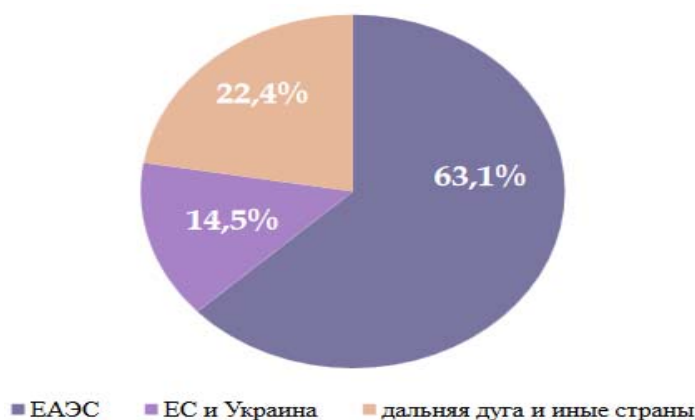


Рисунок 4. – Структура экспорта в разрезе стран

В 2022 году белорусская продукция экспортирована на рынки 161 страны. Основными торговыми партнерами Беларуси являются Россия, страны ЕАЭС и СНГ. Расширяется присутствие белорусских производителей на рынках стран Азии, Африки, Америки и Океании. Совместно с партнерами по ЕАЭС осуществляется работа по расширению доступа на рынки стран «дальней дуги» путем заключения соглашений о свободной торговле.

Доля экспорта в страны СНГ увеличилась за год с 59,8% до 63,1%, а доля импорта из них немного уменьшилась: до 61,7% в прошлом году против 62,1% в 2021 году.

В результате перенаправления экспортных потоков с рынков стран Запада и Украины значительно выросла доля поставок в страны ЕАЭС.

Белорусским предприятиям удалось воспользоваться возможностью нарастить поставки товаров в Россию на фоне дефицита, возникшего в связи с приостановкой, а затем и прекращением работы большого числа иностранных компаний на российском рынке.

В торговле со странами СНГ впервые сложилось положительное сальдо внешней торговли, причем весьма значительное: 2 270,4 млн. долл. США против минус 2 027,8 млн. долл. США годом ранее. Одновременно изменился знак сальдо в торговле с остальным миром: минус 2 576,4 млн. долл. США против плюс 230 млн. долл. США в 2021 году. Однако в совокупности отрицательное сальдо внешней торговли товарами сложилось минимальным: минус 306 млн. долл. США, побив рекорд 2012 года (минус 344 млн. долл. США) [3].

Таким образом, если поставки потребительских товаров более-менее удастся восстановить, то с оборудованием, материалами и запчастями пока дела обстоят несколько хуже. Возможно, ситуацию улучшит смягчение в текущем году ограничений в отношении параллельного импорта, а также реализация планов импортозамещения и укрепления сотрудничества с «дружественными» странами.

Список использованных источников

1. Министерство Иностранных Дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mfa.gov.by/trade/>. – Дата доступа: 29.03.2023.
2. Годовые данные Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/vneshnyaya-torgovlya-tovarami/godovye-dannye/>. – Дата доступа: 30.03.2023.
3. Рекорд Беларуси во внешней торговле: сальдо сократилось до минимума [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://officelife.media/news/record-belarusi-vo-vneshney-torgovle-saldo-sokratilos-do-minimuma/>. – Дата доступа: 29.03.2023.

УДК 334.764

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИАЛЬНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПАРКА

Чжао Юнтянь, магистрант

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный университет

В настоящее время индустриально-технологические парки являются одним из действенных организационно-экономических инструментов ускорения социально-экономического и инновационного развития территорий их расположения, формирования точек регионального роста за счет применения системы стимулирующих организационно-экономических условий для их участников.

Создание индустриально-технологических парков основано на:

- кластеризации и размещении необходимых инфраструктурных объектов (дорог, железнодорожных подъездных путей, высоковольтных линий электропередач, объектов связи, водоснабжения, газоснабжения и т.д.) на ограниченной и легко доступной территории с целью сокращения производственных затрат;
- выводе промышленного производства за пределы города для уменьшения негативных экологических последствий и обеспечения экологического контроля;
- предоставлении субъектам предпринимательской деятельности комплекса информационных, консультативных и логистических услуг;
- создании благоприятных условий для налаживания разнообразных производственных и экономических связей между предприятиями, формирования инновационных производств;
- получении разных форм государственной и муниципальной поддержки, льгот как для управляющих компаний, так и для субъектов предпринимательской деятельности.

В мире индустриально-технологические парки делятся по типу производственных площадок на несколько видов: Greenfield, Brownfield, комплексный парк и трансграничный индустриальный парк [1]. Каждый из них имеет свои инновационные особенности и выполняет определенные задачи, стоящие перед ним. Предприятия, расположенные на территории индустриально-технологических парков в основном связаны технологической цепью и совместным использовани-

ем территории, услуг, предоставляемых управляющей компанией с целью обеспечения синергетического эффекта от экономии затрат. Их экономический рост и устойчивое экономическое развитие возможны в основном только благодаря глобализации и инновационному процессу. Инновационные предприятия, участвующие в проектировании новых технологий, производстве инноваций, разработке методов организации, развитии менеджмента и других функциях, которые развиваются благодаря обмену международным опытом и информацией, являются основой улучшения стандартов труда и жизнедеятельности по всей стране. Так, экономически развитые страны мира представляют хороший пример того, насколько важны инновационные предприятия (США, Китай, Япония, страны Евросоюза вкладывают значительную часть средств в развитие инноваций).

Для понимания, почему именно индустриально-технологические парки являются двигателем развития экономики и почему они требуют такого внимания со стороны государства, важно выявить их отличие от других видов специальных экономических зон. Основное их отличие состоит в том, что данные хозяйственные структуры направлены на разработку и внедрение новых технологий в производство. Здесь в обязательном порядке необходимо присутствие научно-исследовательской части в виде научных институтов, центров, университетов. К тому же они обеспечивают предприятия инфраструктурой для осуществления их основной деятельности.

Индустриально-технологические парки – решающий инструмент индустриализации и планирования городов и регионов. Целью деятельности индустриально-технологических парков является: контроль за промышленным и инновационным развитием, систематическая урбанизация, уравнивание регионального развития, внедрение и усовершенствование новых продуктов. В качестве инструмента индустриализации данные парки обеспечивают большие экономические преимущества и стимулы для предпринимателей. Фирмы, существующие в индустриально-технологических парках, существенно выигрывают, поэтому их конкурентоспособность растет. Кроме того, индустриально-технологические парки являются эффективным средством осуществления макрополитики. Политика этих парков принимается как путь индустриализации путем усовершенствования промышленности, модернизации отраслевых учреждений в соответствии с повышением производительности и прибыли, снижением затрат и повышением качества продукции в стране.

Деятельность большинства технопарков предполагает активное участие государства, поэтому задачи и цели технопарков в значительной степени зависят от национальной инновационной стратегии государства-инициатора. Анализ национальных инновационных стратегий вместе с целями индустриально-технологических парков позволяет выделить следующие стратегии их развития:

- стратегия накопления опыта для изучения и использования всего спектра преимуществ технологий, механизмов и инструментов, доступных на международных рынках для создания новой уникальной технологической системы;
- стратегия копирования лучших технологий: в случае копирования наиболее успешных технологических решений производство по этим технологиям запускается как можно скорее;
- стратегия построения и развития уникальных технологий с минимальным использованием международного опыта [2].

Эти стратегии не взаимоисключающие, поскольку они представляют основные тенденции развития инноваций на государственном уровне.

Однако, существуют три основных стратегии инновационного развития индустриально-технологических парков: стратегия перенесения (копирования), стратегия лидерских технологий и стратегия наращивания (таблица).

Таблица – Особенности инновационных стратегии развития индустриально-технологических парков

Вид стратегии	Экономический смысл	Страны, в которых реализуется стратегия
Стратегия перенесения (копирования)	Использование имеющегося зарубежного научно-технического потенциала через закупку лицензий на высокоэффективные технологии для освоения выпуска конкурентоспособной продукции, которая уже производится в развитых странах	Япония
Стратегия лидерских технологий	Использование собственного научно-технического потенциала на основе наращивания основного капитала для производства наукоемкой продукции высокоразвитых стран мира, формирования спроса на нее и выхода на новые рынки	Страны ЮгоВосточной Азии
Стратегия наращивания	Использование собственного научно-технического потенциала, созданиит принципиально новых видов продукции, которые опережают современные образцы на одно-два поколения, достижение интеграции фундаментальной и прикладной науки	США, страны Западной Европы

Примечание – Источник: [3, с. 63].

Признание важности развития и поддержки индустриально-технологических парков определяется их ролью при достижении долгосрочных целей экономической перестройки регионов страны на базе новых отраслей производства и ускорения процесса коммерциализации достижений НИОКР.

Стратегия инновационного пути развития государства не может быть достигнута без создания благоприятных экономических условий для наукоемких предприятий, поэтому содействие среднему и малому бизнесу в создании производств с новыми технологиями и высокотехнологичных производств является основной целью создания индустриально-технологических парков.

Сегодня инновации являются общепризнанным двигателем экономического развития в любой стране. В свою очередь, такие объекты, как промышленные, технологические и научные парки, кластеры и просто инновационные предприятия, являются национальными опорами для формирования этого инновационного развития.

Список использованных источников

1. Аскаршоев, А.А. Технопарк. Роль технопарков в развитии России / А.А. Аскаршоев, Д.И. Тереладзе // Проблемы эффективного использования научного потенциала общества: сб. статей Междунар. науч.-практ. конф., Уфа, 18 июня 2017 года. – Уфа: ООО «ОМЕГА САЙНС», 2017. – С. 17–20.
2. Оголева, Л.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Л.Н. Оголева. – М.: ИФРА-М, 2004. – 238 с.
3. Сакун, А.С. Национальные стратегии развития технопарков / А.С. Сакун // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 4 (355). – С. 57–67.

УДК 331.5

РЫНОК ТРУДА: ПОПЫТКА ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОСМЫСЛЕНИЯ

А.В. Шеметовец, студент

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Рынок труда является одним из элементов рыночной экономики, которая представляет собой совокупность экономических субъектов и взаимосвязанных рынков, таких как: рынок товаров и услуг, рынки факторов производства и т.п. Сам же рынок, по определению С. Ю. Солодовникова, «представляет собой специфическую форму организации хозяйственной жизни общества, един-

ство товарного и денежного обращения, посредством которого он оказывает воздействие на общественное производство и весь воспроизводственный процесс, информируя участников экономических отношений об их желаемом (оптимальном) хозяйственном поведении» [1, с. 83].

Понятие “рынок труда” можно сформулировать так: система отношений между работниками и работодателями, которые складываются на определенных условиях использования рабочей силы. То есть основными субъектами рынка труда являются работники, которые предоставляют свой труд, работодатели, которые нуждаются в нем, ассоциации работодателей, профсоюзы и государство. На таком рынке действует закон спроса и предложения на рабочую силу. Спрос отражает необходимость работодателя в квалифицированных сотрудниках на свое производство для создания различных благ и услуг. Предложение включает численность населения, которые предоставляют свой труд. Такая часть населения страны, которая способна производить материальные блага и услуги благодаря своим навыкам и умственным способностям называется трудовыми ресурсами. Трудовые ресурсы складываются из тех, кто уже занят в производстве материальных благ и услуг, и безработных – тех, кто может и хочет работать, но не может найти работу в определенный период времени. Если же величина предложения превышает величину спроса, то такое явление называется безработицей. Е. В. Ванкевич о безработице в Беларуси на 2014 г. пишет следующее: «И действительно, главной особенностью белорусского рынка труда является необычайно низкий уровень официальной безработицы, который вкупе с растущим количеством свободных рабочих мест и вакансий должен свидетельствовать о достигнутом равновесии на рынке труда» [2, с. 104]. В 2022 уровень безработицы в Беларуси в соответствии с методологией Международной организации труда снизился до 3,6% от общего числа работников. Для сравнения: в 2021 году данный показатель составлял 3,9%, а в 2020 году - 4%. Таким образом, уровень безработицы страны уменьшается и приобретает положительный характер.

Роль государства на рынке труда состоит в следующем: государство устанавливает минимальную заработную плату, продолжительность рабочего дня, создает благоприятные условия для развития трудовых отношений в стране. Государство осуществляет регулирование рынка труда, т.е. проводит комплекс мер, который влияет на социально-экономические процессы, протекающие в государстве. Основными задачами являются: стабилизация уровня населения, повышение конкурентоспособности на рынке труда и рациональное распределения трудовых ресурсов, т. к. «весомым фактором, препятствующим эффективному формированию трудоворесурсного потенциала страны, является территориальная неравномерность размещения трудовых ресурсов. Почти 40 процентов ресурсов приходится на Минск и Минскую область» [3, с. 56].

Как и все рыночные цены, заработная плата формируется в итоге взаимодействия спроса, который предъявляют работодатели, и предложения, формируемого наемными работниками. Заработная плата работника зависит от его квалификации, количества выполняемого им труда, вида трудоспособности, сложности его деятельности и других факторов. На заработную плату влияет уровень спроса и предложения, чем выше спрос на специалистов в какой-либо сфере, тем более высокую зарплату готовы платить работодатели. Для расчёта оплаты труда необходимо знать тарифную ставку. Тарифная ставка зависит от разнообразных факторов, например: количество отработанных часов и выполненный объем работ. Принято различать два типа оплаты труда: реальную и номинальную оплату. Номинальная оплата труда представляет собой сумму денежных средств, полученную за выполненную работу, а реальная оплата труда – это величина товаров и услуг, которые можно приобрести на заработанные деньги. Если происходит рост цен и уровень инфляции растет, то это приводит к тому, что номинальная заработная плата увеличивается, а реальная снижается.

Таким образом, рынок труда – это система отношений между работодателями и работниками, которые складываются на определенных условиях использования рабочей силы. Из всего выше сказанного следует, что отличительной особенностью данного рынка является его товар – рабочая сила.

Состояние данного товара характеризуется квалификацией, численностью, а использование труда оценивается качеством и количеством произведенных материальных средств и благ.

Список использованных источников

1. Современная политэкономия: учебное пособие / В. Г. Гусаков [и др.] ; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: РИВШ, 2022. – 464 с.
2. Ванкевич, Е. В. Гибкость рынка труда: единство макро- и микроподходов / Е. В. Ванкевич. – Витебск : Витебский государственный технологический университет, 2014. – 198 с.
3. Боровик, Л.С. Занятость населения Беларуси: современные тенденции и проблемы / Л. С. Боровик, Н. Н. Привалова // Экономический бюллетень Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. – 2022. № – 12. – С. 55 – 63
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]

УДК 330.837

РАЗВИТИЕ МОДЕЛИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

А.А. Шиманская, 3 курс

Научный руководитель – Ю.А. Рыбалко, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Со времени своего возникновения, институциональная экономика использовала модель экономического человека, что было обусловлено необходимостью исследования проблемы выбора и мотивации человека в хозяйственной деятельности. Моделями человеческого поведения пользовались такие экономисты, как: К. Маркс, А. Смит, Д. Рикардо и т.д.

Рассмотрим несколько моделей поведения человека с точки зрения различных исследователей в таблице.

Таблица – Модели поведения человека

Зигварт Михаэль Линденберг			
	Социологический человек		Экономический человек
Отличительные особенности	Индивидуальное поведение человека имеет ролевой характер и полностью контролируется обществом		Человек имеет мнение относительно разных сторон окружающего его мира, восприимчив к влиянию окружения, однако действует в соответствии со своим мнением
Макс Вебер			
Типы поведения	Отличительные особенности		
Целерациональное поведение	Продуманное использование условий и средств для достижения поставленной цели		
Ценностно-рациональное поведение	Использование условий и средств для достижения, заданных извне целей, которые определены верой в самодовлеющие ценности (религиозные, эстетические, идеологические);		
Традиционное поведение	Цели и средства заданы извне, носят традиционный характер, а в основе поведения лежит длительная привычка или обычай		
Аффективное поведение	Цели и средства не выделяются, а поведение обусловлено эмоциональным состоянием индивида, его непосредственными чувствами, ощущениями		
Познавательные предпосылки в новой институциональной экономической теории			
Оливер Уильямсон			
	Формы рациональности		
	Максимизация	Ограниченная рациональность	Органическая рациональность
Отличительные особенности	Выбор наилучшего варианта из всех имеющихся альтернатив	Субъекты в экономике стремятся действовать рационально, но в действительности обладают этой способностью лишь в ограниченной	Слабая рациональность процесса

		степени	
Мотивационные предпосылки в новой институциональной экономической теории			
Формы мотивации			
	Оппортунизм	Простое следование своим интересам	Послушание
Отличительные особенности	Сильная форма мотивации. Следование своим интересам, в том числе обманным путем, (обман, ложь, воровство, мошенничество), но не ограничиваясь ими	Полусильная форма мотивации. Стороны вступают в процесс обмена, заранее зная исходные положения противоположной стороны	Слабая форма мотивации. Исключается всякое проявление собственного интереса
Олейник Александр Николаевич			
Черты идеального участника сделок на неоклассическом рынке			
Он должен быть целерационален	Его действия должны быть подчинены задаче максимизации удовольствия, полезности	Участник сделки должен испытывать чувство эмпатии в отношении к другим участникам сделки	Между участниками сделок на рынке должно существовать доверие, которое необходимо для реализации этих сделок

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [1-5].

Таким образом, можно судить о многогранности человеческого поведения. Человек быть подвержен различными факторами, в том числе разной степени мотивации и рациональности. Вопреки всему, проблема экономического поведения не имеет окончательной трактовки и решения, учитывая невозможность позиционирования какой-либо модели в качестве ортодоксальной. Многие модели далеки от реалий экономической жизни, а также ожиданий обывателей, что предопределяет неизбежность модификаций в отношении институциональной экономики.

Список использованных источников

1. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 416 с. – (Серия «Высшее образование»)
2. Герберт А. Саймон: Человек рациональный. Разум в жизни человека. Campus-Verlag, Франкфурт / Нью-Йорк 1993
3. Работы М. Вебера по социологии, религии и культуре / ИНИОН, Всесоюзный межведомственный центр наук о человеке при президиуме АН СССР. – Вып. 2. – М.: ИНИОН, 1991.
4. Уильямсон О. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа // Theisis. – 1993. – Т. 1. – Вып. 3. – С. 39–49.
5. Чашин В.В. Очерки теории и истории экономического оппортунизма: монография / В.В. Чашин. – М.: Кнорус, 2014. – 320 с.

УДК 338.46:004

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ

В.В. Шурхай, 2 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Тема цифровых технологий в последнее время набирает все большее значение. Особенно это актуально в сфере услуг. Сфера услуг, используя цифровой формат, развивается довольно стремительно по сравнению с другими отраслями экономики. Компании стали активно разрабатывать цифровые проекты для привлечения большего количества потребителей в сфере услуг.

Однако не все представители данного бизнеса до конца понимают, какие преимущества несет в себе цифровая трансформация, считая, что это частные случаи замены некоторых бизнес-процессов определенными цифровыми технологиями или сервисом [1, с81].

Между тем, полное понимание значимости цифровой трансформации наступает во время пандемии, падения цен на нефть, изменения валютного курса, так как данные факторы напрямую влияют на экономику страны.

Исходя из этого вытекает два мнения специалистов. Одни склоняются к тому, что кризисные ситуации приведут к росту цифровых процессов. Другие же, наоборот, считают, что из-за возникновения кризисных ситуаций у предприятий не окажется средств для данных процессов.

Внедрение цифровых технологий в сферу услуг требует финансовых вложений, которые не каждая фирма имеет. При чем каждая фирма сама принимает для себя решение, от которого зависит ее дальнейшая конкурентоспособность.

Положительной стороной цифровой трансформации является повышение эффективности организаций, а также увеличение эффективности бизнес-процессов, что непосредственно влияет на стабильность предприятия на рынке.

Однако для проведения цифровизации на предприятиях требуется большое количество актуальной и качественной информации. Это и является ключевым недостатком цифровизации.

Ведущую роль в области цифровых услуг занимает ИТ-сфера. Все больше и больше организаций используют маркетплейсы, создают собственные сайты, а так же ведут страницы в социальных сетях для продвижения своей продукции или услуг. Наибольшую роль для решения данных задач играет телекоммуникационный сектор, где большую часть рынка занимает беспроводная передача данных.

Кроме этого, важнейшую роль в области цифровых услуг играет сотрудничество, способствующее модернизации и продвижению продукции. Разработка совместных проектов или стартапов позволяет исследовать, а так же занять большую часть рынка.

Результатом правильного внедрения цифровых технологий являются увеличение клиентов, повышение узнаваемости бренда, улучшение производительности.

Примером крупной организации в Республике Беларусь можно назвать онлайн-гипермаркет “21vek.by”. Большинство покупок здесь происходит онлайн: через мобильное приложение или браузер. Гипермаркет имеет множество пунктов выдачи и два крупных складских помещения на территории Беларуси. Главным достоинством является то, что клиент сам может выбрать удобный для него способ доставки, а именно заказать курьера или прийти самому в пункт выдачи заказов в удобное для него время. Так же в условиях пандемии гипермаркетом был предложен способ бесконтактной доставки заказа [2].

Вторым примером можно назвать платежную систему “Оплати”, которая применяется для онлайн-покупки проездного билета в городских автобусах. Оплата в данном приложении происходит на основе сканирования QR-кода, который имеет каждое транспортное средство. Кроме покупок билетов на городской транспорт, платежной системой пользоваться и для других целей: совершать денежные переводы, совершать покупки у организаций-партнеров.

Кроме этого в Республике Беларусь правительством принимаются различные государственные программы по развитию цифровых технологий в стране. На данный момент в республике проходит государственная программа “Цифровое развитие Беларуси”, принятая на 2021-2025 года. Данной программой предусматривается выполнение мероприятий по созданию современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, внедрению цифровых инноваций в отраслях экономики и технологий «умных городов», а также обеспечению информационной безопасности. Всего в Государственной программе 6 подпрограмм, 84 мероприятия, 32 заказчика. [3].

По результатам 2021 года в ходе данной программы прослеживаются положительные результаты по следующим показателям (таблица).

Таблица – Динамика основных показателей в рамках государственной программы

Показатель	План	Факт	Процент выполнения
Увеличение пропускной способности Единой республиканской сети передачи данных по отношению к 2020 году	20%	21,70%	108,50
Охват населения Республики Беларусь услугами сотовой подвижной электросвязи по технологии LTE (4G)	89,40%	97,40%	108,95

Источник: собственная разработка на основе [3]

По данным таблицы видно, что в Республике Беларусь большое внимание уделяется качеству мобильного интернета и его пропускной способности.

Помимо этого, в рамках программы начата подготовка образовательной платформы для повышения «цифровой грамотности» населения страны.

Цифровизация сферы услуг также способствует выходу на мировой рынок. Большинство компаний имеют собственные интернациональные сайты, расширения для браузеров и мобильные приложения.

Подводя итоги, можно сказать, что цифровизация сферы услуг способствует большему взаимодействию субъектов рынка сферы услуг, повышению клиентоориентированности. Кроме того, снижается время на получение услуг, что напрямую влияет на пропускную способность организации, а так же увеличение рентабельности.

Список использованных источников

1. Техничко-технологические проблемы сервиса №4(54) 2020 [Электронный ресурс] / Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-sfery-uslug-v-novyh-usloviyah> – Дата доступа: 27.03.2023
2. Онлайн-гипермаркет 21век [Электронный ресурс] / Режим доступа <https://www.21vek.by> – Дата доступа: 31.03.2023
3. Министерствосвязи и информатизации Республики Беларусь [Электронный ресурс] / режим доступа <https://www.mpt.gov.by/ru/bannerpage-gosprogramma-cifrovое-razvitie-belarusi-na-2021-2025> - Дата доступа: 29.03.2023
4. Оплати [Электронный ресурс] / Режим доступа <https://www.o-plati.by/accept-payments> - Дата доступа: 28.03.2023

УДК 338.48

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

А.С. Щербак, 2 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В наше время большинство стран рассматривают туризм как весомую отраслевую часть мирового хозяйства. По результатам многочисленных исследований можно понять, что туризм имеет не только положительный вклад в экономику стран, но и выявляет наличие нежелательных экономических, социокультурных и экологических последствий. Поэтому на первый план выходят вопросы создания условий для обеспечения устойчивого развития туризма в рамках определенной территории.

Само определение устойчивости возникло в результате массового экономического развития общества и, как следствие, возникновения экологических проблем в виде истощения и ухудшения окружающей среды, вызванных расточительным потреблением ресурсов деятельностью человека. Именно поэтому термин «устойчивость» сначала использовался для описания экологических показателей, их неизменного состояния, сохранения для будущих поколений посредством организованных и целенаправленных профилактических и защитных мероприятий [1].

Устойчивый туризм подразумевает большую социальную ответственность, выполнение обязательств по отношению к природе, а также вовлечение местного населения во все процессы, связанные с управлением туристической деятельностью.

Природный фактор исторически является основой развития рекреации и туризма, влияющий на эффективность формирования туристического рынка. Загрязнение природы заставляет искать места с лучшей экологией, так как люди хотят во время отдыха улучшить своё здоровье. Поэтому чаще месторасположение оздоровительных комплексов приходится возле лесов, подальше от суеты города и автомагистралей, чтобы дать возможность комфортного и спокойного отдыха.

Постоянное влияние на развитие сферы туризма оказывают демографические факторы, которые касаются численности населения, половозрастной структуры, семейного положения и состава

семьи. Можно понять, что увеличение численности населения в мире в целом и по отдельным областям прямо влияет на рост туристов. Наличие в семье детей также оказывает воздействие на развитие туризма. По данным переписи населения 2019 года, в Беларуси насчитывалось 1 млн 143 тыс семей с детьми и 679 748 супружеских пар без детей [2].

Исходя из этого можно понять, что семьи без детей заинтересованы в оздоровлении, лечении, путешествии и т.д., семьям с маленькими детьми актуальнее возможность того или иного туристического комплекса организация досуга их малышей. Отсюда делаем вывод, что туристические предприятия развивают свою инфраструктуру, тем самым расширяясь.

В рамках организации и формирования эффективной работы в индустрии туризма большая роль принадлежит политико-правовому фактору. Так как политический режим и стабильность в стране главным образом влияют на изменения въездных и выездных потоков [3].

За 2019 год Беларусь посетило 405 472 человека, а в 2021 году – 81 000 человека. Такой резкий спад туристов характеризуется пандемией COVID-19. В этот период многие государства закрыли границы, что повлекло за собой уменьшение потока туристов во все страны, в том числе и Республику Беларусь [2].

Туризм подвергается воздействию группы экономических факторов в связи с тем, что рост развития туризма и состояние экономики находятся во взаимосвязи друг с другом. Развитие страны в экономическом плане подразумевает уровень материального положения населения, величину, что непосредственно влияет и напрямую зависит одно от другого. Следовательно, страны, с высоким уровнем развития экономики, имеют преимущество на мировом рынке, и занимают лидирующие позиции по количеству совершения поездок и приобретению туров своими гражданами [4].

Социально-культурный фактор влияет на эффективность деятельности предприятий и организаций индустрии туризма, так как в разных странах различное восприятие ценностей, традиций и т.д. Туристы посещают разные страны с целью изучения различных культур и национальных особенностей. Как правило, предлагают новые виды дополнительных услуг. В последнее время открываются новые направления туристских потоков. Возрастают требования туристов к местам посещения, они стремятся к новым ощущениям, изучению неизведанных народов и стран. Многие жители Республики Беларусь выбирают те места отдыха, где есть море или горы, так как расположение нашей страны не имеет прямого выхода к побережьям и для наших людей это уже считается чем-то интересным и новым. В свою очередь иностранцы, прибывшие в Беларусь, могут насладиться богатой историей и культурой страны, получив эстетическое удовольствие.

Технологические факторы, связанные с прогрессом в технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов. Развитие науки и техники способствует совершенствованию средств массового производства туристских услуг (гостиничного хозяйства, транспорта, бюро путешествий).

В городе Бобруйске есть один яркий пример, который позволяет увидеть, как современные технологии помогают развитию туризма. Ледовый дворец «Бобруйск-арена».

В 2008 году на территории старой крепости открылся самый крупный в Беларуси Ледовый дворец. По замыслу городских властей, фортификационные сооружения Бобруйской цитадели должны быть восстановлены. Реконструированные и отреставрированные здания будут использованы в комплексе сооружений Ледового дворца, «что позволит вдохнуть новую жизнь в редюиты, башни, форты и с гордостью взглянуть на страницы истории Бобруйской крепости». Так же Бобруйский ледовый дворец можно отнести к социально-культурным рекреационным ресурсам, т.к. в нем предусмотрены не только места для занятия спортом, но и места для отдыха, например, сауна.

Таким образом, исследование и оценка мирового опыта формирования индустрии туризма позволило выделить факторы, влияющие на её эффективную деятельность по критериям определённости и степени риска. Первая группа терминированных факторов, характеризуется определённой и относительно невысокой степенью риска: природный, социально-культурный, демографический, трудовой. Вторая группа вероятностных факторов связана с неопределённостью и высокой степенью риска: экономический, политико-правовой, технологический, международный. Такой подход обусловлен тем, что развитие туризма имеет объективную основу из-за неопределённости внешней среды и субъективную, связанную с особенностями формирования инфраструктуры.

Список использованных источников

1. Экономический журнал. Вестник Ростовского государственного экономического университета [Электронный ресурс] / О.А. Береза, Подходы к исследованию устойчивого развития туристско-рекреационной отрасли на региональном уровне. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-issledovaniyu-ustoychivogo-razvitiya-turistsko-rekreatsionnoy-otrasli-na-regionalnom-urovne>. Дата доступа: 22.03.2023.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/46f/46f64b38d0f1d0895d79b8c1c_a8489aa.pdf. Дата доступа: 27.03.2023.
3. Концепт. Научный журнал на тему: социальные и гуманитарные науки [Электронный ресурс] / М.М. Романова, Факторы, влияющие на развитие индустрии туризма. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyayuschie-na-razvitie-industrii-turizma>. Дата доступа: 24.03.2023.
4. Научный журнал NovaInfo [Электронный ресурс] / А.В. Столяренко, Воздействие экономических факторов на развитие туризма. – Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/11451>. Дата доступа: 25.03.2023.
5. Научный журнал. Сервис в России и за рубежом [Электронный ресурс] / М.В. Якименко, Идентификация факторов, определяющих условия для функционирования туристско-рекреационного комплекса территории с позиции устойчивого развития. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/identifikatsiya-faktorov-opredelyayuschih-usloviya-dlya-funktsionirovaniya-turistsko-rekreatsionnogo-kompleksa-territorii-s>. Дата доступа: 22.03.2023.

УДК 657.1.011.56

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ф.М. Юркевич, 3 курс

Научный руководитель – А.Г. Ефименко, д.э.н., профессор

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Развитие цифровой экономики тесно связано с развитием информационно-коммуникационных технологий. Основными направлениями развития цифровой экономики является совершенствование условий, содействующих трансформации различных сфер деятельности под воздействием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые исследуют как совокупность методов, производственных процессов, программно-технических средств и их интеграция с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения, последующего использования информации в интересах ее пользователей. Применение цифровых технологий улучшает инвестиционный и деловой климат благодаря повышению доступности и эффективности государственных услуг, эффективному менеджменту в организациях, прозрачности условий ведения бизнеса и развитию цифровой экосистемы. Формирование цифровой экосистемы является частью стратегии деятельности организаций (это создание совместных предприятий, развитие проектов, партнерство с организацией с целью доступа к ресурсам и др.), в основе которой создание цифровой платформы с целью повышения конкурентоспособности.

Методология формирования рейтинга стран по уровню развития цифровой экономики состоит из иерархической трехуровневой модели: готовность стран к внедрению новых цифровых технологий, интенсивность применения цифровых технологий в экономике и влияние цифровых технологий. На данном этапе существует множество мировых рейтингов и индексов оценки уровня цифровизации. Индекс цифровой экономики и общества (*DESI*) – комплексный количественный показатель анализа цифровой эффективности, который включает исследование связи, интеграции цифровых технологий, электронной коммерции, доверия, безопасности и конфиденциальности, использования интернета, человеческого капитала, цифровых государственных услуг и обеспечения цифрового управления. Европейская комиссия ежегодно оценивает состояние цифровизации стран Европейского союза по данному индексу [1].

В странах Европейского Союза на данном этапе новая промышленная политика определяет ключевые факторы промышленной трансформации и ставит целью поддержания глобальной конкурентоспособности промышленности на внешних и внутренних рынках; превращение Европы до 2050 года в климатически нейтральную часть света и достижение цифрового лидерства в мире, что свидетельствует о новом качестве экономического роста и новой экологической модели. Евросоюз является одним из мировых лидеров по проникновению цифровых технологий в общество и экономику – это три страны ЕС из пяти: Швеция (3 место), Дания (4 место) и Финляндия (5 место).

Цифровая экономика стала катализатором торговли в ЕС и обеспечила в последние годы около трети роста промышленного производства. В 2015 году страны одобрили стратегию создания Единого цифрового рынка ЕС. Концепция «Цифровая Европа» является частью стратегии развития единого цифрового рынка, что позволит создать «сертифицированную, безопасную и устойчивую инфраструктуру». Область цифровых технологий (индустрия 4.0, искусственный интеллект (AI), интернет вещей (IoT)) обладают огромным потенциалом для инноваций, которые оказывают огромное влияние на развитие промышленности и на создание бизнес-моделей на цифровых платформах [2].

На развитие цифровой экономики различных стран влияют различные факторы: уровень предложения – наличие доступа к интернету и степень развития инфраструктуры; спрос потребителей на цифровые технологии; институциональная среда (политика государства, законодательство, ресурсы) и инновационный климат – инвестиции в R&D (Research and Development) и в digital-стартапы. Применяя данные оценочные показатели к 90 странам, представлен рейтинг развития цифровой экономики (Digital Evolution Index) выявлены четыре категории экономики стран: выделяющиеся (США, Сингапур, Гонконг, Южная Корея, Тайвань, Германия, Эстония, Израиль, Чешская Республика, Малайзия, Литва и Катар), стабильные (Швеция, Великобритания, Нидерланды, Япония, Канада), прогрессивные (Россия, Китай, Индия, Индонезия и Польша) и нестабильно развивающиеся [1].

Республика Беларусь расположена в центре Европы и относится к числу восточноевропейских государств, территория которой составляет 207,6 тыс. квадратных километров. В 2018 году по результатам мониторинга данных стран цифровой экономики и общества Республике Беларусь дана оценка 4 (максимальное значение 5). Одной из важнейших задач реализации Государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы является развитие инструментов цифровой экономики в различных отраслях национальной экономики, предусматривающих применение передовых производственных технологий в производстве и процессах ведения внешнеэкономической деятельности, формирование необходимых условий для сохранения и повышения конкурентоспособности белорусских предприятий на мировом рынке [3].

Согласно исследованию Международного союза электросвязи ООН Беларусь поднялась на 32 место в рейтинге по индексу развития ИКТ (в 2017 году – 34 место), который равен 7,59 (7,55 – в 2017 году). Республика Беларусь четвертый год входит в ТОП-10 экономик мира с наибольшей динамикой роста показателей ИКТ, характеризующей как технический уровень развития современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, так и как инфраструктура используется обществом, бизнесом и государством. По рейтингу GSMA Mobile Connectivity Index в 2018 году Беларусь имеет 66,4 пунктов из 100 (инфраструктура мобильной связи – 60,8; доступность (в экономическом плане) устройств и услуг – 64,0; готовность потребителей покупать их – 85,9; доступность релевантного контента и услуг – 58) и 60 место в рейтинге (35 место – в Европе). Республика Беларусь обладает высоким уровнем развития человеческого капитала, занимая в данной сфере 53 место в мире по оценке ООН. По данным Всемирного банка Беларусь занимает 45 место из 146 стран мира в индексе знаний и 30 место – в индексе образования. В Глобальном индексе инноваций за 2016-2020 годы Республика Беларусь поднялась с 78 на 46 место и в этом индексе занимает 32 место по показателю «результаты научно-технологической деятельности» и 15 место по показателю «создание нового знания». При этом по количеству заявок на патенты и полезные модели от резидентов Беларусь занимает, соответственно, 7 и 3 места (8,9 и 6,3 единиц на млрд. долл. США валового внутреннего продукта) [4].

Проведенный анализ показал, что в 2020 году по сравнению с 2016 годом увеличился удельный вес отгруженной продукции (работ, услуг) собственного производства организациями-резидентами парка высоких технологий (ПВТ) в общем объеме отгруженной продукции на 23%. За данный период вырос удельный вес экспорта услуг сферы ИКТ организаций-резидентов ПВТ в общем объеме экспорта услуг сферы ИКТ на 18,5 %. В Республике Беларусь в 2020 году по сравнению с 2016 годом темп роста чистой прибыли организаций сектора ИКТ составил 167,3 %. В 2020 году рентабельность продаж составила 18,7 %, что по сравнению с 2016 годом выше на 0,1 %. За исследуемый период выросла доля товаров сферы ИКТ в общем объеме экспорта товаров на 0,3 % и доля услуг сферы ИКТ в общем объеме экспорта услуг – на 13,9 %.

Таким образом, развитие цифровой экономики Республики Беларусь является ключевым фактором роста прибыли, валового внутреннего продукта, валовой добавленной стоимости и получения синергетического эффекта за счет полной автоматизации процессов, внедрения современных бизнес-моделей и цифровых технологий.

Список использованных источников

1 Index digital economy and society (DESI) 2020 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://eufordigital.eu/ru/library/digitaleconomy-and-society-index-desi-2020>. – Date of access: 11.01.2022.

2 Европейский союз в мировом хозяйстве: проблемы конкурентоспособности / под общей ред. Е.С. Хесина; отв. ред. Ю. Д. Квашнин, М.В. Клинова, А.А. Невская, Е.С. Хесин. – М.: ИМЭМО РАН, 2020. – 317 с.

3 Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 гг. // Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 02.02.2021. – № 66 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by>. – Дата доступа: 04.01.2022.

4 Гнатюк, С.Н. Цифровая экономика как драйвер устойчивого развития Беларуси / С.Н. Гнатюк // Современные проблемы и пути повышения конкурентоспособности бизнеса: материалы междунар. науч.-практ. конф. – М.: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Ин-т бизнеса и дизайна», 2020. – С. 8–17.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

УДК 658.8

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

К. Артёмчик, П. Альферович, 1 курс

Научный руководитель – Ю.О. Тихоновская, магистр эконом. наук

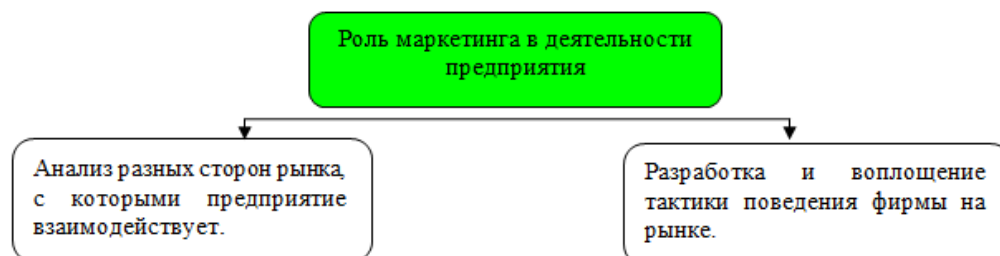
Полесский государственный университет

В наши дни маркетинг является неотъемлемой частью всего экономического процесса. Важным требованием становится информация о том, кто именно считается окончательным покупателем, и навык предприятия грамотно реагировать на изменение его требований. Если компания не будет учитывать все эти факторы, то рост предприятия будет невозможен. Безоговорочным является тот факт, что предприятие должно изучать новые возможности для продажи товаров или услуг, учитывать интересы и запросы покупателей, повышать престиж своего продукта на рынке. Данное экономическое поведение обычно ассоциируется именно с маркетингом.

Согласно определению Ф. Котлера, маркетинг – это «наука правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей посредством создания у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании», а также «упорядоченный и целенаправленный процесс осознания проблем потребителей и регулирования рыночной деятельности» [1].

Цель данной работы – доказать, что предпринимательская деятельность не может существовать без маркетинга.

Маркетинг в предпринимательской деятельности может рассматриваться как социально-экономическая система, являющаяся составляющей системы более высокого иерархического уровня и, в первую очередь, собственно предпринимательской структуры, которая также является социально-экономической системой [2].



Основным принципом организации службы маркетинга является лозунг **«Маркетинг для фирмы, а не фирма для маркетинга»**. Данное означает, что отдел маркетинга должен постоянно развиваться и подстраиваться под цели, задачи и особенности функционирования фирмы, в наибольшей мере обеспечивая ей оптимальные условия рыночной деятельности. При этом стоит учитывать, что в настоящее время любая прогрессивная фирма часто перестраивает свою организационную структуру. По этому поводу высказался японский предприниматель К. Мацусита: «Если фирма не перестраивается и не изменяет свою структуру хотя бы раз в год, её положение на рынке будет весьма сложным».

В современном мире компания может добиться успеха лишь в случае, когда она «слышит своего покупателя». А удовлетворив максимальное количество потребностей – сможет тем самым повысить свою эффективность. Исследованием поведения потребителя как раз и занимается маркетинг. Таким образом, к основным функциям службы маркетинга относят:

- выбор выгодных рынков;

- анализ рыночной ситуации, прогнозирование рынков;
- разработку и реализацию стратегии и тактики, маркетинга;
- разработку маркетинговых программ и обеспечение их реализации;
- разработку товарной, ценовой и сбытовой политики;

Распространившейся тенденцией мирового маркетинга является франчайзинг. Суть его заключается в том, что фирмам предлагается выпускать продукцию под товарной маркой какой-либо крупной, известной компании с предоставлением оборудования, технологий взамен на часть получаемой прибыли. В Беларуси по такому принципу работает множество различных фирм, а именно: рестораны Papa John's Pizza, KFC, магазины одежды и обуви ZARA, Columbia, Mango, Твоё и многое другое. С помощью проведения профессиональных маркетинговых исследований и правильного применения их на практике, фирмы имеют все шансы увеличить свою рентабельность, а следовательно, и эффективность.

Подводя итоги, можно смело сказать: маркетинг – это неотъемлемая часть предпринимательской деятельности! Для непрерывного развития организации необходимо стимулировать средства, благодаря которым будет осуществляться обновление, совершенствование и расширение производства. Без маркетинговых исследований, предприятие никогда не будет успешно существовать.

Список использованных источников

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – СПб. : Питер, 2018. – 848 с.
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 419 с.

УДК 005

ТЕХНИКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

А.В. Борисевич, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, магистр экон.наук
Полесский государственный университет

Современная наука в области принятия управленческих решений поднялась на качественно новый уровень, на ее основе разработаны эффективные управленческие технологии, позволяющие решать сложные управленческие задачи, характерные для современных организаций: как крупных корпораций, так и для среднего и малого бизнеса. Значительную роль сыграло резкое увеличение объема информации, которую сегодня приходится учитывать при разработке управленческого решения, появление современной вычислительной техники с ее удивительными возможностями по оперированию и обработке больших массивов как количественной, так и качественной информации. В настоящее время современные технологии принятия управленческих решений являются жизненно важными для руководителя любого предприятия.

Принятие решения – это процесс определения наилучшего решения, обеспечивающего максимальную эффективность и успешность получения результата. Суть процесса принятия решения заключается в распределении личных ресурсов между множеством целей, в зависимости от их важности и полезности. Когда человек принимает решение, он выбирает самую важную на данный момент цель, начинает выполнять действия и тратить ресурсы для её достижения [1].

Для улучшения процесса принятия решения необходим научный подход к этому процессу, а также необходимы научные модели и количественные методы принятия решения.

Управленческое решение – это важнейший вид труда управленческого персонала, состоящий из целенаправленных, взаимосвязанных, обладающих логической последовательностью действий, обеспечивающих достижение задач управления [1]. Решение происходит с первоначального осознания целей и методов действий. Осознание основывается на информации о цели. Процесс осознания происходит на увязке цели и методов решения. Иногда количество целей очень велико и невозможно определить эффективный вариант решения. В таких моментах все решает волевой выбор.

Не каждый человек на предприятии сможет принимать эффективные решения. Поэтому существуют определенные условия:

-компетентность;

-ответственность за свои действия, а также необходимы полномочия. Обратимся к процессу принятия управленческих решений:

1. Выявление целей предприятия;
2. Определений проблем, которые могут появиться при решении цели;
3. Анализ проблем;
4. Исследование решений выявленных проблем;
5. Выбор оптимального решения;
6. Согласование, а также принятия решения в организации;
7. Подготовка и дальнейшее управление реализацией решения;
8. Исследование на эффективность полученного решения.

Но существует ряд факторов, которые могут повлиять на цепочку принятия управленческих решений:

- Личные интересы, качества управляющего;
- Среда, в которой находится менеджер;
- Риск;
- Ограничения в ресурсах.

Из всего этого можно сделать вывод, что менеджер, обладающим талантом в управлении предприятием, может результативно действовать даже в условиях ограниченности ресурсов и при малых объемах информации [2].

Наука об управлении, ее главная трудность содержится в том, что руководитель не может выбрать верное или правильное решение на производстве. Руководитель должен независимо от кого-либо выбрать решение и нести за него ответственность, поэтому необходима цель, чтобы видеть дальнейшие последствия при достижении данной цели. Из-за основной трудности в принятии УР могут возникнуть ошибки. Ошибки могут быть связаны с принятием одностороннего решения или принятое решение было обусловлено эмоциями.

Технология менеджмента подразумевает принятия УР, как процесс, состоящий из трех стадий: подготовка, принятие и реализация решения. На второй стадии можно оптимизировать решение. Оптимизация решения – то выбранное по какому-либо критерию оптимизации наиболее эффективное из всех альтернативных вариантов решение. Существуют методы оптимизации решение, такие как: анализ, прогнозирование, моделирование [3].

Таким образом, управленческое решение – это процесс многоступенчатый, представляющий из себя выбор приемлемых вариантов решения из множества других. Все решения на предприятии связаны с рисками. Риск может привести к закрытию предприятия.

Принятие управленческого решения – основная задача и повседневная обязанность менеджера любого уровня. Так как решения, принятые менеджером на предприятии, носят более распространённый характер (т.к. относятся ко всем работникам), отсюда следует, что ответственность менеджеров за УР очень велика.

Принятие решений – это основной сегмент управленческой структуры. Можно понимать, что принятие решение – это особый вид человеческой деятельности, который выделяется по своим особенностям, она направлена на выбор лучшего решения из альтернатив. Данное определение указывает на три элемента, возникающие в процессе выбора:

- Проблема;
- Человек;
- Альтернативы.

На стадиях принятия УР важную роль играет последняя стадия, т. к. только руководитель может принять решения независимо от обсуждения и согласования с коллективом [4].

Список использованных источников

1. Управленческие решения: технология, методы и инструменты: учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / П. В. Шеметов [и др.]. Москва, 2010. – 398 с.
2. Альтшулер А.И., Алгоритм повышения качества подготовки и принятия управленческих решений для менеджеров и специалистов // Экономический анализ: теория и практика, 2010. — № 37. — С. 30-35.
3. Анисимов О.С. Принятие управленческих решений: методология и технология / О.С. Анисимов. — М.: ФГОУ Рос. АКО АПК, 2009.
4. Белошапка В.А. Стратегическое управление / В.А. Белошапка, Г.В. Загорий. — К.: Абсолют, 2008.

УДК 339.137.2

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Булавина

Научный руководитель – **Г.В. Колосов**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Конечная цель любой коммерческой организации – получение и максимизация прибыли. Доход приносят потребители. В XXI веке возможности людей расширились. Теперь любой платежеспособный человек может приобрести продукцию или услуги в online и offline среде. Однако каждый потребитель сталкивается с выбором между множеством товаров и услуг. На рынке создается борьба между конкурентными предприятиями за предпочтение того или иного товара потребителем. Каждое предприятие принимает меры для повышения конкурентоспособности продукции для максимизации прибыли.

Конкурентоспособность продукции – это ее относительная характеристика, которая отражает отличие от товара конкурента, во-первых, по степени соответствия одной и той же общественной потребности, а во-вторых, по затратам на удовлетворение этой потребности. Под затратами понимается цена потребления, включающая затраты покупателя, связанные с приобретением товара, и все расходы, возникающие при его потреблении или использовании.

Гурков И.Б. определил конкурентоспособность продукции как способность быть более привлекательной для потребителя (покупателя) по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения, благодаря лучшему соответствию своих качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам.

Конкурентоспособность продукции определяется ее конкурентным преимуществом на внутреннем и внешнем рынках, что достигается на основе сочетания эффективного использования всех ресурсов с обеспечением относительно низких цен и высокого качества товара. Качество товара имеет спрос, удовлетворяет конкретные потребности покупателя, обеспечивает стабильность получаемой прибыли [1].

Однако в данном определении не предусмотрено то, что конкурентные преимущества могут предполагать и более высокие цены продукции, которые оправдываются предоставлением больших выгод для покупателя. Данные выгоды для покупателя представляют более высокое качество продукции, чем у конкурентов, реализующие товары по низкой цене.

Согласно определению Плясункова А.В., конкурентоспособность продукции – комплексная многоаспектная характеристика, отражающая способность продукции в течение периода ее производства соответствовать по качеству требованиям конкретного рынка (рынков), адаптироваться по соотношению качества и цены к предпочтениям потребителей, обеспечивать выгоду производителю при ее реализации.

Таким образом, конкурентоспособность с точки зрения потребителя – это более высокое по сравнению с аналогами-заменителями соотношение современных качественных характеристик продукции и затрат на ее приобретение при их соответствии требованиям определенного сегмента. С точки зрения производителя конкурентоспособность продукции – это достижение безусловной рентабельности в своей деятельности и создание положительного имиджа у своих потребителей.

На конкурентоспособность продукции влияют следующие группы факторов:

1. Нормативные;
2. Экономические;

3. Технические;
4. Организационные.

К нормативным факторам относят соответствие продукции различным нормативным актам, стандартам и правовым нормам. Примером может служить сертификация безопасности продукции на рынке. При соблюдении всех нормативных актов возрастает уровень доверия у потребителей к продукции.

Экономические факторы включают в себя ценообразование, затраты на эксплуатацию продукции или потребление услуги. В зависимости от вида товара и особенностей разн~~ой~~ целевой аудитории устанавливается разная цена. Например, если предприятие выпускает продукцию для массового потребителя, допустим, молоко, то наиболее приемлемой ценой будет более низкая, чем у конкурентов.

Технические факторы объединяют показатели качества продукции: органолептические, физико-химические, эргономические, экологические и др. Потребители решают, насколько продукция удовлетворяет их потребности. Задача предприятия состоит в том, чтобы улучшить свойства продукции для повышения качества, что способствует полному удовлетворению потребностей потребителей.

К организационным факторам относят сервис и послепродажное обслуживание. При предоставлении некачественного сервиса потребители останутся неудовлетворенны покупкой и предпочтут конкурентов. По этой причине важно обращать внимание на запросы потребителей и максимально удовлетворить качеством обслуживания.

Далее перейдем к рассмотрению способов улучшения групп факторов в online и offline среде.

Для совершенствования нормативной составляющей конкурентоспособности следует предоставлять в открытом доступе описание продукции с договором-оферты, копий свидетельств, лицензий и сертификатов качества, безопасности, размещение сертифицированных значков на упаковке продукции. Открытость правовой информации увеличивает доверие клиентов к маркетинговым сообщениям и повышает уровень привлекательности продукции из-за предоставления доказательств качества и безопасности продукции. Данную информацию можно размещать на сайте организации, упаковке продукции, а также предоставлять при желании потребителей. К примеру, на упаковке косметической продукции написано, что компоненты продукции не тестировались на животных, а данное заявление подкрепляет специальный знак. По этой причине при выборе клиент больше доверится продукции, в которой подтверждено качество продукции, чем конкурентам, у которых нет доказательств различных обещаний.

Для улучшения экономической составляющей конкурентоспособности принимаются различного рода скидки, устанавливается наиболее привлекательная цена для целевой аудитории. Кроме того, создаются условия для минимизации издержек потребителей, например, в виде предоставления бесплатной доставки. При этом стоит учитывать тот факт, что в некоторых случаях более высокая цена ассоциируется с соответствующим качеством продукции. Например, при предъявлении низкой цены и скидок на товары особого спроса снижается ценность продукции в глазах потребителей. При этом группы потребителей с низким доходом будут выбирать товары доступные для них самих. По этой причине предприятиям необходимо постоянно проводить анализ конкурентов, потребителей и понимать специфику предоставляемой продукции, чтобы повысить конкурентоспособность на рынке.

Для улучшения технических факторов необходимо проводить анкетирование, интервью с потребителями с целью выявления недостатков, преимуществ. Так исследование потребителей может дать понять на какие особенности продукции акцентировать внимание, чтобы привлечь как можно больше потребителей. Например, если провести анализ и выявить негативное влияние внешнего вида на спрос потребителей, то можно использовать полученные данные для модернизации упаковки продукции, тем самым, увеличить уровень конкурентоспособности. Кроме того, в рекламных сообщениях можно обратить внимание на преимущества продукции, которые являются приоритетными при выборе аналогичных товаров.

Для совершенствования организационных факторов необходимо улучшать технологию продаж, уметь работать с возражениями, предоставлять гарантию возврата продукции и поддержку потребителей. Важно отвечать на все интересующие вопросы потребителю в online и offline среде. Форма и условия приобретения, презентация товара, подбор товара, исходя из индивидуальных вкусов и

предпочтений покупателя, упаковка и доставка – всё это влияет на качество обслуживания клиентов. Клиентоориентированное общение с клиентами, мониторинг отзывов и удовлетворение нужд может способствовать развитию «сарафанного радио».

Стоило бы отметить другие факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции [2]:

1. Фактор времени;
2. Фактор масштаба;
3. Фактор новизны товара;
4. Имидж товара.

При совершенствовании перечисленных факторов повышается вероятность приобретения продукции предприятия.

Осуществление конкурентоспособности продукции по фактору времени осуществляется исходя из посылки «сегодняшний рубль дороже завтрашнего».

По фактору масштаба конкурентоспособность продукции можно за счет роста объема производства, что позволит снизить себестоимость продукции и повысить ее качество.

Обеспечение конкурентоспособности по фактору новизны товара осуществляется исходя из удовлетворения новых потребностей человека или удовлетворения уже существующих потребностей принципиально другим способом.

Имидж товара положительно или негативно может повлиять на конкурентоспособность продукции. Потребители захотят приобрести проверенный товар, который рекомендует окружение.

Таким образом, конкурентоспособность продукции – многоаспектное понятие, которое включает в себя множество факторов, оказывающих влияние: нормативные, экономические, организационные и технические группы факторов. Для повышения конкурентоспособности продукции следует выявлять и устранять недостатки каждого фактора.

Список использованных источников

1. Бушуева А.А. Анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность продукта организации// Молодые ученые. – 2021. – №2 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-faktorov-vliyayuschih-na-konkurentosposobnost-produkta-organizatsii> (дата обращения: 18.10.2022).

2. Павлов С.О. Факторы и методы повышения конкурентоспособности современной компании// Международный журнал прикладных наук и технологий. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-i-metody-povysheniya-konkurentosposobnosti-sovremennoy-kompanii> (дата обращения: 18.10.2022).

УДК 336.771.225

КОНКУРЕНЦИЯ СРЕДИ БАНКОВСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ПРЕДОСТАВЛЯЕМОЙ УСЛУГЕ: ПЛАТЕЖНАЯ КАРТА

В.А. Городецкая, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, м.э.н., ассистент

Полесский государственный университет

Комплексная оценка конкурентоспособности банка и его услуг это ключевой фактор успешной реализации конкурентной стратегии кредитной организации, как в позитивных, так и в неблагоприятных условиях макроэкономической среды. Отслеживая позицию своего банка относительно конкурентов, руководители и собственники учреждения могут правильно оценить конъюнктуру рынка и предлагать скрытые угрозы.

Конкуренция в банковской сфере представляет собой соперничество банковских организаций, заинтересованных в достижении одной и той же цели – продаже клиенту конкретной услуги.

Более подробно рассмотрим конкуренцию среди банковских организаций в предоставляемой услуге: платежная карта, в частности среди студентов.

Система интернет-банкинг обеспечивает банку следующие конкурентные преимущества:

- сокращение операционных издержек;
- отсутствие необходимости содержать дополнительные помещения, рабочие места и персонал, без которых нельзя обойтись при обслуживании клиентов традиционным способом;
- освобождение от жесткой привязки к конкретному месторасположению банка, что весьма удобно.

Сейчас трудно представить жизнь без пластиковых платежных карт. Все банки представляют большое количество различных банковских карт по разным ценам и характеристикам. Поэтому благодаря этому критерию мы можем определить конкурентную позицию ОАО «АСБ Беларусбанк» по предоставлению банковских карт с помощью построения позиционной карты рынка, используя такие критерия как цена и интегральный коэффициент (рис. 1).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что явными конкурентами в банковской сфере по услуге – платежные карты (Visa Classic) ОАО «АСБ Беларусбанк» является ЗАО «Альфа-банк» и ОАО «Белинвестбанк».

Платежная карта Visa Classic ОАО «АСБ Беларусбанк» имеет следующую характеристику:

Операции в М-банкинге и Интернет-банкинге:

- Получение наличных в бесконтактных банкоматах;
- Мгновенный выпуск;
- Интернет-покупки по всему миру.

Срок действия карты 2 года.

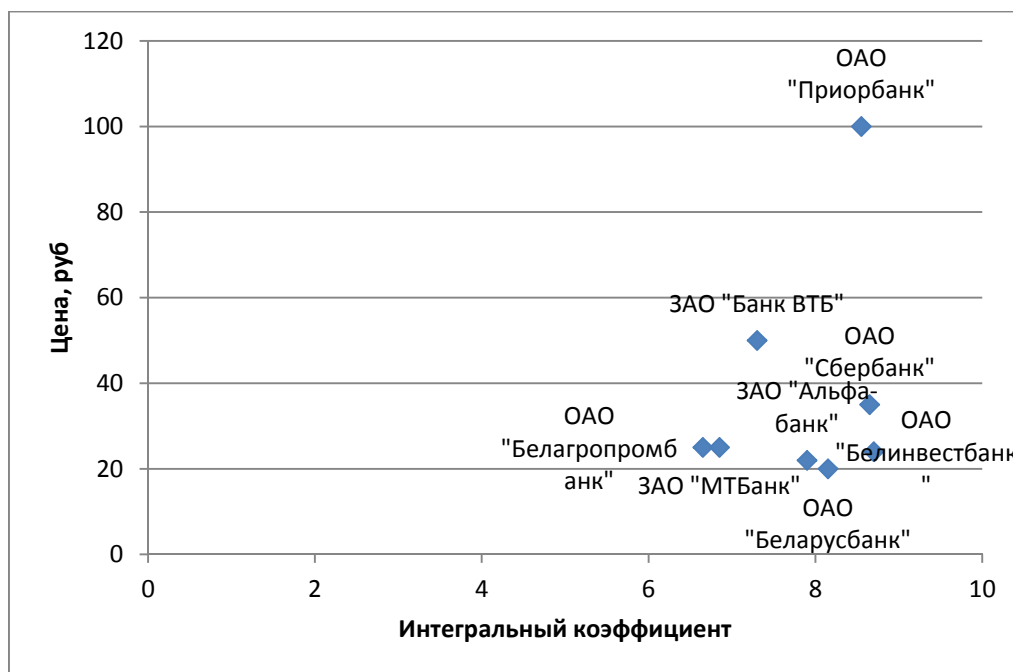


Рисунок – Позиционная карта рынка по услуге: предоставление платежной карты

Примечание – Источник: собственная разработка по данным [1-8]

Платежная карта Visa Classic ОАО «АСБ Беларусбанк» имеет следующую характеристику:

Операции в М-банкинге и Интернет-банкинге:

- Получение наличных в бесконтактных банкоматах;
- Мгновенный выпуск;
- Интернет-покупки по всему миру.

Срок действия карты 2 года.

На рынке платежная карта Visa Classic ОАО АСБ «Беларусбанк» является самый популярным и качественным продуктом в данной сфере.

Сейчас большинство банков стремятся привлечь студентов, для того, чтобы они пользовались уже услугами определенного банка. Осуществляя данную цель банки прибегают к предоставлению студентам банковских карт своего банка с подключением Интернет-банкинга.

ОАО «АСБ Беларусбанк» не стал исключением. Поэтому студенты Полесского государственного университета получают карты данного банка на время учебы в университете.

Тем самым они привлекают молодежь своими услугами.

В 2018 г. в Республике Беларусь появился инновационный карточный продукт– студенческая карта. Она представляет собой банковскую платежную карточку, совмещенную со студенческим

билетом. Это означает, что данная карта позволяет не только проводить безналичные операции, но и используется для доступа в учреждение образования, библиотеку, общежитие и т.д. ОАО «Белинвестбанк» первый выпустил платежную карту – студенческий билет, вслед за ним ОАО «АСБ Беларусбанк» разработал аналогичный продукт. Сравнение характеристик исследуемого инновационного банковского продукта представлено в таблице.

Таблица – Характеристики банковских продуктов «Студенческая карта» ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белинвестбанк»

	ОАО «АСБ Беларусбанк»	ОАО «Белинвестбанк»
Название продукта	Студенческая карта Visa Classic	Многофункциональная карточка для студентов ВУЗов
Дизайн		
Валюта счета	BYN	BYN
Стоимость в пакете услуг	Бесплатно	Бесплатно
Срок действия	4 года	4 года
EVM	+	+

Примечание – Источник: собственная разработка по данным [1-2]

Итак, можно сделать вывод, что студенческие карты ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белинвестбанк» по характеристикам не отличаются. Отличие несут в себе оформление как самой карты, так и Интернет-банкинга.

Обладание конкурентными преимуществами позволяет занять прочную позицию на рынке. Основными направлениями достижения конкурентных преимуществ являются дифференциация осуществляемой деятельности, расширение спектра предоставляемых банковских услуг и снижение величины затрат.

Список использованных источников

1. Официальный сайт ОАО «АСБ Беларусбанк» [Электронный ресурс] /Платежные карты ОАО «АСБ Беларусбанк» – Минск, 2023. – Режим доступа: https://belarusbank.by/ru/fizicheskim_licam/cards Дата доступа: 30.03.2023 г.
2. Официальный сайт ОАО «Белинвестбанк» [Электронный ресурс] /Банковские карты ОАО «Белинвестбанк» – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.belinvestbank.by/individual/cards> Дата доступа: 30.03.2023 г.
3. Официальный сайт ОАО «Беллагропромбанк» [Электронный ресурс] /Банковские карточки ОАО «Беллагропромбанк» – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.belapb.by/natural/cards/> Дата доступа: 30.03.2023 г.
4. Официальный сайт ОАО «Приорбанк» [Электронный ресурс] /Платежные карточки ОАО «Приорбанк» – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.priorbank.by/offers/cards> Дата доступа: 30.03.2023 г.
5. Официальный сайт ЗАО «Альфа-банк» [Электронный ресурс] /Банковские платежные карты ЗАО «Альфа-банк» – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.alfabank.by/cards/> Дата доступа: 30.03.2023 г.
6. Официальный сайт ЗАО «МТБанк» [Электронный ресурс] /Платежные карты ЗАО «МТБанк» – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.mtbank.by/mtbankfx/> Дата доступа: 30.03.2023 г.
7. Официальный сайт ЗАО «Банк ВТБ» [Электронный ресурс] /Банковские карточки ЗАО «Банк ВТБ» – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.vtb.by/cards> Дата доступа: 30.03.2023 г.
8. Официальный сайт ОАО «Сбербанк» [Электронный ресурс] /Банковские карты ОАО «Сбербанк» – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://www.sber-bank.by/page/card-main> Дата доступа: 30.03.2023 г.

С.С. Демедюк, 2 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Данная статья посвящена анализу и рассмотрению трендов туризма на конец 2022 года.

Целью написания работы является рассмотрение туризма в Республике Беларусь за 2022 год, а также его анализ и тренды.

Для белорусского туризма последние несколько лет выдались непростыми: пандемия в 2020 году запустила процесс трансформации отрасли, а геополитические события вокруг нашей страны его ускорили. При этом туризм пытается сохранить клиентов и сотрудников.

Сохраняется тренд на развитие внутреннего туризма. Организованные туры в последние годы становятся все менее популярными, акцент смещается на индивидуальный туризм, а значит, реальные цифры отличаются в большую сторону.

Одним из показателей являются данные Госпогранкомитета по количеству иностранцев, прибывших в страну. Так за 10 месяцев 2022 г. В Беларусь приехали 1 млн 163 тыс. человек (+22% к прошлому году). Важно понимать, что эта цифра не учитывает сухопутную границу с Россией. И даже при этом РФ остаётся лидером – из этой страны к нам прибыло 393 тыс. человек.

Интересная ситуация складывается с соседними странами, для граждан которых установлен безвизовый режим. Литва и Латвия в 2022 году увеличили потоки туристов в нашу страну в 7 раз. К примеру, из Литвы в Беларусь в 2022 году приехали 315 тыс. человек. Польша сохранила количество приезжающих на уровне 2021 года. Потоки из других западных стран снижаются.

На конец 2022 года в Республике Беларусь туристическую деятельность осуществляло 1203 организации, в 2021 году их услугами воспользовалось более 2 млн. организованных туристов и экскурсантов, в том числе 533,2 тыс. туристов и 1488,8 тыс. экскурсантов.

В 2022 году 1530,4 тыс. граждан Республики Беларусь путешествовали по турам в пределах страны, при этом в однодневных туристических поездках (экскурсиях) побывало 1401,8 тыс. человек.

Численность организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, выехавших за границу, составила 348,6 тыс. человек, численность организованных иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь – 143 тыс. человек.

Средняя продолжительность пребывания за границей гражданина Республики Беларусь в 2022 году составила 8 дней, иностранного туриста в нашей стране – 5 дней.

В 2022 году в республике действовало 592 гостиницы и аналогичных средств размещения, их услугами воспользовалось 1898,8 тыс. человек, из них 1101,4 тыс. человек – граждане Республики Беларусь.

А также 474 санаторно-курортных, оздоровительных организации и других специализированных средств размещения обслужили 934,2 тыс. человек, из них 785 тыс. человек – граждане Республики Беларусь.

По данным Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь, в 2022 году число субъектов агроэкотуризма составило 3043 единицы, их услугами воспользовалось 559,8 тыс. человек, из них 540,5 тыс. человек – граждане Республики Беларусь.

В 2022 году вырос объем экспорта туристических услуг. За 10 месяцев он составил 147,5 млн. USD (+39,5% к прошлому году). При этом цифра по экспорту услуг не отражает всех финансовых средств, которые оставляют в стране туристы. Ключевым рынком остаётся Россия, 119 млн. USD в общем объеме экспорта – это вклад российских туристов (рост практически в 2 раза).

В январе-октябре 2022 года около 2 млн. туристов посетили белорусские гостиницы, агроусадьбы и другие средства размещения. Это на 600 тыс. человек больше, чем в 2021 году.

В первую очередь 2022 год дал для отрасли мощный турпоток со стороны России. Причины такого роста отчасти имеют вынужденный характер, но все же стабилизировать присутствие белорусского турпродукта на российском рынке не только среди крупных городов, но и ряда регионов

– это серьезное достижение, которое требует дальнейшего развития. Российский рынок является целевым для отрасли, т.к. оттуда к нам едут все категории туристов.

Поэтому именно с ним и связаны основные тренды 2022 года.

Тренд 2022 года, связанный с гостями из РФ, – отсутствие глубины бронирования. Люди планируют свой отдых за неделю-две, раннего бронирования практически нет. Это может объясняться тем, что нет визовых препятствий и языковых проблем: турист просто покупает билет на самолет или поезд, бронирует гостиницу и приезжает. А уже на месте разбирается, какие достопримечательности хотел бы посмотреть и какие места посетить.

Такая ситуация требует от белорусской туротрасли гибкости и умения подстраиваться. А также благодаря этому растет роль экскурсоводов, сотрудников отелей и общепита.

Министерство спорта и туризма уже определило 15–20 регионов, с которыми планирует работать наиболее активно. Можно охватить, как минимум, все территории от белорусской границы до Поволжья. Также при наличии прямого авиасообщения можно работать и с туристами из более далеких регионов соседней страны. Продолжится работа и с туристами из соседних стран, с которыми действует безвизовый режим, – Литвой, Латвией и Польшей.

Перспективными направлениями в туризме могут быть:

- оздоровительный туризм;
- экотуризм;
- экстремальный туризм;
- агротуризм.

Также очень хорошей перспективой является сотрудничество со странами Поднебесья и Европейскими странами. Это увеличит приток туристов в Республику Беларусь и может поднять уровень экономики за счёт средств, получаемых из туристической отрасли.

В заключение можно сделать вывод о том, что на момент рассмотрения данного вопроса, белорусский туризм имеет положительную динамику роста относительно прошлых периодов. Ускоренными темпами развиваются отдельные отрасли, такие как агротуризм и экотуризм. Возрастает потребность в экскурсоводах, гидах и других специалистах туристской деятельности.

Список использованных источников

1. Туризм-2022: упор на российский рынок и смена трендов [Электронный ресурс]. Дата доступа: 30.03.2023 // Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/turizm-v-belarusi-v-2022-upor-na-rossiyskiy-rynok-i-smena-trendov/>

2. Организованный туризм в Республике Беларусь в 2022 году трендов [Электронный ресурс]. Дата доступа: 30.03.2023 // Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/o-belstate_2/novosti-i-meropriyatija/novosti/organizovannyy_turizm_v_respublike_bielarus_v_2022_godu/

УДК 339.137

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

П.С. Демьянович, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, магистр экон.наук
Полесский государственный университет

На современном этапе развития экономики высокий уровень конкурентоспособности является главной целью большинства организаций, поэтому его можно считать одним из важнейших факторов коммерческого успеха предприятия. В рыночных условиях особое значение приобретает проблема повышения конкурентоспособности фирмы. Высокий уровень достигается не только качеством менеджмента, но также зависит от конкурентоспособности выпускаемой продукции, то есть от превосходства над товарами конкурентов.

Существующие на сегодня методы оценки конкурентоспособности:

Матричные методы:

- матрица БКГ;
- матрица Портера;

- матрица «Привлекательность рынка/конкурентоспособность» (модель GE/Mc Kinsey);
- матрица «Привлекательность отрасли/конкурентоспособность» (модель Shell/DPM);
- матрица «Стадия развития рынка/конкурентная позиция» (модель Hofer/Schendel);
- матрица «Стадия жизненного цикла продукции/конкурентная позиция» (модель ADL/LC);

Методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги предприятия;
Методы, основанные на теории эффективной конкуренции;
Комплексные методы и т.д.

Проанализировав существующие методы оценивания уровня конкурентоспособности предприятия, можно сделать вывод, что на сегодняшний день не существует **универсальной** методики комплексного оценивания конкурентоспособности предприятия. Разработка универсальной методики связана с большими трудностями. В настоящее время пока еще отсутствуют принятые мировым сообществом обобщенные методики по оценке конкурентоспособности товаров и услуг.

Однако, в зависимости от сферы деятельности предприятия (сельское хозяйство, промышленность, транспорт, связь и строительство), методы оценки конкурентоспособности могут подходить для расчёта в большей или в меньшей степени.

Оценку конкурентоспособности **сельскохозяйственных формирований** чаще проводят по методу рыночных позиций, при котором существует два подхода определения конкурентоспособности: структурный и функциональный. Структурный подход к оценке конкурентоспособности позволяет определить влияние конкурентной среды на сельскохозяйственную организацию, ее позицию на заданном товарном рынке, интенсивность конкуренции. Для этого рассчитываются показатели рыночной доли, темпов роста продаж и рентабельности рынка. Вторым направлением в определении конкурентоспособности служит функциональный подход, где главную роль играют экономические показатели деятельности организации.

Для **промышленных предприятий** чаще всего используют дифференциальный метод оценки конкурентоспособности или комплексный метод.

Дифференциальный метод оценки конкурентоспособности представляет собой сравнение единичных показателей изучаемого и аналогового предприятия. Применение этого подхода позволяет установить: достигнут ли уровень параметров анализируемого объекта параметров эталонного, по каким параметрам не достигнут, какие из параметров существенно отличаются от эталона. Этот метод позволяет только констатировать факт конкурентоспособности исследуемого предприятия или наличия недостатков по сравнению с фирмой-аналогом. Он не учитывает влияние весомости каждого параметра. Комплексный метод оценки конкурентоспособности употребляется для ликвидации этого недостатка.

Комплексный метод оценки конкурентоспособности заключается в использовании групповых интегральных смешанных показателей. Оценка осуществляется путем соизмерения показателей анализируемого субъекта с аналогичными показателями эталона. Достоинством этого метода является простота расчета и возможность точной интерпретации результатов, а главный недостаток заключается в неполной характеристике деятельности предприятия.

Существует несколько способов оценки конкурентоспособности **транспортных формирований**: на основе теории эффективной конкуренции и теории равновесия, матричные методы, метод И. Ансоффа, с позиций качества и на основе теории нечетких множеств. Наиболее широко распространены метод И. Ансоффа и оценка с позиций качества [2]. Трактовка конкурентоспособности И. Ансоффом близка к толкованию конкурентного преимущества М. Портером. В обеих концепциях на первый план выходит соотношение фактической и базовой продуктивности использования ресурсов фирмы, однако М. Портер не конкретизирует показатели продуктивности [1].

Оценка конкурентоспособности **предприятия связи (например, почтамта)** проводится по параметрической оценке в несколько этапов или по шкале значимости (лучевая диаграмма). Оценка многоугольника конкурентоспособности по каждой оси для отображения уровня значений каждого из исследуемых факторов. На основе анализа полученных оценок выявляются сильные и слабые стороны конкурентной борьбы по всем изученным направлениям конкурентоспособности. Далее разрабатываются мероприятия по закреплению сильных сторон и ликвидации слабых мест.

Не каждая методика оценки конкурентоспособности может быть уместна при анализе конкурентоспособности **строительного предприятия**, так как могут быть не учтены особенности орга-

низаций и продукции данной отрасли. Конкурентоспособность продукции строительства находится в зависимости от изменяющихся во времени факторов, конъюнктуры рынка и требует стратегического подхода для успешной деятельности на рынке. Для этого необходимо совершенствование существующих методик оценки конкурентоспособности организаций и создание наиболее подходящей для компаний строительной отрасли, что является важным и актуальным сегодня, ведь данная отрасль является одной из наиболее развивающихся в отечественной экономике. Для оценки используется комплексный метод, методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги предприятия, а также используется рейтинговый подход (показатели организации делятся на блоки, вводится экспертная оценка этих блоков, по каждому отдельному блоку рассчитывается итог по формуле $I_j = \frac{\sum y_i}{\sum i}$,

где I_j – результат оценки по j -тому блоку; y_i – балл по каждому рассматриваемому показателю блока; i – рассматриваемый показатель блока).

Проанализировав методы оценки конкурентоспособности организации, наиболее подходящими для оценки конкурентоспособности **инновационной организации** являются матричный метод и метод, основанный на теории эффективной конкуренции.

Следовательно, представляется целесообразным при разработке и выборе методик оценки конкурентоспособности отдавать предпочтение узкоотраслевым методикам оценки конкурентоспособности, учитывающим особенности хозяйствования предприятий определенной сферы деятельности.

Таким образом, многообразие методов оценки конкурентоспособности предприятия является следствием отсутствия единого взгляда на данную проблему. Существование большого количества методик оценки конкурентоспособности предприятия обусловлено тем, что не может быть универсальной методики для всех субъектов рыночных отношений, так как конкурентоспособность носит относительный характер, все зависит от того, о каком объекте или предмете идет речь.

Список использованных источников

1. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 374–377.
2. Красильников, Б.В. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции: учебник / Б.В. Красильников – Москва: Изд-во стандартов, 2011. – 128 с.

УДК 658.81

ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА И СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА В МАРКЕТИНГЕ

Е.С. Деревянко, В.А. Русак, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, магистр экон.наук
Полесский государственный университет

Главная составляющая системы маркетинговой коммуникации любого предприятия – это система формирования спроса и стимулирования сбыта, то есть практически вся совокупность мер в системе маркетинга, направленных на формирование спроса и стимулирование сбыта в интересах производителя при одновременном учете требований рынка и потребителя [1, с. 166].

Система формирования спроса и стимулирования сбыта делится на две подсистемы (табл.).

Таблица – Система формирования спроса и стимулирования сбыта

Формирование спроса	Стимулирование сбыта
Цель – сообщить потенциальному потребителю о товаре и потребностях, которые удовлетворяет этот товар, а также понизить «барьер недоверия» к новому товару за счет ознакомления с системой гарантий и защитой интересов потребителя.	Цель – побуждение покупателей, уже знакомых с товаром, к последующим его покупкам – приобретению больших партий регулярно.

Примечание – Источник: собственная разработка

Формирование спроса и стимулирование сбыта занимает особое место в производственно-сбытовой сфере современного маркетинга и представляет собой активную часть всего маркетингового инструментария. Система формирования спроса и стимулирования сбыта – это система взаимодействия производителя и потребителя с целью получения прибыли одним и удовлетворения потребностей другим. Она позволяет решить основную функцию маркетинга: функцию продвижения товара от производителя к потребителю и привлечение потребителя к товару, фирме [2, с 485].

Коммунальное производственное унитарное предприятие «Мозырские молочные продукты» активное развитие получило в послевоенное время. Предприятие осуществляет виды деятельности, основными из которых являются: производство молочных продуктов; переработка молока и производство сыров; растениеводство; животноводство; производство деревянных строительных конструкций и столярных изделий; монтаж, наладка, ремонт и техническое обслуживание промышленного холодильного и вентиляционного оборудования; производство тепловой энергии тепловыми электростанциями, самостоятельными котельными; деятельность профсоюзов; рекламная деятельность; исследования и разработки; предоставление прочих видов услуг потребителям.

В настоящее время для продвижения продукции на рынок Республики Беларусь КПУП «Мозырские молочные продукты» использует следующие каналы сбыта:

- телевидение и мониторы в торговых сетях;
- радио и аудиореклама в торговых сетях;
- распространение рекламных и информационных листовок;
- статьи в газетах и журналах;
- интернет-реклама, в том числе и сайт предприятия;
- сувенирная продукция;
- наружная реклама;
- дегустации;
- освоение новых внешних рынков Азербайджана, Китая, Армении, Турции;
- развитие рекламно-информационного обеспечения продукции, электронной торговли,
- применение современных информационных технологий;
- подготовка и повышение квалификации кадров внешнеэкономических и маркетинговых служб организации;
- увеличение сроков реализации продукции, реализуемой на экспорт.



Рисунок – Маркетинговые коммуникации за 2022 год

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

В случае участия во всех запланированных выставках процент выполнения плана маркетинга составил бы 85% (рис. 1).

Осуществление маркетинговых коммуникаций на КПУП «Мозырские молочные продукты» в большей части зависит от трех направлений:

1. Связи с общественностью на предприятии «Мозырские молочные продукты» осуществляются посредством проведения дегустаций молочной продукции для различных контактных аудиторий, распространением печатной продукции: визитных карточек, брошюр, листовок и каталогов.

Для поддержания положительного имиджа предприятие «Мозырские молочные продукты» заказывает в специализированных рекламных и полиграфических агентствах различные сувениры с фирменной символикой и реквизитами предприятия: ручки, блокноты формата А5 и А6, блоки для записей, ежедневники, пакеты с фирменными логотипами, календари квартальные и карманные, открытки для поздравлений, магниты.

2. Наличие интернет-сайта способствует расширению сферы деятельности предприятия. Поэтому специалисты по маркетингу постоянно обновляют его содержание и размещают интересующую потенциального покупателя или партнера информацию. Затраты в данном случае будут осуществляться только при необходимости продления хостинга и доменного имени сайта предприятия «Мозырские молочные продукты» www.mmp.by, а также обновление существующей версии сайта дизайна сайта (создание дополнительных страниц, китайская и мобильная версия сайта).

3. Наружная реклама на предприятии «Мозырские молочные продукты» представлена баннерами на здании предприятия и вывесками по фирменной торговле (к примеру, магазин «Радуга вкуса» в г. Ельск), которые ежемесячно обновляются. Также осуществляется реклама на автомобильном транспорте предприятия «Мозырские молочные продукты». Планируется размещение баннеров и рекламы на видеомониторах в течение 2023 года на территории основных рынков сбыта (г.Мозырь, г.Гомель и Гомельская область, г.Минск), оклейка городских и междугородних автобусов.

В условиях функционирования рынка потребители и производители имеют принципиально разные цели. Первые своей главной задачей ставят удовлетворение имеющихся у них нужд и потребностей, в то время как вторые нацелены на получение прибыли. Система формирования спроса и стимулирования сбыта направлена на обеспечение одновременного достижения целей обоих субъектов рынка. С ее помощью решается основная функция маркетинга, которая заключается в продвижении от производителя к потребителю и привлечении потребителей к компании и ее продукции.

Список использованных источников

1. Можджер, В. В. Стратегия продвижения продукции в системе бытовых коммуникаций / В. В. Мож-

джер // Сацьяльна-эканамічны і прававыя даследаванні. – 2019. – № 4. – С. 166–172.

2. Е.Ф. Жуков, Т.И. Капаева, Л.Т. Литвиненко и др. Международные экономические отношения: Учебник для вузов/ Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, – 485 с. 2000.

3. Официальный сайт КПУП «Мозырские молочные продукты» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Дата доступа: 20.03.2023.

УДК 339.138:659.126

ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПОСРЕДСТВОМ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Ю.А. Жукова, А.В. Лукашениа, 3 курс

Научный руководитель – **О.И. Козловская**, ассистент, м.э.н.

Белорусский государственный экономический университет

На сегодняшний день фирменный стиль является неотъемлемой частью визуального образа компании. Он помогает формировать благоприятный имидж компании, способствует росту репутации и его известности, а значит повышает конкурентоспособность компании на рынке.

Вместе с тем, зачастую компании не уделяют должного внимания разработке фирменного стиля и создают уникальное визуальное оформление для отдельных линеек товаров. Одним из таких предприятий является ООО «Белита-Витекс» – белорусский лидер по производству косметики. В ассортименте производителя представлено более 30 различных косметических серий. При этом для каждой линейки разработаны абсолютно новые упаковки и визуальное оформление. В итоге разнообразие цветовых сочетаний, характера надписей и их расположение приводит к тому, что потенциальные покупатели не могут идентифицировать производителя. Пытаясь выделить собственную продукцию из общей массы косметических продуктов, предприятие забывает о сути фирменного стиля и в результате сталкивается со следующими проблемами:

- у производителя не получается донести уникальное ценностное предложение до потребителей;
- затрачиваются дополнительные ресурсы на разработку уникального дизайна для каждой серии;
- торговая марка не выделяется на фоне конкурентов;
- низкая лояльность и приверженность бренду среди потребителей.

Для оценки значимости существующих проблем на предприятии были проведены качественные и количественные исследования: глубинное интервью и опрос. Результаты интервью показали, что 4 из 5 респондентов считают фирменный стиль ООО «Белита-Витекс» неузнаваемым.

В качестве основного исследования был проведен опрос, в нем приняли участие 107 респондентов, большинство из которых студенты. На вопрос «Узнали бы вы бренд ООО «Белита-Витекс», если бы на нём не было товарного знака?» 63% респондентов ответили отрицательно. Для более глубокого изучения проблемы опрашиваемые дали оценку каждому элементу фирменного стиля предприятия в отдельности: товарному знаку, фирменным цветам и шрифту.

Товарный знак предприятия представляет собой надпись, состоящую из двух слов, – Белита и Витекс. Его особенностью являются акцентные буквы, оформленные в цветах белорусского флага (красный и зеленый). По мнению 64% опрашиваемых, товарный знак предприятия не создает ассоциацию с качеством и не вызывает желания приобрести продукцию.

Кроме того, у предприятия нет единого фирменного цвета. Часто в продуктовых линейках присутствуют яркие красочные цвета, которые отличаются разнообразием и непостоянством оттенков. В зависимости от тематики упаковка продукции может быть представлена как в пастельных тонах, так и в трудных для восприятия цветовых сочетаниях. По мнению 62% респондентов, разнообразие цветовых гамм рассматриваемого предприятия не раскрывает ценность и уникальность продукции.

Если говорить о фирменном шрифте, используемом предприятием, то он строгий, с оригинальным начертанием центральных букв. По итогам опроса, 66% респондентов не довольны фирменным шрифтом предприятия.

Для оценки лояльности потребителей к ООО «Белита-Витекс» исследовалось отношение опра-

шиваемых к фирменному стилю. По результатам исследования средняя оценка фирменного стиля составила 3,37 балла из 5, при этом 42% респондентов не одобряют существующий фирменный стиль и предлагают сделать ребрендинг.

В ходе исследования было принято решение разработать новый вариант фирменного стиля для белорусской марки косметики ООО «Белита-Витекс» в целях повышения ее конкурентоспособности на рынке.

На рисунке 1 представлен новый вариант товарного знака и образцы фирменных цветов для ООО «Белита-Витекс». Основным элементом нового товарного знака является изображение бабочки. В начертании названия товарного знака рекомендуется использовать плавный и легкий шрифт *Philosopher*, отражающий ценность красоты и естественности, которая характерна для предприятия. Использование такого товарного знака в сочетании с высоким качеством выпускаемых товаров повысит престиж и узнаваемость ООО «Белита-Витекс», усилит интерес к ее продукции со стороны потребителей и потенциальных партнеров.



Рисунок 1. – Вариант товарного знака и образцы фирменных цветов для ООО «Белита-Витекс»
Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1], [2].

Предлагаемый дизайн товарного знака соответствует современным тенденциям минимализма, легко читается и отражает суть бренда. Новый товарный знак целесообразно разместить на рекламных носителях, вывесках, баннерах, визитках и т.д.

Для определения коммуникационной эффективности разработанных рекомендаций была проведена количественная оценка отношения к новому фирменному стилю производителя. В ходе исследования было выявлено, что большинство респондентов положительно относятся к изменению фирменного стиля.

На рисунке 2 представлены результаты опроса оценки респондентов отношения к бренду ООО «Белита-Витекс» после изменения фирменного стиля. В качестве шкалы оценки была выбрана пятибалльная шкала: 1 – не улучшилось, 5 – значительно улучшилось. Около 65% стали бы относиться к бренду косметики лучше и предпочли бы покупать продукцию производителя чаще, что говорит об эффективности предложенных мероприятий.

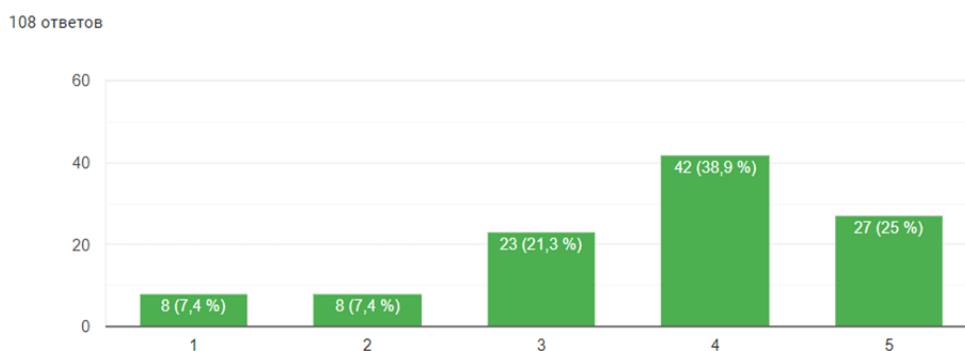


Рисунок 2. – Результаты опроса по изучению лояльности потребителей бренда ООО «Белита-Витекс»

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].

Таким образом, разработанный фирменный стиль для ООО «Белита-Витекс» ассоциируется с высоким качеством, безопасностью и эффективностью. Предложенные элементы дизайна вызывают доверие у молодежи, а значит смогут расширить целевую аудиторию бренда. Проведенное исследование показало, что обновление визуальной концепции позволит увеличить приверженность покупателей к торговой марке ООО «Белита-Витекс», сформировать единый образ в глазах покупателей и повысить конкурентоспособность продукции на рынке. Положительное восприятие фирменного стиля бренда способствует повышению лояльности, росту продаж и достижению предприятием финансовой стабильности. Потребители будут готовы регулярно возвращаться за покупками в магазин за товаром производителя, что приведет к увеличению его дохода.

Список использованных источников

1. Сервис по подбору цветов в палитре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coolors.co/> – Дата доступа: 22.03.2023.
2. Площадка для создания макетов и дизайнов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://turbologo.ru/app> – Дата доступа: 25.03.2023.
3. Данные опроса целевой аудитории бренда ООО «Белита-Витекс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/19CJUObEvs76RdktvBq6JzCQ2T28lmIzISGUcTm5FRNA/edit> – Дата доступа: 28.03.2023.

УДК 336.71

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК» СРЕДИ МОЛОДЁЖИ

А.Р. Завадская, К.А. Дыдышко, 3 курс
Научный руководитель – **Е.А. Гречишкина, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Имидж организации существует с ней неразрывно и начинает формироваться с момента её основания как совокупность представлений и мнений об организации, установок и образов, связанных с ней и её непосредственной деятельностью. Имидж является основой для формирования репутации организации, что непосредственно влияет на степень доверия и лояльности клиентов, а соответственно и на прибыль от хозяйственной деятельности. В связи с этим возникает проблема формирования положительного имиджа организации как элемента коммуникационной политики, а также управления имиджем организации. Вопросами формирования имиджа занимались такие учёные как С. Блэк, К. Болдинг, Д. Бурстин, И. Гофман, Б. Джи, Д. Дороти, что лишний раз доказывает актуальность рассматриваемой темы.

Целью работы является рассмотрение особенностей формирования имиджа организации, анализ существующего имиджа организации, а также разработка мероприятий по совершенствованию существующего имиджа организации.

В процессе коммерческой деятельности предприятие сферы услуг продает не только профильные и сопутствующие услуги, но и «себя» как надежного и выгодного партнера, и потребителями покупается имидж, общее доверие к предприятию.

В научной литературе, вместе с понятием «имидж» употребляются и такие понятия как «репутация» и «бренд». Репутация предприятия – мнение о предприятии, основанное на реальном опыте взаимодействия с ним [1, с.8]. Бренд – доверие к предприятию со стороны целевых аудиторий на протяжении длительного времени таково, что субъект, принадлежащий к той или иной целевой аудитории, твердо убежден в ее преимуществах, имеет твердое желание использовать товары/услуги только данного предприятия, а также желание рекомендовать его своим друзьям и знакомым

Создание бренда – это конечная цель работы предприятия в рассматриваемой области, этапами которой являются создание, управление имиджем и соответственно репутацией [2, с. 54].

Имидж – экономическая категория, отражающая систему экономических отношений, складывающихся в процессе удовлетворения определенных потребностей хозяйствующих субъектов в условиях конкурентной среды и оказывающая влияние на их благосостояние [3, с.2]. Имидж рас-

смачивается как средство, инструмент для решения поставленных задач. Однако главной особенностью является то, что имидж выступает и объектом управления

Формирование имиджа начинается с момента выхода предприятия на рынок. Однако в большинстве случаев у руководителей не хватает времени, сил, материальных средств для отслеживания возникающего образа предприятия с целью его корректирования в желаемом направлении. В таких случаях имидж формируется стихийно, что предполагает как положительные, так и отрицательные моменты.

Согласно Б. Джи [4, с. 58], можно выделить следующие этапы формирования имиджа:

I – Формулировка цели формирования имиджа.

II – Установление целевой аудитории с учетом таких характеристик, как возраст, род занятий, социальный статус и т. д.

III – Создание концепции имиджа: основные принципы, мотивы и ценности, свойственные предприятию, его услугам, их значимость для потребителя.

IV – Оценка возможностей (ресурсов) предприятия для формирования заявленного имиджа.

V – Определение и укоренение имиджа в сознании потребителя.

VI – Определение состояния имиджа, контроль реализации программы по формированию имиджа.

На восприятие транслируемого образа компании влияет не только содержание доносимой информации, но и пути, по которым она доходит до аудитории. При создании положительного имиджа в глазах молодёжи необходимо тщательно выбирать эти пути. Очевидно, что молодые люди всё меньше пользуются печатными средствами информации, а также всё больше теряют свою актуальность радио и телевидение. Интернет-СМИ и социальные сети на сегодняшний день являются основным источником информации, они отличаются скоростью передачи информации, а также большим разнообразием форм её подачи. Все возможные форматы открывают широкий спектр применения рекламных средств. Разумная комбинация количества и способов подаваемой информации позволят более качественно воздействовать на аудиторию, создавать более чёткий образ организации и лучше закреплять его в памяти.

Чем раньше положительный образ укореняется в сознании человека, тем выше уровень доверия и приверженности. В связи с этим целесообразно полагать, что воздействие на молодую аудиторию может дать свои плоды в виде будущих приверженцев компании.

Для оценки существующего имиджа ОАО «АСБ Беларусбанк» было проведено профильное дескриптивное маркетинговое исследование посредством онлайн анкетирования. В исследовании приняли участие 93 студента ПолесГУ. Для выявления портрета Банка использовался метод выстраивания ассоциаций, который позволяет определить уже сложившийся образ Банка, отношение реципиентов к ОАО «АСБ Беларусбанк», а также выявить слова-якоря для дальнейшего позиционирования.

ОАО «АСБ Беларусбанк» обладает положительным имиджем, также можно сказать о достаточном качестве оказываемых услуг, которое влияет на ассоциации, возникающие у потребителя. Самым часто встречающимся словом является «Зелёный», что говорит о закрепившемся в сознании реципиентов корпоративном цвете.

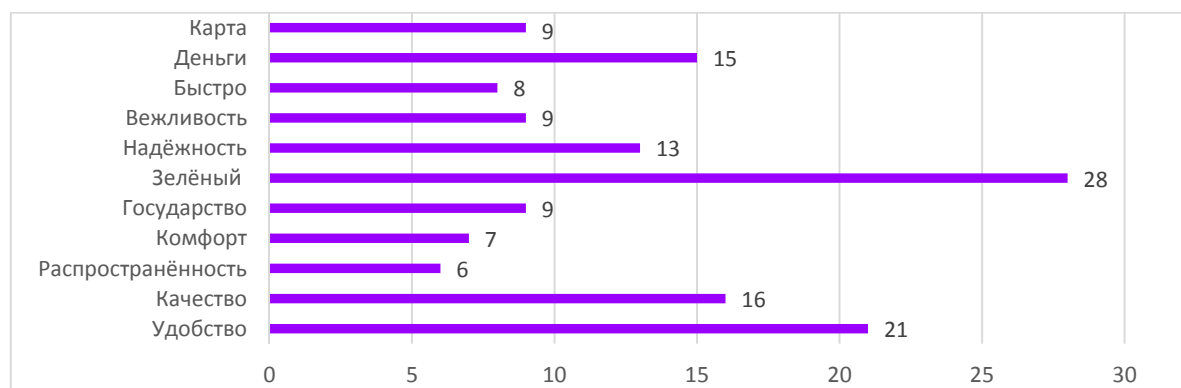


Рисунок – Ассоциативный анализ ОАО «АСБ Беларусбанк»

Приложение – Источник: собственная разработка

ОАО «АСБ Беларусбанк» по итогам 2020 года остается надежным, удобным и привлекательным для широкого круга клиентов финансовым институтом, развивает и совершенствует бизнес как в корпоративном, так и в розничном сегментах, содействует достижению и развитию успеха клиентов.

Среди молодёжи у Банка создан благоприятный имидж, однако мероприятий, направленных на формирование чёткого образа среди молодых людей, не проводится, в связи с этим требуется разработка программы таких мероприятий.

Как известно, заработать хорошую репутацию стоит больших усилий, а вот потерять её можно с легкостью. Из проведённого исследования выяснилось, что у клиентов имеются жалобы на работу банкоматов и инфокиосков. Как сообщают потребители, некоторые аппараты имеют тенденцию к поломкам, а также проблемам с печатью чеков. Сбои в работе аппаратов могут привести к потере престижа Банка в глазах клиентов. В связи с этим предлагается наладить бесперебойную работу аппаратов самообслуживания, увеличение штата персонала, обслуживающего банкоматы и инфокиоски. Как отмечалось выше, внешний вид приложения банка является важным критерием при принятии решения о выборе банка. Одной из самых полезных функций современных банковских приложений является возможность отслеживания поступлений денежных средств, а также отслеживание расходов. Данная функция позволяет дробить и по отдельности рассматривать сферы, на которые клиент тратит свои средства. Аналитика ежемесячных расходов значительно упрощает планирование личного бюджета.

Молодые люди – активные посетители заведений общественного питания и отдыха, культурных учреждений и т.д. В качестве мероприятия по формированию лояльности, а также привлечению новых клиентов среди молодёжи рекомендуется расширить партнёрские отношения с данными учреждениями города Пинска. Предоставление скидок и бонусных программ для молодых людей, являющихся клиентами ОАО «АСБ Беларусбанк», является взаимовыгодным предложением, поскольку способствует привлечению клиентов для обеих сторон.

В заключении можно отметить, что исследование имиджа, а также поиск новых путей его формирования является актуальной областью исследования, развитием которой должны заниматься не только ученые, но и маркетинговые отделы во всех компаниях. Обнаружение и применение уникального метода формирования имиджа даст несравнимое преимущество и конкурентное превосходство компании-открывателю, а потому невозможно переоценить значение формирования имиджа.

Список использованных источников

1. Смирнова, Ю. А. Имидж, репутация, бренд: в чем разница? / Ю. А. Смирнова // Вестник Костромского государственного технологического университета. – 2021. – № 2(24). – [112-115].
2. Макеев, В. А. Стратегия развития деловой репутации и её влияние на имидж организации / В. А. Макеев // Власть. – 2019. – № 3. – [52-56].
3. Петрова, Е. А. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации / Е. А. Петрова // Корпоративная имиджелогия. – 2017. – № 1. – [48-56].
4. Джи, Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение / Бобби Джи // [Пер. с англ. А. Вихровой]. - СПб. и др.: Питер. – 2020. – [220].

УДК 33.338.1

ПРОДВИЖЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.И. Злоденная, 1 курс

Научный руководитель – **А.О. Васильченко**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Актуальность исследования продвижения в сети Интернет как фактора повышения конкурентоспособности предприятия определяется развитием информационного общества, цифровизацией экономики и переносом части бизнеса отечественных предприятий в цифровую среду.

Важно отметить, что использование Интернет-технологий современными предприятиями повышает уровень доступности и открытости информации об их деятельности. Однако, наличие

проблем, связанных с отсутствием рассмотрения продвижения в сети Интернет как одного из факторов увеличения конкурентоспособности современных предпринимателей, нехваткой информации и разработок в данной области определяют необходимость дальнейшего исследования данной темы [1, с.78].

В настоящее время, в условиях высококонкурентной экономики использование традиционных методов продвижения в целях повышения конкурентоспособности предприятия и его продукции является недостаточным, поэтому большинство хозяйствующих субъектов стремятся к продвижению в цифровой среде [2, с.23].

Применение Интернет-технологий продвижения предприятия в сети Интернет оказывает существенное влияние на экономическую безопасность предприятия и его конкурентоспособность, качественно улучшает продукцию с учетом постоянно растущих требований потребителей, что обеспечивает устойчивое положение предприятия на рынке и создает условия для его развития. Продвижение предприятия и его продукции с помощью сети Интернет имеет ряд преимуществ (рисунок 1).

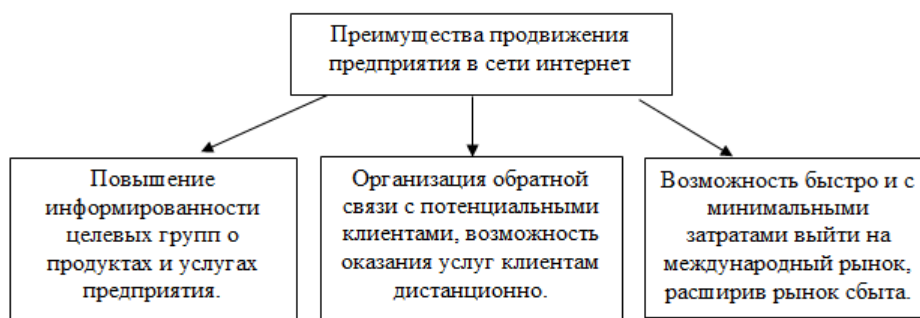


Рисунок 1. –Преимущества продвижения предприятия в сети Интернет.

Примечание – Источник [3].

Таким образом, повышение информированности населения о наличии необходимых товаров и услуг, возможность быстро и с минимальными затратами выйти на международный рынок, организация обратной связи с потенциальными клиентами, а также различные способы оплаты и доставки товаров покупателю (оказания услуг дистанционно) повышают покупательную активность населения и хозяйствующих субъектов, что увеличивает целевую аудиторию и клиентскую базу предприятия и, следовательно, конкурентоспособность. Скорость распространения информации в цифровой среде также определяет стремительный рост целевой аудитории организации, осуществляющей продвижение в сети Интернет и применяющей инструменты digital-маркетинга.

Digital-маркетинг – это комплексное продвижение продукта или услуги с помощью цифровых каналов. Digital-маркетинг отличается от традиционного маркетинга площадками, на которых предприятие продвигает товары, и более широким набором инструментов для оценки результатов [4, с.86].

Одними из основных каналов применения инструментов digital-маркетинга для предприятия являются наличие официального сайта и бизнес-аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах.

Веб-сайт предприятия позволяет применять такой инструмент digital-маркетинга, как баннерная реклама. Посредством применения баннерной рекламы предприятие может продвигать собственные продукты и монетизировать сайт за счет размещения рекламы партнеров. Веб-сайт предприятия также является каналом для маркетинга ключевых клиентов (посетителей, которые с наибольшей вероятностью приобретут продукт) [4, с.89].

Для эффективной работы digital-маркетинга используются различные инструменты продвижения. Так, согласно данным полученным из источника [5], наиболее популярными инструментами для продвижения предприятия и его продуктов в отечественной бизнес-среде стали контекстная реклама и поисковое продвижение (рисунок 2).

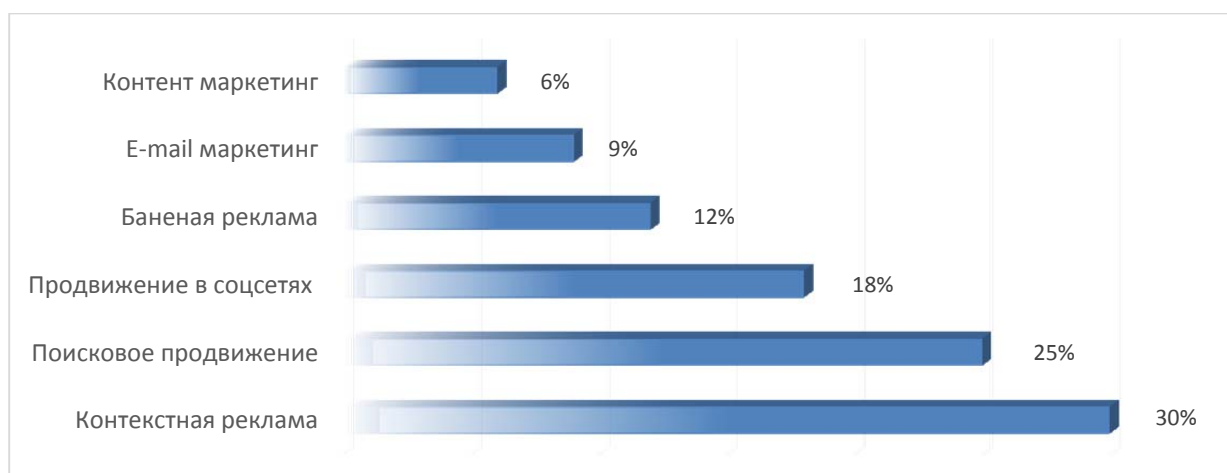


Рисунок 2. – Популярные инструменты digital-маркетинга для продвижения предприятия и его продуктов в отечественной бизнес-среде.

Примечание – Источник [5].

Таким образом, в условиях цифровизации экономики конкурентоспособность предприятия может быть достигнута посредством его продвижения в сети Интернет. В целях продвижения в цифровой среде предприятия используют различные каналы продвижения и инструменты digital-маркетинга. Наиболее доступными для большинства предприятий каналами продвижения являются собственный сайт и бизнес-аккаунты в социальных сетях и мессенджерах. Повышая уровень конкурентоспособности в сети Интернет, предприятие обеспечивает собственную экономическую безопасность за счет продаж и обеспечения положительного финансового результата.

Список использованных источников

1. Литвинова И. С. Интернет-деятельность как путь повышения конкурентоспособности предприятий /И. С. Литвинова //Journal of Modern Competition. – 2020. – 150 с.
2. Русецкий, А. С. Продвижение в сети Интернет как фактор повышения конкурентоспособности в системе экономической безопасности предприятия / А. С. Русецкий. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 47. – С. 22-23.
3. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов: учебник и практикум для вузов / под редакцией Д. А. Шевченко. – М.: Издательство Юрайт, 2022. –230 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/449954> (дата обращения: 16.03.2023).
4. Данько Т. П., Вопросы развития цифрового маркетинга [Текст] / Т. П. Данько //Проблемы современной экономики. – 2022. – № 3. – С. 86-89.
5. Каналы и инструменты digital-маркетинга: учебное пособие для студентов под редакцией В. А. Зайцева – М.: ГИНФО, 2021. – 183 с. – URL: <https://moluch.ru/archive/364/81775/> (дата обращения: 17.03.2023).

УДК 339.138

СООБЩЕСТВА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ ПАРАМЕТРЫ КАЧЕСТВА

В.Д. Копач, 4 курс

Научный руководитель – **Т.В. Селюжицкая**, к.э.н., доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Высокой популярностью на сегодняшний день обладают виртуальные сообщества, которые позволяют обмениваться информацией, такой как мнения, знания и опыт. Подобные сообщества формируются в социальных сетях, или так называемых социальных медиа, которые сегодня принято определять как разновидность веб-сайтов и приложений, которые позволяют пользователям

создавать контент, делиться и обмениваться им или участвовать в процессе коммуникации с другими людьми [1, с. 30].

В то время как сайт представляет собой ресурс, который выполняет задачи предоставления необходимой информации для целевой аудитории и фактически является визитной карточкой организации в виртуальном пространстве, то суть сообществ в социальных сетях завязана в основном на интерактивности, участии и активности пользователя как потенциального клиента. Корпоративный блог поощряет обратную связь от любого пользователя, т.е. он не предоставляет и распространяет информацию, а стимулирует клиентов к проявлению активности и оставлению фидбэка [2, с. 71].

Обратная связь на сегодняшний день рассматривается как один из важных аспектов взаимодействия с целевой аудиторией. Сообщества в социальных сетях являются одним из немногих интернет-инструментов, которые достигают подобной цели наиболее эффективно, поэтому их также можно рассматривать как базис интернет-представительства для ряда бизнесов. Обратная связь, полученная от пользователей, например, в виде комментариев, зачастую видна другим пользователям и может получить большее доверие со стороны потенциальных клиентов. Таким образом, положительные отзывы могут укрепить образ надежности фирмы, качества ее продукции, в то время как отрицательные помогают бизнесу увидеть свои слабые стороны, изучить их и улучшить, но, с другой стороны, могут привести к достаточному ослаблению позиций фирмы в сознании потребителей.

Социальные сети имеют большое число сильных сторон, влияющих как на узнаваемость торговой марки или бренда, так и на репутацию бренда путем обеспечения компании инструментами мгновенной реакции на изменения на рынке или в отрасли и возможностью диктовать свою точку зрения, позволяя ей занимать позицию лидера мнений в своей сфере и создавать образ экспертности и надежности [3]. То есть с помощью ведения блога организация может достигать как рекламные, так и PR-цели.

Если рассматривать сообщества в социальных сетях как базовый элемент интернет-представительства, то есть элемента, действующего во взаимосвязи с другими веб-ресурсами фирмы, то нельзя недооценивать их роль как генератора трафика на веб-сайт и другие площадки и платформы организации. Обеспечивая рост потока посетителей на веб-представительство компании, блог в социальных сетях при общей благоприятной работе обоих ресурсов может способствовать в дальнейшем увеличению онлайн-конверсий, значений общих показателей и метрик веб-сайта [4, с. 11].

Одно из сильнейших преимуществ социальных сетей представлено возможностью поддерживать присутствие организации в местах, где целевая аудитория сама может с легкостью ее найти. Поскольку социальные сети на сегодняшний момент являются популярным местом для общения, поиска и обмена контентом среди пользователей, то компания может достигать своих потенциальных клиентов, используя представительство в тех социальных сетях, которые наиболее часто посещает ее целевая аудитория.

Наконец, наиболее важным преимущественным аспектом сообществ в социальных сетях является возможность сформировать лояльность к бренду или компании. Корпоративный блог выступает местом, где организация может выстраивать наиболее тесные отношения со своими клиентами, знакомить их ближе со своей продукцией и жизнью, проводить мероприятия, ориентированные на повышение лояльности целевой аудитории [1, с. 30].

Следующим важным вопросом является определение и характеристика параметров качества блога, влияющих на его потребительское восприятие. Наиболее близко к решению данного вопроса, по мнению автора, подошла Е. В. Матузенко в своем исследовании, посвященном рассмотрению особенностей деятельности предприятия в социальных сетях. В данной работе озвучены следующие параметры качества сообществ в социальных сетях [5, с. 301]:

1. *внешний вид*. Страница должна соответствовать фирменному стилю организации и выглядеть профессионально;
2. *название страницы*. Название должно быть емким, понятным и оптимизированным;
3. *URL-адрес*. URL-адрес должен соответствовать названию организации или бренда и быть одинаковым во всех социальных сетях, быть коротким и запоминающимся;

4. *описание профиля*. Важна емкость, понятность, необходимость и оптимизированность информации, размещенной в нем;

5. *активность публикаций*. Отражает частоту обновления страницы: публикация новых записей, историй, обновление каталога товаров;

6. *актуальность информации* в обсуждениях, архивах историй, каталогах товаров и прайс-листах;

7. *доступность*. Страница должна быть открытой, чтобы с ней мог ознакомиться любой пользователь;

8. *геометки и система фирменных хештегов*. Необходимо использовать, что пользователи могли находить определенный контент и делиться им. При формировании системы хештегов необходимо использовать как высокочастотные, так и средне- и низкочастотные запросы. Они должны содержать ключевые запросы и соответствовать тематике публикаций;

9. *разнообразие контента*. Контент должен быть разнообразным, чтобы удерживать интерес аудитории;

10. *язык контента*. Отражает понятность текста для подписчиков, удобность его чтения и изучения.

Данные аспекты оказывают влияние на разные стороны работы сообществ предприятия в социальных сетях. Среди них Матузенко Е. В. отмечала эффективность достижения аудитории в социальной сети, формирования их заинтересованности, удобства и привлекательности их перемещения и знакомства с контентом, удержания внимания аудитории, повышения ее лояльности, стимулирования к совершению активности и оставлению обратной связи, а также к совершению заказа, степень оптимизированности страницы (например, частоты ее индексации в поисковых системах) и эффективность генерации трафика на другие веб-ресурсы компании: на веб-сайт и сообщества компании в других социальных сетях [5, с. 301-303].

Таким образом, основываясь на обзоре литературы, сообщества в социальных сети способны достигать цели организации присутствия предприятия в сети Интернет и получения обратной связи от целевой аудитории, что определяет их как один из базовых элементов интернет-представительства компании. Они могут выполнять задачи генерации трафика на другие веб-ресурсы компании, стимулирования потребителя к покупке и осуществления заказов продукции через сообщества, а также могут использоваться как рекламные и PR-инструменты. Их применение ограничивается лишь стратегией компании, характеристиками целевой аудитории и структурой ее интернет-представительства. Выполняя разнообразный перечень целей и функций, блоги в социальных сетях обладают рядом качественных характеристик, влияющих на достижение их задач, в том числе задач, связанных с повышением эффективности работы иных веб-ресурсов компании. Это касается, например, генерации трафика на веб-сайт. Следовательно, данные характеристики могут послужить базисом для будущих моделей оценки качества работы страниц компании в социальных сетях.

Список использованных источников

1. Taha, N. Social media influence on employee's productivity and turnover / N. Taha // Потребительская кооперация. – 2020. – № 3(70). – P. 29-34.

2. Kovylyna, Yu. S. Social Networks as a Tool for Business Development in Russia / Yu. S. Kovylyna, N. L. Antonova // Components of Scientific and Technological Progress. – 2022. – №8(74). – P. 70-73.

3. Why an Effective Social Media Marketing Strategy is Important [Electronic resource] / Digital Marketing Blog – LYFE Marketing. – 2019. – Mode of access : <https://www.lyfemarketing.com/blog/effective-social-media-marketingstrategy>. – Date of access : 15.11.2022.

4. Standberry, S. Increase Social Media Traffic & Website Traffic Using These Strategies / S. Standberry // Digital Marketing. – 2019. – Vol. 7, №6. – P. 9-13.

5. Матузенко, Е. В. Продвижение в социальных сетях: особенности и эффективность / Е. В. Матузенко, Е. В. Колесникова, С. Е. Трунова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 6(73). – С. 300-311.

АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «БЕРЁЗОВСКИЙ КОМБИКОРМОВЫЙ ЗАВОД»

А.С. Ксенда, Д.А. Красюк, 3 курс

Научный руководитель – Ю.О. Тихоновская, ассистент, м.э.н
Полесский государственный университет

В период возникновения рекламы и ее первоначального развития, мало кто мог предположить, какое значительное место она займет в современном обществе. Рекламная деятельность, в той или иной степени, осуществляемая любым промышленным предприятием должна быть оптимальной, т.е. иметь максимальную эффективность при заданном объеме затрат или минимальные затраты при необходимом уровне эффективности.

Каждое промышленное предприятие имеет собственное представление о роли и месте рекламы в своей деятельности. Подходы к организации рекламы разнообразны и индивидуальны, они зависят от направлений деятельности промышленного предприятия, его места на рынке и множества других факторов (в т.ч. субъективных).

Огромный скачок в рекламном деле начался после того, как появились более технологичные способы массовых коммуникаций - книгопечатание, радио, телевизор, телефон, Интернет.

Современное общество сейчас находится на той стадии развития, когда человеческие потребности заключаются не для того, чтобы удовлетворить свои физиологические и материальные желания, но и для того, чтобы достичь высокого уровня духовного развития [1, с. 354].

Поэтому я делаю вывод, что для использования социальной рекламы является развития прогрессирующего общества, которое может прибавить хорошей воли граждан, их позиции в отношении социальных ценностей, их стремление к лучшему которое позволит достичь общественной пользы, а не личной выгоды.

В современном мире реклама занимает одно из ведущих мест в сфере продаж. Продвижение товаров и развитие бизнеса будут более успешными, если компания разработает и запустит в жизнь эффективные рекламные проекты.

Реклама постоянно меняется, появляются новые виды, формы подачи и освещения материала. Оказывает свое влияние на нее и мода как один из движущих факторов развития и изменения рекламы [2].

Основными средствами рекламы ОАО «Берёзовский комбикормовый завод» являются: изготовление полиграфической продукции (календари, ручки, блокноты, листовки); рекламу в прессе (объявления) – реклама дается в газету «Маяк»; рекламу по местному радио. В отличие от прямой рекламы (календари, буклеты), реклама в прессе избирательна как в географическом отношении (например, местная газета), так и в качественном, социально-демографическом (например, центральная газета определенной ориентации).

Рекламой на предприятии также служат несколько машин, на которых изображен товарный знак и полное название завода.

ОАО «Берёзовский комбикормовый завод» участвует в различных выставках, ярмарках, тендерах и т.п. Одним из примеров может быть участие в ежегодной районной выставке « День труда». В 2010 году были с выставкой на областных дожинках в городе Берёза. Основными целями проведения выставок является популяризация производимой продукции, демонстрация новой продукцией, а также повышение престижности и известности предприятия. Непосредственно перед проведением самой выставки идет тщательная подготовка к ней в течение семи - восьми месяцев. В этот период составляется план проведения выставки, в котором подробно расписан перечень основной, дополнительной и новой продукции, которая будет представлена на выставке, организация стенда, рекламная и техническая информация (тираж рекламных листовок, комплектация папок, опросный лист), презентационные мероприятия, схема выставочного стенда и график работы сотрудников.

Основой коммуникационной политики по отношению к потребителю является прямая реклама, которая представлена следующими средствами:

- СМИ;

- Интернет-реклама;
- Изготовление и размещение печатной рекламы;
- Участие в международных выставках и конкурсах.

Необходимо отметить, что ОАО «Берёзовский комбикормовый завод» практически все работы по созданию рекламной продукции осуществляются предприятием: разработка дизайна сувенирной продукции, ведение переговоров с организаторами выставок, разработка рекламных сообщений осуществляется предприятием.

Таблица – Структура бюджета рекламы по видам в 2017-2019.г

Виды рекламы, используемые на предприятии	Расходы на рекламу, тыс.руб			Удельный вес расходов в рекламном бюджете, %		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Печатные СМИ	15876	21655	29450,1	12,1	12,4	15,9
Радио	4789	7684	9875,6	3,6	4,5	5,3
Телевидение	34011,2	45378,9	52987,1	25,7	26,9	28,2
Реклама в Интернете	34216	8968,3	40259,2	26,7	29,4	26,8
Рекламные материалы для выставок	35618	36781,1	33890,4	26,9	21,7	18
Почтовая реклама	6785	8901	11098	5	5,1	5,8
Итого	132541,2	169609,3	188070,4	100	100	100

Примечание – Источник: собственная разработка по данным предприятия.

По данным таблицы можно сделать вывод, что основная доля в структуре бюджета рекламы приходится на телевидение 28,2% и рекламу в интернете 26,8% в 2019 году. За период с 2017 по 2019 затраты на печатное СМИ возросли на 13893,1 тыс.руб. Почтовая реклама занимает только 5,8 % из всех затрат на рекламу, объясняется тем что данный вид рекламы используется редко.

Кроме этого, предприятие пользуется другими видами рекламы.

Средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение, радио, Интернет) являются основными проводниками рекламных обращений информационного характера и вместе поглощают почти 60% всех средств, которые тратятся на рекламу.

Через средства массовой информации предприятие информирует потенциальных клиентов о собственном существовании и о возможности покупки продукции.

Через использование медийной рекламой в контексте сети Интернет, сущность которой состоит в размещении на тематических площадках или просто мощных интернет – ресурсах с большой посещаемостью рекламных роликов и баннеров, направленных на привлечение внимания к продукции. В современных условиях роль и эффективность баннерной рекламы существенно повысилась, что напрямую связано с увеличением скорости передачи данных в сети Интернет и улучшением визуальной привлекательности баннеров, благодаря применению передовых технологий.

Таким образом, рекламная компания предприятия представляет собой систему взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающих определенный период времени и предусматривающий комплекс применения рекламных средств для достижения конкретной маркетинговой цели.

Следует отметить, что дегустации и участие в выставках(ярмарках) дает возможность более тщательно изучить продукцию предприятия потребителю, изучить свойства и качество товара, также это дает возможность предприятию найти новых потенциальных покупателей.

Список использованных источников

1. Синяева, И.М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности “Маркетинг”/ И.М.Синяева, В.М.Маслова, О.Н.Романенкова; Под ред. Синяева И.М. – М.: Юнити – Дата, 2015 – 495 с.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 570 с.

МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

А.В. Михнюк, Е.Н. Гурина, 2 курс

Научный руководитель – Ю.О. Тихоновская, магистр экон.наук

Полесский государственный университет

Мотивация персонала – это комплекс мер, ориентированных на улучшение производительности и продуктивности работников. Стимулирование сотрудников обуславливается в действиях руководства, направленных на вовлечение и удержание интересных предприятию кадров, с целью получения максимальной отдачи от их труда.

Эффективное стимулирование сотрудников – это не обыденная задача, для решения которой следует отмечать множество факторов: реальный объем выполняемой работы, факты целевого и нецелевого использования рабочего времени, ожидания человека от пребывания на занимаемой должности. Используя современные системы учета рабочего времени, можно проанализировать истинный вклад в процветание предприятия каждого из сотрудников, подобрав к нему индивидуальный подход, который приведет к заметному росту продуктивности.

Мотивация функционирующего на предприятии персонала – это значимый способ увеличить общую производительность труда, она является основным направлением кадровой политики всех результативных организаций. При умело построенной системе мотивации даже самый ленивый работник способен продемонстрировать хорошие результаты [1].

Внедрение мотивационной системы должно реализовываться планомерно и поэтапно. Главное – заручиться поддержкой персонала посредством их информирования, не отступая от начатого при появлении трудностей:

1. Необходимо обозначить четкие цели, осуществимые путем внедрения системы мотивации.
2. Далее необходимо сформировать группу из компетентных специалистов, которая будет заниматься внедрением системы мотивации, отслеживая ее результаты.
3. Рабочая группа проектирует и утверждает план по внедрению мотивационной системы
4. Важнейший этап: разработка запланированных программ поощрения с их отражением в документации предприятия. Выбираются те типы мотивации работников, которые будут использоваться на конкретном предприятии.
5. Введение программ поощрения в жизнь предприятия.
6. Необходимое фиксирование результатов и внесение необходимых правок.

Чтобы подобрать правильную систему мотивации было проведено анкетирование, позволяющее определить факторы, которыми работники не довольны и определить их потребность в совершенствовании кадровой политики в данной области.

Таблица – Удовлетворенность респондентов различными сторонами своей работы

Показатели	Удовлетворены	Затруднились ответить	Не удовлетворены
1.Размер заработка	69,5%	2%	28,5%
2.Режим работы	75%	7,5%	17,5%
3.Социальные льготы	2,5%	7%	90,5%
4.Самостоятельность в работе	69%	15%	16%
5.Возможность продвижения по службе	18%	17%	65%
6.Санитарно-гигиенические условия	63%	20,5%	16,5%
7.Отношения с коллегами	20%	14%	66%
8. Отношения с непосредственным руководителем	70,5%	15,5%	14%

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании полученных данных

Анализ проведенного анкетирования показал следующие результаты: работники в целом удовлетворены своей жизнью и работой в целом. Подтверждая общепризнанное мнение работники

полагают, что заработная плата в довольно большой степени побуждает результативно работать, а удовлетворенность величиной зарплаток однако не слишком высока.

Как и любой процесс мотивация состоит из своих элементов. К базовым можно отнести — потребность, мотив и цель.

Потребность — это состояние человека, вызванное чувством нужды в объекте, необходимое для его нормального существования. Потребность является одной из основных движущих сил, благодаря которым человек приобретает смысл и становится целеустремленным.

Мотив — это побуждение человека к тому или иному виду активности, направленный на результат.

Цель — конечный результат, к обладанию которого стремится человек [2].

Общая схема мотивационного процесса, отражающая его многоступенчатость, цикличность и взаимосвязь представлена на рисунок 1.



Рисунок 1. – Схема протекания мотивационного процесса

Примечание: Источник – Собственная разработка на основании [3]

Представленная выше схема является обобщённой, ведь действительный процесс мотивации является более сложным, многогранным и многозадачным механизмом. Любая активность человека вызвана именно мотивом, который подразумевается не постоянной единицей, а переменной, которая образовывается и зависит от многих факторов: социального положения, материального благополучия, общественного мнения, способности, образования и других, поэтому прогнозирование поведения членов коллектива довольно затруднительно.

На вопрос: «Какой из видов мотивации вас заинтересует в первую очередь?» респонденты ответили следующим образом (рисунок 2).

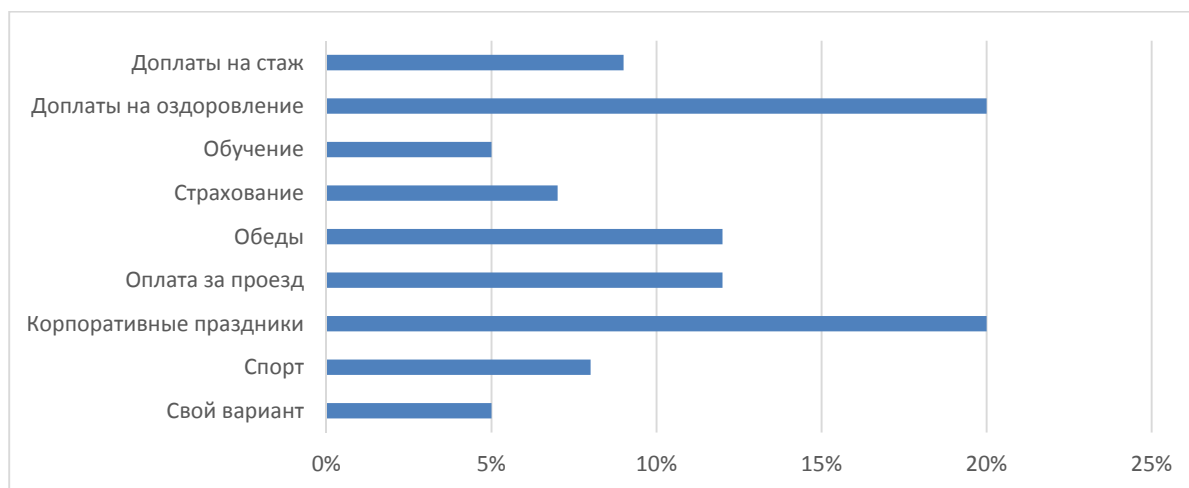


Рисунок 2. – Схема протекания мотивационного процесса

Примечание – Источник – Собственная разработка на основании полученных данных

Из всего выше изложенного можно сделать один главный вывод: любая система мотивации должна быть признана сотрудниками справедливой, иначе она не будет эффективна.

В настоящее время добиться успеха, обесценивая проблему мотивации персонала, нельзя. Проведение программ стимулирования труда постоянно требует больших затрат, но результат, кото-

рый они могут принести, намного больше. Ведь именно сотрудники являются основным ресурсом компании. Эффективность их работы определяет результат деятельности организации. Достичь максимальной отдачи можно только тогда, когда выгоду от труда работника имеет и компания, и она сам. Поэтому для достижения наилучших результатов работы компании необходимо найти те мотивы, которые движут каждым сотрудником в его трудовой деятельности.

Список использованных источников

1. Учебное пособие / Под общ.ред. С.Ю. Трапицына. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. – 240 с.
2. М. А. Реньш. Организационная психология. Учебное пособие. – Екатеринбург, 2009.
3. М. Мескон, М. Альберт, Ф Хедоури. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1999.

УДК 339.138

ПРОДВИЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ ПАРТНЕРСКОГО МАРКЕТИНГА

В.В. Недбайленко, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова**, ст. преподаватель

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

За последние 10 лет интеграции и коллаборации стали неотъемлемой частью в маркетинге и разных сферах бизнеса.

Партнёрский маркетинг (англ. *affiliatemarketing*) — это продвижение товаров или услуг через посредников или партнёров. Для бизнеса это способ дотянуться до новых аудиторий и получить новых клиентов с помощью ресурсов партнёров. Благодаря партнёрскому маркетингу блогер, трафик-менеджер или целая компания смогут получить дополнительный источник дохода со своих социальных сетей, блога и других каналов коммуникации.

Тренд на партнёрский маркетинг растёт, компании нанимают специалистов и создают специальные отделы. В первую очередь такой вид маркетинга стал популярным из-за низких расходов. Всё, на что тратится компания, — это комиссии с продаж, фиксированные выплаты и затраты на производство контента. Если грамотно выбрать партнёра и таргетироваться на нужный сегмент аудитории, конверсия в покупку будет высокой.

Виды маркетинга партнерских отношений:

- классический партнерский маркетинг — это модель, при которой компании платят посредникам процент или фиксированную выплату за продвижение своего продукта.

Чаще всего продавцы и партнёры знакомятся на специальных площадках, которые называются партнёрские или CPA-сети (от англ. *Cost Per Action*, «ценазадействие»), такие как *Admitad*, *Leads*, *MyLead*, *Adv.Cake*.

Большие корпорации также создают собственные партнёрские программы и предлагают продвигать продукты с помощью реферальных ссылок и персональных промокодов. Партнёрские программы есть и у крупных магазинов, таких как *Алиэкспресс* и *Майшоп*.

Коллаборация – это модель партнёрского маркетинга, при которой бренды ищут партнёров напрямую, отправляют коммерческие предложения, договариваются и создают взаимовыгодный промоушн.

Коллаборация может быть односторонней, когда партнёр берёт промокод и передаёт его своей аудитории. Двухстороннюю коллаборацию ещё называют кросс-промоушн (англ. *cross-promotion*, «перекрёстное продвижение»), когда компании продвигают друг друга и работают по системе *win-win* (англ. «победа без проигравших»).

Форматы партнерского маркетинга:

1. Офферная интеграция – вид сотрудничества, когда партнёр размещает на своих ресурсах специальное предложение и промокод на скидку.

Для таких интеграций подходит бизнес с программой лояльности или задачей довести клиента до целевого действия. Например, банку нужно повысить транзакционную активность, то есть сделать так, чтобы люди чаще расплачивались картой. Клиент перестал активно что-то покупать, но деньги на карте есть. Банк может начать партнёрство с магазином одежды и предлагать клиентам,

которые заинтересованы в этом сегменте, совершить операции по карте на определенную сумму в обмен на скидку 10% в магазине.

2. Контентная интеграция – опубликованные на ресурсе одного из партнёров специальный проект, квиз, статья или гайд; участие в конференции, подкасте или интервью.

3. Продуктовая интеграция — формат, в котором два или больше брендов делают вместе один продукт. Например, блогер собрала вокруг себя компании по производству органических продуктов, они выпустили «EcoFriendlyBox» — коробку натуральной косметики, полезных перекусов и украшений ручной работы. Небольшие компании получили продажи и внимание целевой аудитории благодаря популярности блогера[1].

Рассмотрим преимущества и недостатки партнерского маркетинга.

Партнерский маркетинг имеет очевидные плюсы:

- взаимовыгодное сотрудничество. Вы не только привлечете новых клиентов, но и укрепите отношения с другими участниками рынка. Чем больше партнеров вас рекламируют, тем легче рекомендовать себя как надежного продавца.

- Рост прибыли. Лояльные клиенты ваших аффилиатов доверяют им и примут рекламу как полезную рекомендацию. Поэтому будьте готовы с самого старта партнерской кампании к потоку новых заказов, чтобы не упустить ни одного нового покупателя и обеспечить хороший сервис.

- Бессрочность. Сотрудничать с аффилиатами можно на постоянной основе. Сроки зависят от специфики задач. Для привлечения внимания к разовой акции порой достаточно и недели рекламы, а для расширения бизнеса потребуются месяцы или даже годы сотрудничества.

- Высокий уровень креатива и новые возможности. Маркетинговая кампания, которую готовят одновременно два бренда, получается более яркой и ориентированной на широкую целевую аудиторию. Это помогает быстро повысить уровень узнаваемости и громко заявить о себе.

- Прозрачная аналитика. Отслеживать результаты продвижения можно через партнерский модуль. Каждый переход по аффилированной ссылке на ваш сайт с ресурса партнера будет отдельно отображаться в сервисах аналитики.

- Универсальность. Партнерский маркетинг подойдет всем, кто не планирует вкладывать много усилий и финансов в рекламу. С помощью аффилиатов вы обеспечите себе стабильный поток клиентов с разумными затратами.

- Готовые решения. Для поиска аффилиатов есть специальные платформы: Admitad, Zacrossim или AffiliatePlatform.

- Крупные компании неохотно соглашаются сотрудничать, если потенциальный партнер предлагает продукт для узкой аудитории или планирует вывести на рынок новинку.

- Партнерский маркетинг работает только как вспомогательный инструмент продвижения. Чтобы достичь стабильно высоких результатов, потребуются и другие маркетинговые инструменты и приемы.

Как построить эффективный партнерский маркетинг.

Чтобы партнёрский маркетинг приносил прибыль, нужно придерживаться правил:

- выбирать подходящих партнёров. Компаниям нужно искать веб-мастеров с опытом в нише, которые при этом не заняты продвижением конкурентов.

- Выбирать надёжные и удобные платформы. Это избавит от проблем со статистикой и выводом денег через партнёрскую программу.

- Напрямую отправлять правильное коммерческое предложение. Оно должно быть кратким и сразу рассказывать о сути и выгоде для партнёра.

- Сразу отслеживать конверсию от партнёрских акций и веб-мастеров. Делать это можно с помощью разделов «Статистика» в партнёрских программах или сервисов Яндекс Метрика и GoogleAnalytics.

- Не переусердствовать с коммуникациями с одним и тем же партнёром. Если это быстрорастущий бренд с сильным притоком аудитории, коллаборации можно делать раз в полгода.

- Работать этично и не пользоваться серыми методами для привлечения трафика [2].

Используя партнерский маркетинг на предприятии, можно достичь высоких показателей деятельности. Однако, чтобы заставить данный инструмент работать как полагается, нужно хорошо изучить его особенности. А их на самом деле немало, и тут придется постараться. Зато если реали-

зывать все возможности, которые предоставляет партнерский маркетинг, то финансовая прибыль может начать выражаться просто в неприличных цифрах.

Список использованных источников

1. Как работают партнерские программы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-partnerskii-marketing/> - Дата доступа: 03.04.2023.
2. Affiliate-маркетинг: что это такое и зачем он нужен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-affiliate-marketing-i-kak-ego-ispolzovat/> - Дата доступа: 04.04.2023.

УДК 65.011.56

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА МЕНЕДЖМЕНТ

А.Р. Пархоменко, О.А. Юрченко, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова**, старший преподаватель

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Искусственный интеллект (ИИ) повлияет на каждую работу, в каждой отрасли и в каждой стране. Есть серьезные опасения, что ИИ полностью сократит рабочие места. Многие отчеты раскрывают суровые реалии автоматизации рабочей силы, особенно для определенных видов работ и демографических данных.

Тем не менее, несмотря на эти реалии, мы начинаем принимать наш новый мир ИИ и внедрять эти технологии, поскольку видим новые потенциальные возможности. Другие исследования подчеркивают, как ИИ будет создавать больше рабочих мест или просто удалять задачи внутри рабочих мест.

Теперь, когда ИИ устраняет многие административные задачи, обычно выполняемые менеджерами, их роли эволюционируют, чтобы больше сосредоточиться на гибких, а не на сложных навыках [1, с. 98].

В современной технологической среде у менеджеров есть множество инструментов на выбор, чтобы повысить производительность своей команды и обеспечить бесперебойный поток клиентов или потенциальных клиентов для своего бизнеса. С помощью ИИ они могут отвлекаться от рутинных задач и повысить ценность бизнеса.

Мы медленно переходим от мира, в котором «людей» считают главными, к «данным», которые становятся более важными. Крупные технологические компании, такие как Google, Meta и другие, используют большое количество данных для анализа потребностей своих клиентов и предоставления соответствующих услуг. Бизнес-менеджеры с помощью искусственного интеллекта могут предсказывать будущие тенденции, прогнозировать прибыль и принимать более обоснованные решения [1, с. 105].

Искусственный интеллект может анализировать огромные объемы данных и извлекать из них ценные сведения. Предположим, что компания последние пару лет терпит убытки, и руководитель несет ответственность за получение действенной информации с использованием данных. Он не может просмотреть все данные. Если поместить те же данные в модель ИИ, то она изучит данные намного быстрее и даст руководителям необходимую информацию.

Менеджеры в организации тратят большую часть своего времени на выполнение различных административных, координационных и контрольных задач. Например, менеджеры по персоналу должны постоянно подстраивать графики смен из-за болезней сотрудников, отпусков и т. д.

От адаптации сотрудников до анализа производительности ИИ может предложить множество преимуществ для процессов управления персоналом [2].

Вот несколько примеров использования ИИ в отделе кадров:

1) Автоматизация работы: с помощью Robotic Process Automation можно автоматизировать трудоемкие задачи, такие как анализ резюме, расчет заработной платы, ответы на запросы сотрудников, оценка производительности, планирование встреч в зависимости от доступности участников и т. д.

2) Собеседования при приеме на работу: ИИ может упростить процесс собеседования и берет

на себя значительную часть нагрузки менеджера по персоналу. В этом случае наблюдаются следующие преимущества:

- легкость в составлении списка резюме из большой базы данных;
- видеointервью с аналитикой на основе ИИ может отслеживать выражение лица кандидата, когда он отвечает, чтобы рассчитать уровень его уверенности.

3) Ответы на заявки и запросы: необходимо как можно быстрее связаться с кандидатами, в противном случае потеря кандидата конкурентами становится большой вероятностью. Кандидаты, у которых есть вопросы о своей кандидатуре и другой соответствующей информации, ищут быстрые ответы. Чат-боты с искусственным интеллектом могут ускорить выполнение этой задачи и снизить нагрузку на отдел кадров.

Чат-боты с искусственным интеллектом выполняют самые важные задачи, такие как:

- своевременные ответы на запросы как сотрудников, так и кандидатов; – информирование кандидатов об обновлениях;
- интерактивность сбора отзывов от сотрудников.

4) Возобновление скрининга: существующие системы отслеживания кандидатов (ATS) сыграли важную роль в снижении нагрузки. Спонтанная гибкость выступает в качестве конкурентного преимущества ИИ по сравнению с системами, основанными на критериях. ИИ может просматривать тысячи резюме от сторонних поставщиков кандидатов, которых использует компания. И даже могут быть запрограммированы на добавление в их ATS только наиболее подходящего кандидата.

В конечном итоге ИИ окажется дешевле, эффективнее и потенциально более беспристрастным в своих действиях, чем люди. Но такой сценарий не должен вызывать беспокойства у менеджеров. Это просто означает, что их работа изменится, чтобы сосредоточиться на вещах, которые могут делать только люди. Написание отчетов о доходах – это одно, но разработка сообщений, которые могут привлечь сотрудников и создать ощущение цели, – это человеческий процесс. Отслеживание графиков и ресурсов может вскоре попасть в юрисдикцию машин, но разработка стратегии остается безошибочно человеческой. Таким образом, рекомендуется внедрить ИИ, чтобы автоматизировать администрирование и усилить, но не заменить человеческое суждение [3, с. 509].

Если нынешняя нехватка аналитических талантов является каким-либо индикатором, то организации не могут позволить себе ждать и посмотреть, готовы ли их менеджеры работать вместе с ИИ. Чтобы подготовить себя и свои организации к видам работы под руководством человека, которые приобретут все большее значение, когда технологии возьмут на себя более рутинные задачи, лидеры должны предпринять следующие шаги:

- чтобы ориентироваться в неопределенном будущем, менеджеры должны экспериментировать с ИИ и применять свои идеи в следующем цикле экспериментов;
- стоит принять новые ключевые показатели эффективности, чтобы стимулировать внедрение;
- необходимо разработать стратегии обучения и найма для навыков творчества, сотрудничества, эмпатии и суждения [3, с. 789].

Не будет преувеличением сказать, что искусственный интеллект в управлении бизнесом помогает во всех аспектах. Будь то для простых задач, таких как предложение продуктов или предоставление клиентам базового обслуживания. Даже в сложных мероприятиях, таких как тестирование программного обеспечения и завершение обширных процедур решения проблем. По этой причине важно сказать, что искусственный интеллект стал неизбежным фактором в нашем мире. Таким образом, ИИ не заменит работу менеджера; он будет дополнять его. Будущее работы — это то, где роботы и люди будут работать совместно, помогая друг другу выполнять работу быстрее и эффективнее, чем когда-либо прежде. Даже если грядущие изменения не наступят сразу, темпы развития высоки, а последствия более перспективны, чем думает большинство руководителей и менеджеров. Те менеджеры, которые способны оценить, как будет выглядеть рабочая сила будущего, могут подготовиться к появлению ИИ. Им необходимо рассматривать это как возможность процветания.

Список использованных источников

1. Боровская Е.В. Основы искусственного интеллекта: учебное пособие / Е. В. Боровская, Н. А. Давыдова – Москва: Лаборатория знаний, 2020. – 130 с.
2. Цифровизация отраслей экономики // Гипросвязь. Режим доступа:

УДК 659

ПРОДВИЖЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Н.В. Плеханов, 3 курс

Научный руководитель – Ю.О. Тихоновская, ассистент

Полесский государственный университет

Актуальность данной темы заключается в том, что в настоящее время сложно отрицать тот факт, что феномен Интернет существенно повлиял на реалии современного мира.

Сфера Интернет-маркетинга развивается с довольно высокой скоростью, постоянно приобретая все новые особенности и развивая новые инструменты продвижения среди молодежи. Более того, достаточно непостоянны также и тенденции, популярные среди пользователей. По этой причине, можно сказать, что для того, чтобы эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией необходимо оперативно отслеживать все изменения, учитывать особенности каждого пользователя и не упускать из внимания актуальные течения на данный момент.

Интернет-маркетинг позволяет интегрировать в себя всевозможные маркетинговые методы продвижения товаров и услуг, при этом включает в себя те же составляющие: стоимость, развитие (наличие сайта, контекстная реклама, социальные сети, контент-маркетинг, мобильное приложение) и непосредственно товар.

Интернет-аудитории прямо пропорционален росту рынка интернет-рекламы. Естественно, интернет-реклама широко распространена в деловой среде, поэтому формы рекламы и источники рекламы меняются и совершенствуются каждый день: размещение рекламных видеороликов, реклама в онлайн-играх и т.д.

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Средства размещения рекламы в Интернете представлены на рисунке 1.

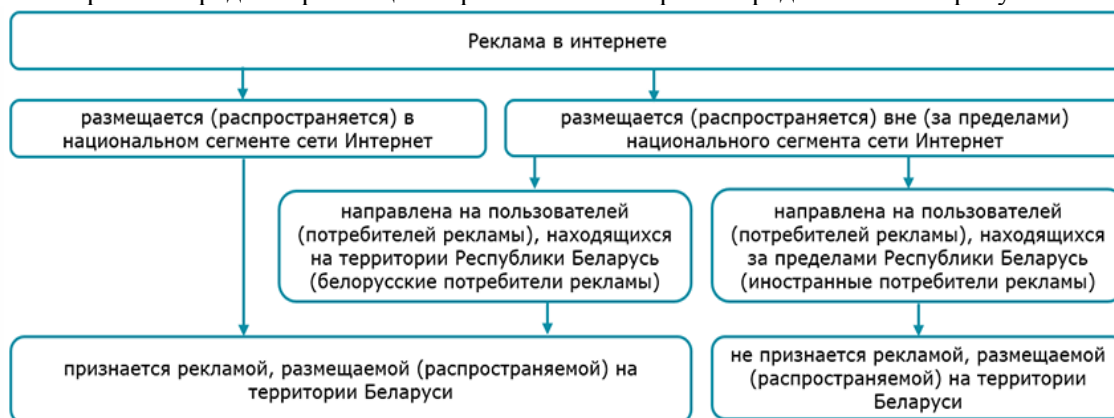


Рисунок 1. – Средства размещения рекламы в Интернете

Рекламные средства быстро меняются, как и наш мир. Хотя в ближайшие десять лет наверняка будут выходить газеты, журналы, сохранится телевидение и радио, трудно предвидеть, какие еще средства рекламы присоединятся к ним, какие укрепят свою позицию, а какие канут в небытие.

Одна из задач в рекламе – ознакомление с новыми рекламными средствами, чтобы можно было использовать такие, которые увеличивают область воздействия, результативность и окупаемость рекламы.

Просматривая аналитику сайта ОАО «АСБ Беларусбанк», можно увидеть, что за последний месяц уменьшилось посещаемость сайта. Можно заметить, что большего всего людей заходит через

телефон, чем через компьютер. Уменьшение посещаемости, может быть вызвана многими факторами, начиная от редкости обновления сайта и заканчивая переобновлением сайта, из-за чего интернет может либо не заметить сайт, либо не поднимать его в поисковой системе из-за переобновления.

Анализ посещаемости сайта по времени отображен на рисунке 2.

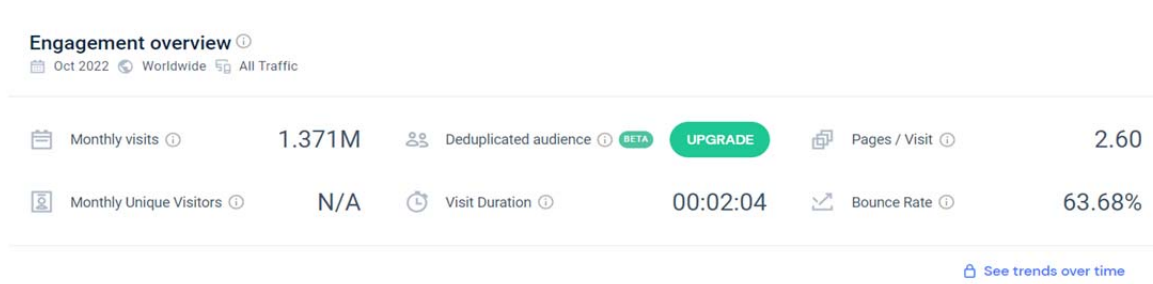


Рисунок 2. – Посещаемость сайта ОАО «АСБ Беларусбанк» по времени

В результате данных видно, что в среднем люди посещают сайт 2:04 минуты, что говорит нам о том, что людям неинтересно просматривать информацию сайта или неинтересен перечень предлагаемых услуг. Говорит нам о том, что стоит начать общение с потребителями и узнать, что им будет интересно наблюдать на сайте.

Просматривая анализ посещаемости сайта ОАО «АСБ Беларусбанк» из других стран, можно увидеть, что большая часть посещает сайт в нашей стране, но и другим странам тоже интересен сайт банка, хотя и не в значительной мере (рисунок 3. и 4.).

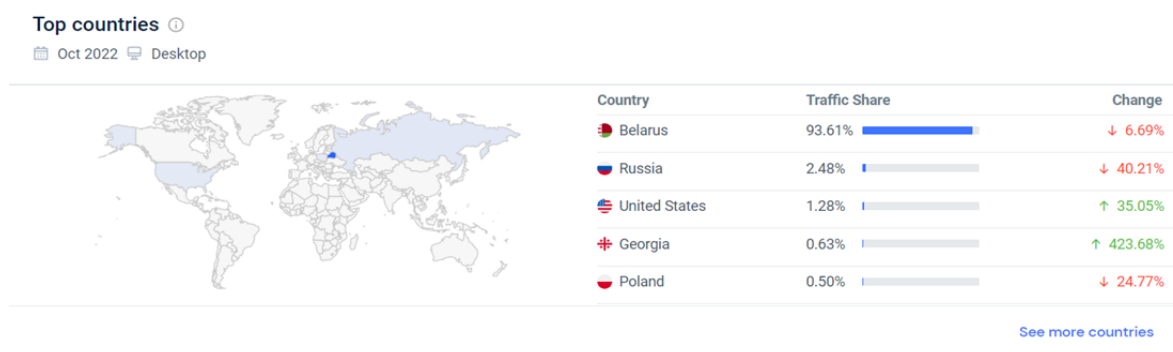


Рисунок 3. – Посещаемость сайта ОАО «АСБ Беларусбанк» по странам

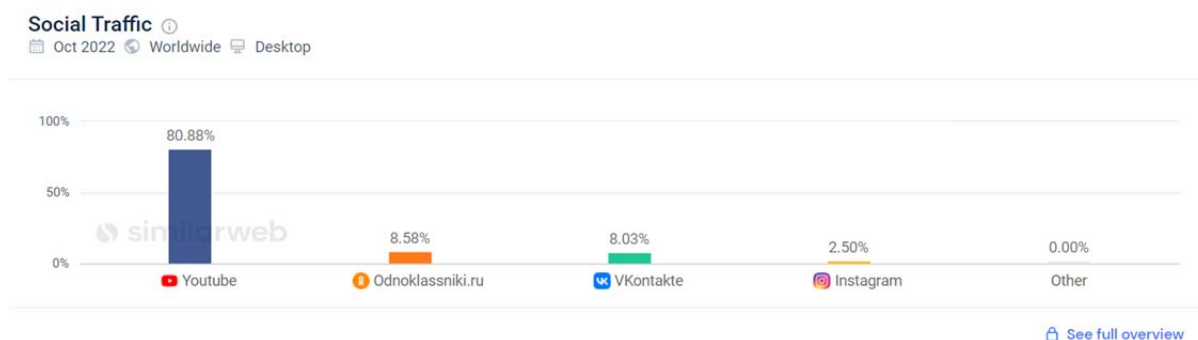


Рисунок 4. – Процент посещаемости социальных сетей ОАО «АСБ Беларусбанк»

Анализируя посещаемость сайта, можно увидеть, что больше всего потребителей просматривают информацию о банке в Youtube, что говорит о быстром развитии осведомленности через небольшие видео о банке.

Сегодня сайты социальных сетей являются хорошо за рекомендовавшимися себя маркетинговыми каналами. Большинство организаций создали и создают учетные записи в большой тройке: Instagram, Facebook, Vkontakte. Компании, которые не создали учетные записи, обычно утверждают, что социальные сети не имеют большой ценности для их бизнеса. Банки часто попадают в эту группу.

Большую часть потребителей рассматривает банковское дело как повседневную необходимость, чего они предпочли бы избежать, если бы могли. Творческий подход к банковским маркетинговым кампаниям может изменить это, особенно если банки интегрируют такие идеи как приложение с финансовой грамотности и корпоративным героем для обучения клиентов банка, показывая в каких банкоматах присутствует наличные и быстрая консультация через корпоративного героя; добавить аналитику покупок; QR-коды с информацией о банке для студентов Полесского Государственного Университета, а и в будущем для всех; копилка от Беларусбанк, чтобы можно было откладывать средства на будущее.

Таким образом, предложенный план мероприятий позволит предприятию увеличить частоту пользования, что повлечет за собой привлечение новых клиентов, увеличение объема продаж и повышение прибыли.

Список использованных источников

1. Егорова О.В Анализ методов оценки эффективности рекламной кампании// О.В. Егорова. IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум».
2. Егорян Л.Б. Методический аппарат оценки интернет-рекламы как инструмент повышения эффективности бизнеса // Л.Б. Егорян: дис. ... канд. эконом. Наук.: 08.02.12/ Ильенкова Наталья Дмитриевна. -2015. – 167 с.
3. Егорян, Л.Б. «Клик-фрод», как актуальная проблема оценки эффективности Интернет-рекламы методики выявления и пути решения // Л.Б. Егорян. Транспортное дело. – 2015. – № 1 часть 2. – 235 с.

УДК 338.23

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Н.В. Плеханов, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, ассистент, м.э.н.

Полесский государственный университет

Актуальность продвижения бухгалтерских услуг в социальных сетях имеет большую роль в настоящее время, так как все больше людей и компаний используют социальные сети для поиска информации и услуг. Кроме того, социальные сети позволяют бухгалтерам установить более тесный контакт с аудиторией и потенциальными клиентами, что может привести к увеличению числа заказов и улучшению имиджа компании.

Для любого бизнеса качественная бухгалтерия не менее важна, чем правильный менеджмент. Рынок бухгалтерских и юридических услуг консервативен: в первую очередь люди пытаются найти сотрудника по рекомендации, и лишь затем продолжают поиск в интернете. Поэтому очень важно уделять внимание грамотному продвижению в сети.

Кроме того, продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях может помочь улучшить имидж компании. Бухгалтеры могут использовать социальные сети для публикации полезной информации о налогах, бухгалтерском учете и других финансовых вопросах, что может улучшить репутацию и повысить авторитет страницы.

Проблемы продвижения бухгалтерских услуг в социальных сетях могут быть связаны с главными недостатками социальных сетей (таблица).

Таблица – Проблемы и пути решения бухгалтерских услуг

Проблемы продвижения	Пути решения
Понимание потенциальных клиентов, какие услуги предоставляет бухгалтер	Создание интересного и полезного контента, который будет привлекать внимание потенциальных клиентов. Это может быть информация о новых законах и изменениях в налоговом законодательстве, советы по ведению бухгалтерского учета, ответы на часто задаваемые вопросы
Отсутствие интересного контента	Больше фокусироваться на клиенте, что именно их интересует и какие услуги они ищут и регулярное обновление контента, чтобы поддерживать интерес и привлекать новых подписчиков
Неправильный выбор целевой группы	Перед тем, как входить в социальные сети, нужно узнать какие проблемы и интересы может решить и удовлетворит этот бухгалтер
Высокая конкуренция	Нужно выделить самый продуктивный метод конкуренции с точки зрения привлекательности для потребительских услуг
Ограничения возможностей рекламы	Больше фокусироваться на той социальной сети, которая разрешает продвижение бухгалтерских услуг
Недостаток подписчиков на странице	Привлечение подписчиков на страницу. Это можно сделать с помощью рекламы в социальных сетях, проведения конкурсов и акций, сотрудничества с другими компаниями и блогерами

Выводом из таблицы является то, что личный бренд – это не только правильно подобранная аватарка, фирменный стиль и интересный контент. Это еще и tone of voice, модель поведения в обществе, отношения к аудитории.

Социальная сеть – это прекрасная возможность рассказать свою историю, честно обсудить свои проблемы и провалы, поделиться ошибками. Это повышает лояльность клиентов и устанавливает с ними более тесную связь [1].

Некоторые социальные сети дают возможность загрузить на страницу услуги с описанием и ценами. Позволяют организовать онлайн-запись на консультации или обучение.

Наличие соцсети у бухгалтера-фрилансера повышает доступность аудитории к бухгалтерским услугам: невозможно быть онлайн постоянно, а блог функционирует и дает необходимую информацию в любое время суток.

В целом, продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях требует терпения и упорства, но при правильном подходе может привести к увеличению клиентской базы и улучшению репутации компании.

Таким образом, продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях помогает увеличить доходы из страницы в социальных сетях. Бухгалтера могут использовать социальные сети для рекламы своих услуг и привлечения новых клиентов. Они также могут использовать социальные сети для продвижения своих продуктов и услуг, таких как инфо-продукты и инфоповоды.

Продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях имеет большую актуальность и может помочь бухгалтеру привлечь новых клиентов, улучшить имидж компании и увеличить продажи и доходы.

Список использованных источников

1. Гамаюнов, Б.П. Маркетинг и продажа услуг: книга о правильной продаже и покупке услуг / Б.П. Гамаюнов, Г.Н. Дятлова. – Рн/Д: Феникс, 2010. – 413 с.

Н.В. Плеханов, 3 курс

Научный руководитель – Е.В. Хмельницкая, м.э.н.

Полесский государственный университет

В современных условиях актуальность SMM в организациях обусловлена тем, что больше всего люди заходят в социальные сети отдохнуть, отвлечься от реального мира поэтому и контент будет соответствующий. Юмор, красивые картинки, отзывы скорее смогут заронить мысль в голову потенциального клиента о приобретении того или иного товара.

Важно сосредоточиться на размещении на страничке отзывов покупателей – при этом, они не должны выглядеть искусственно и однотипно. В этой всей работе помогает SMM, который контролирует и преобразует воображаемое в реальное.

Если посмотреть сейчас на рынок, то можно понять, что SMM развивается стремительно быстро и в нем нуждаются практически все организации. Поскольку Республика Беларусь не является ни новатором, ни проводником в мире digital, то и SMM на территории страны начал развиваться сравнительно недавно, поэтому доля рекламы через социальные сети, за год составляет всего 36%, от всей медиа рекламы [1, с. 6].

Если рассматривать данные маркетингового агентства «We are Social», из 9,44 млн. жителей нашей страны интернетом пользуется 8,03 млн. человек (85,1%), что на 3% больше, чем год назад. При этом за последние 10 лет количество интернет-пользователей в Республике Беларусь выросло более чем в 3 раза: в 2012 г. их было всего 3,73 млн. человек (рисунок 1).

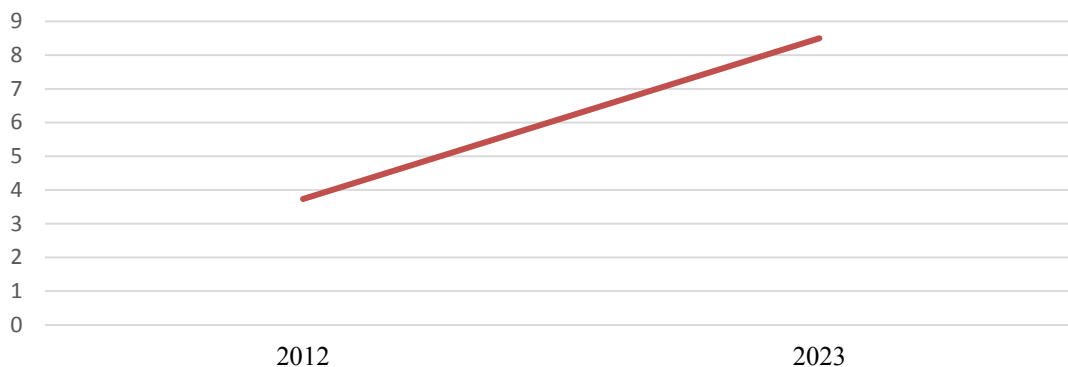


Рисунок 1. –Динамика пользования интернетом в Республике Беларусь

Социальными сетями пользуется 4,35 млн. белорусов (46,1% населения). В 2021г. эта цифра была меньше – 3,9 млн. человек или 41%. Таким образом, за предыдущий год количество пользователей социальных сетей увеличилось на 0,45 млн. человек, или 11%, и, по оценке специалистов, темпы дальнейшего роста будут оставаться высокими.

В гендерном разрезе 59,8% активных клиентов коммуникационных интернет-площадок – женщины, доля мужчин составляет 40,2%. Это один из самых низких показателей в мире.

Интересно, что 95,7% пользователей выходят в социальные сети с мобильных устройств.

Лидером по приведенному трафику на вебсайты является Pinterest с долей 25,55%. На втором месте расположился Вконтакте (15,16%), на третьем – Instagram (13,23%), который обошел Facebook (13,12%) и Youtube (12,94%). Замыкает шестерку лидеров Twitter с долей 10,84% (рисунок 2).

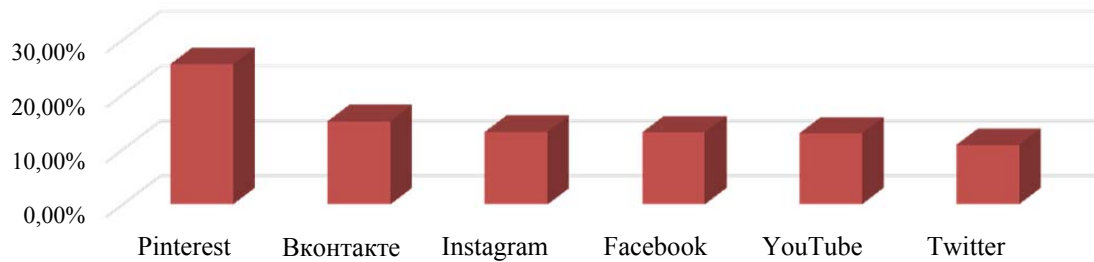


Рисунок 2. –Трафик пользования социальными сетями в Республике Беларусь

Отдельно стоит выделить статистику по использованию социальных сетей. Instagram в Республике Беларусь за 2022 год резко прибавил в количестве пользователей (+ 0,5 млн. человек) и стал лидером среди социальных платформ по числу подписчиков (3,7 млн. человек). По данным, представленным в отчете «Digital 2022: Belarus», рекламой в Instagram можно охватить 46,1% пользователей интернета старше 18 лет. 61,6% постоянных клиентов данной социальной платформы – женщины [2].

Работа с социальными сетями – на данный момент эффективный способ продвижения товара, услуги или информации. Люди во многом доверяют именно социальным сетям и форумам, вчитываясь в отзывы и комментарии других пользователей.

Главной задачей специалиста в этой сфере считается взаимодействие с аудиторией. Ему нужно стать частью сообщества и его лучшим другом.

Важно быть открытым, честным и смешным. Тогда потенциальные клиенты будут доверять и покупать.

Таким образом, можно сказать, что в Республике Беларусь предстоит дальнейшее развитие этой новой профессией. Если будет много SMM-менеджеров, это позволит сформировать сильных игроков на рынке, увеличить их количество. Так же увеличиться и конкуренция и конечно же ускориться развитие digital-услуг в Беларуси и СНГ. Только после этого организации начнут стремиться превзойти конкурентов качеством контента, инструментарием и кейсами.

Список использованных источников

1. Акимова, Д.Ю. Интернет-маркетинг и его влияние на развитие бизнеса [Текст] / Д.Ю. Акимова // Научные идеи в контексте модернизации современного общества: Материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – 128 с.
2. Диджитал-портрет Беларуси: интернет, мобильные устройства / [Электронный ресурс]. – <https://neg.by/novosti/otkrytj/didzhital-portret-belarusi-internet-mobilnye-ustroystva-i-sotsseti/> . – Дата доступа: 18.03.2023 г.

УДК 339.138

АНАЛИЗ И МОДЕЛИРОВАНИЕ УСПЕХА КЛИЕНТОВ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

А.С. Потапенко, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова, ст. преподаватель**

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

В предпринимательской деятельности фирмы постоянно возникают проблемы, обусловленные целесообразностью выявления возможности более полного удовлетворения потребностей существующих и потенциальных покупателей в необходимых товарах [1].

В современном цифровом маркетинге необходимо учитывать множество факторов для достижения успеха. Одним из важнейших является понимание того, каким образом клиент достигает

успеха при работе с продуктом или услугой. Внедрение различных механизмов позволяет получить глубокие знания об повседневном выборе клиентов среди различных типов продуктов и услуг, от которых они зависят [2].

Успех клиента может быть рассмотрен как образ мышления, так как сильная и уверенная умственная позиция, и умение мыслить позитивно - это ключевые факторы, необходимые для достижения успеха в бизнесе и личной жизни.

Как правило, успешные клиенты обладают такими качествами, как настойчивость, стремление к постижению нового знания, адаптивность к изменениям, способность к самоанализу и самоконтролю, решительность, гибкость и толерантность к риску.

В процессе работы с клиентом, помимо продуктивных коммуникаций и эффективной стратегии, порой приходится работать над формированием его мышления, развивая в нем качества и умения, которые помогут ему достигать желаемых результатов. Таким образом, образ мышления клиента в большой степени определяет его потенциал для успеха.

Успех клиента – это подход бизнеса к обеспечению того, чтобы клиенты достигали желаемых результатов от своих продуктов или услуг. Это может включать просветительскую работу, индивидуальное взаимодействие для понимания целей и задач или постоянное измерение удовлетворенности клиентов [3].

Моделирование успехов клиента является инструментом, позволяющим лучше понять этот процесс. Данный подход используется для определения того, какие метрики являются ключевыми для оценки успеха клиента, какие действия необходимо предпринимать, чтобы помочь ему достичь успеха и как можно оптимизировать процесс работы с клиентом для более эффективной работы [4].

Одним из основных принципов моделирования успехов клиента является сбор и анализ данных. Для этого используются различные инструменты, например, CRM-системы, аналитические платформы и так далее.

При сборе данных необходимо фиксировать различные метрики успеха, такие как доход, уровень удовлетворенности клиента, показатель повторных покупок. На основе этих метрик можно определить, какие действия были реализованы, чтобы достичь успеха, и какие действия необходимо предпринять в будущем, чтобы улучшить результаты.

Важно понимать, что успех клиента не зависит только от качества продукта или услуги, но и от того, как эффективно предоставляется сервис клиенту. Поэтому особое внимание должно быть уделено оптимизации процесса работы с клиентом.

Одним из ключевых шагов в оптимизации процесса работы с клиентом является использование автоматизированных систем, которые позволяют лучше управлять отношениями с клиентами. Например, можно использовать CRM-системы, которые позволяют легко управлять контактами клиентов, электронным письмом и многими другими аспектами.

CRM-система — программа, которая помогает управлять бизнесом. В неё можно загрузить базу клиентов, организовать учёт сделок, проанализировать воронку продаж и проследить за выполнением задач сотрудников [3].

CRM-платформы помогают автоматизировать процесс взаимодействия с клиентами, работниками, сохранять их данные и управлять ими. Многие фирмы начали внедрять такие интегрированные решения, что значительно облегчило ряд бизнес-процессов. Данная область продолжает динамично развиваться как на мировых рынках, так и в нашей стране.

В конечном счете, моделирование успехов клиента является важным инструментом для повышения эффективности работы в цифровом маркетинге. На основе сбора и анализа данных можно лучше понимать и оптимизировать процесс работы с клиентом, что поможет достичь большего успеха и увеличить прибыль.

Анализ успеха клиентов в цифровом маркетинге может быть выполнен с использованием различных метрик и инструментов:

1) Конверсия - одна из главных метрик успеха в цифровом маркетинге. Успешность кампании определяется количеством пользователей, которые совершили целевые действия на сайте (продажи, регистрации, подписки и пр.)

2) Количество трафика – общее количество посетителей сайта за период. Данные можно анализировать по источникам трафика и сравнивать с предыдущими периодами.

3) Количество лидов – количество пользователей, которые оставили свои контактные данные и проявили интерес к продукту или услуге.

4) ROI – возвращаемость инвестиций в маркетинг. Эта метрика поможет определить, насколько эффективно были использованы бюджеты на рекламу и другие маркетинговые инструменты.

5) Engagement – уровень вовлеченности аудитории. Эта метрика показывает, насколько активно пользователи взаимодействуют с контентом сайта, социальных сетей, рассылок и других каналов коммуникации.

6) SAC – стоимость привлечения нового клиента. Данную метрику можно рассчитать путем деления расходов на маркетинг на количество новых клиентов.

7) Churnrate – уровень оттока клиентов. Эта метрика показывает, сколько пользователей перестали использовать продукт или услугу за определенный период.

Все эти метрики могут быть анализированы с использованием специальных инструментов, таких как GoogleAnalytics, сервисы мониторинга социальных сетей и CRM-системы. Результаты анализа помогут определить наиболее эффективные каналы привлечения и удержания клиентов, а также оптимизировать маркетинговую стратегию [5].

Успех клиента в цифровом маркетинге может быть измерен различными показателями, такими как увеличение трафика на сайте на 20%, увеличение объема продаж на 50%, увеличение количества подписчиков в социальных сетях на 1000 человек и т. д. Главное, чтобы успех был проявлен в долгосрочной перспективе и приводил к росту бизнеса и укреплению бренда клиента.

В целом, для анализа и моделирования успеха клиентов в цифровом маркетинге необходима систематическая и своевременная оценка данных, которые позволяют оценить каждый этап взаимодействия с клиентами. Использование различных инструментов позволяет разработать более эффективные стратегии взаимодействия с клиентами и повысить уровень удовлетворенности клиентов, что существенно влияет на успех компании.

Список использованных источников

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л.Акулич – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 543 с.
2. Stephen, A.T.: The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Curr. Opinion Psychol.* 10, 17-21 (2016)
3. Роджерс, Д. Л. Цифровая трансформация. Практическое пособие; пер. с англ. – М.: Издательская группа «Точка». – 2017. – 344 с.
4. Кони́на Н.Ю. Менеджмент: теория, практика и международный аспект / Н.Ю. Кони́на и [др.] – 2 изд. исправ. и допол.; под ред. Кони́на Н.Ю. – Москва: Аспектпресс, 2021. – 432 с.
5. Lee, P. Y. Social media challenges for advertising business and creative management in the social media era. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 2014: 1 (1), 1-1 1.

УДК 64.033.2

УЛУЧШЕНИЕ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПУТЕМ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В.А. Русак, Е.С. Деревянко, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, магистр экон.наук
Полесский государственный университет

Изучение потребителей является основой для разработки каждого элемента комплекса маркетинга и в целом маркетинговой стратегии предприятия. В современных условиях рыночной экономики покупатель определяет, что производить, где, когда и по каким ценам продавать. В связи с этим маркетологам предприятий все чаще приходится прибегать к исследованию покупателей, пытаясь выяснить, кто покупает, что покупает, как покупает, когда покупает, где покупает, почему покупает, какова реакция на применяемые маркетинговые приемы. Если предприятие разобралось в том, как реагируют потребители на различные характеристики товара, цены, рекламные аргументы и т.д., оно будет иметь солидное преимущество перед конкурентами. Поэтому специалисты маркетинговой службы, как правило, тратят много усилий на исследование зависимостей между побудительными факторами маркетинга и ответной реакцией покупателей [1, с.113].

Поведение потребителя – деятельность, направленная непосредственно на приобретение, потребление товаров и услуг и избавление от них, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними [2, с. 312]. Сегодня рынок очень насыщен, каждый день появляются все новые товары, предпочтения потребителей меняются с огромной скоростью. По нашему мнению, понять поведение человека довольно сложно, и нет однозначного ответа на то, как привлечь покупателя.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что поведение потребителей является относительно новой областью знаний не только в Беларуси, но и в других странах. Рост значения поведения потребителей как области теоретических знаний, методических и практических решений обусловлен развитием рынка, усилением конкуренции, ростом требований со стороны потребителей.

Проанализируем поведение потребителей ООО «Агроинторг».

Общество с ограниченной ответственностью «Агроинторг» представляет собой сеть магазинов «СМАК» – на данный момент ведущую розничную сеть по торговле продуктами питания в городе Мозыре.

Для определения поведения потребителей супермаркета «СМАК» проведем анализ среднего чека, а также опрос покупателей данного супермаркета.

Для разделения всех покупателей розничной торговой сети «СМАК» на группы, объединенные определенными признаками, было проведено анкетирование. Численность города Мозыря составляет 105 тыс. чел., генеральная совокупность составит 500 человек. В ходе анкетирования посетителей были получены сведения, касающиеся:

- частоты посещений магазина (ежедневно, несколько раз в неделю, редко);
- средняя сумма чека (до 50 руб., от 50 до 200 руб., более 200 руб.);
- количество товаров в чеке (до 4, от 4 до 7, более 7);
- категория товаров;
- частота повторяемости покупок одних и тех же товаров;
- материальная обеспеченность;
- демография (пол, возраст);
- плюсы супермаркета «СМАК»;
- минусы супермаркета «СМАК».

По результатам опроса и анкетирования, было решено разделить всех посетителей «СМАК» на 5 условных групп потребителей, имеющих схожие определяющие признаки: «Новички», «Среднячки», «Старые клиенты», «Гурманы», «Обеспеченные».

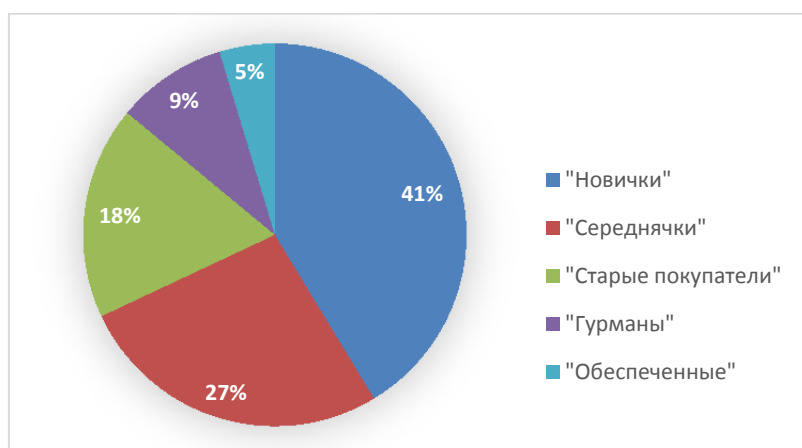


Рисунок – Группы потребителей «СМАК»

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Вывод: под поведением потребителей понимается сложный целенаправленный процесс, связанный с выбором, покупкой и использованием продукта. Для определения потребителей розничной торговой сети «СМАК» было проведено анкетирование, в ходе которого было установлено,

что для торговой сети характерны 5 условных потребительских групп, имеющих схожие определяющие признаки: «Новички», «Середнячки», «Старые клиенты», «Гурманы», «Обеспеченные».

Большую часть посетителей сети составляют «Новички» и «Середнячки», которых устраивает и качество товаров, и уровень сервиса. Однако именно «Гурманы» и «Обеспеченные» формируют около половины прибыли «СМАКа». Обе группы недовольны имеющимся сервисом в торговой розничной сети. Для того чтобы сохранить данных клиентов, в магазинах необходимо повышать уровень сервиса.

Понятно, что такой подход к построению системы качественного обслуживания (сервиса) требует значительных усилий и вложений, но необходимо понимать, что это всего лишь временные инвестиции, благодаря которым увеличиваются шансы на успех в ближайшем будущем.

Результаты подобных исследований выражаются в типологии потребителей, моделировании их поведения на рынке и прогнозе спроса.

Таким образом, воздействие сервисного обслуживания на потребителя является важной задачей работы предприятия. Эффективно организованная деятельность мотивирует потребителя совершить покупку, что приводит к увеличению товарооборота, а, следовательно, и прибыли.

Список использованных источников

1. Драганчук, Л.С., Поведение потребителей: Л.С. Драганчук, О.А. Якишик, 2008 – 113с.
2. Дубровин, И.А., Поведение потребителей: учебное пособие/И.А. Дубровин. – 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 312с.
3. Официальный сайт ООО «Агроинторг» [Электронный ресурс]. – Дата доступа: 15.03.2023

УДК 338.48-51(476)

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

А.В. Севко, 2 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Современное туристическое предприятие – это сложный, многоуровневый механизм, успешная работа которого напрямую зависит от того, как организованы его структура, внутренние и внешние информационные и финансовые потоки, и именно поэтому планирование его деятельности следует уделять значительное внимание.

Планирование туристической деятельности, как и любой другой, осуществляется посредством разработки бизнес-плана. Бизнес-план заставляет проанализировать каждый аспект деятельности и помогает оценить возможности роста, прибыли, риски и пр.

Специфика характера деятельности индустрии туризма определяет особенности бизнес-планирования туристической организации. Поэтому, для достижения успеха туристическому предприятию при составлении бизнес-плана необходимо учитывать следующие особенности.

В первую очередь, особенность сферы туризма заключается в том, что результатом деятельности туристической организации является комплекс услуг. Туристические услуги обладают рядом специфических черт. Основными из которых являются:

- неосязаемость;
- неотделимость от источника и объекта услуги (неразрывность производства и потребления);
- изменчивость (непостоянство качества);
- неспособность к хранению [1, 2].

В связи с этим планировать туристическую деятельность довольно непросто.

Второй особенностью, которую нужно учитывать, является то, что формирование туристического продукта складывается из услуг множества организаций из различных областей деятельности. Каждая организация осуществляет свою деятельность в соответствии с разной законодательной базой и на основе различных уставов. Что также создаёт некоторые сложности в планировании деятельности в сфере туризма. При этом, туристической организации необходимо тесно сотрудничать с многочисленными правительственными инстанциями, с работниками паспортных,

визовых служб, иностранных организаций и консульств, различных страховых и медицинских учреждений.

Следующая особенность заключается в том, что сфера туризма подвержена влиянию внешних факторов на качество туристических услуг. Индустрия туризма наибольшим образом зависит от погоды, в первую очередь от ее аномальных проявлений.

Смена предпочтений туриста также является немаловажным фактором, влияющим на планирование деятельности организации. Анализ туристического интереса является важной частью бизнес-планирования организации. Без его учета невозможно обосновать вероятный спрос на туристские услуги. В стратегических планах развития объектов туризма должны содержаться предложения по формированию и поддержанию к ним туристского интереса. Однако сложность здесь состоит в том, что туристский интерес обуславливается множеством разнородных и, порой трудно измеримых количественно, факторов. Это же можно сказать и о конкретных формах проявления туристского интереса, выражающих туристскую привлекательность объектов или территорий.

Изменчивым фактором является мода на какие-то определенные туры или страны. Существенные перемены в этой части могут серьезно осложнить положение туристической фирмы, у которой, например, заключены долгосрочные контракты с туроператорами, работающими в конкретной области. Кроме того, при ориентировании туристической фирмы на выездной туризм могут возникнуть осложнения политического характера, если, вдруг, принимающая страна окажется в сложном положении, например, начнутся беспорядки, перевороты, военные действия или стихийные бедствия. Это крайне негативно воспринимается потенциальными клиентами, и фирме придется срочно отменять уже заказанные туры, налаживать связи в новом регионе или даже возвращать уже уехавших туристов. Все это сказывается на имидже туристической фирмы, ее клиентской базе, а в конечном итоге, на доходности и окупаемости [3,4].

Также на деятельность туристической организации может влиять недоверие населения, основанное на невозможности получения личных выгод и боязни негативного воздействия на экологию, появление новых техник и технологий, экономическое состояние, политика, проводимая правительством принимаемой страны, социальная сфера, системы международных отношений и многое другое. Всё это необходимо учитывать при составлении бизнес-плана.

Ещё одной особенностью состоит в том, что туризм обладает сезонным характером. Данное обстоятельство должно учитываться при планировании деятельности организации. При этом, необходимо исследовать возможности смены главного профиля деятельности фирмы в «несезонный» период, во время затишья и спада потока клиентов. Кроме того, в межсезонье необходимы дополнительные меры стимулирования спроса: низкие цены, различные дополнительные услуги и т.д. [5].

И последняя особенность, которую хотелось бы выделить, это то, что туризм не является предметом первой необходимости человека. Туристические услуги, скорее, относятся к приобретениям, которые осуществляются при наличии некоторого избыточного дохода, поэтому спрос на услуги туристической фирмы напрямую зависит от уровня жизни населения и его платежеспособности.

Ярким примером влияния внешних факторов на планирование туристической деятельности является пандемия COVID-19. Закрытие государственных границ, отмена большинства регулярных и чартерных пассажирских авиаперевозок, приостановка работы туристических предприятий и других объектов туристической инфраструктуры привели к полномасштабному кризису международного туризма. Из-за пандемии туристические организации вынуждены были переориентироваться на внутренний рынок, что приводит к ужесточению конкуренции в условиях снижения потребительского спроса.

Пандемия коронавируса обусловила коренной пересмотр санитарно-гигиенических стандартов и стандартов безопасности туристов и экскурсантов, изменению технологий обслуживания в туризме и гостеприимстве с учетом новых реалий туристического обслуживания.

Таким образом, учёт вышесказанных факторов при бизнес-планировании позволит откорректировать бизнес-план на начальном этапе и не допустить неудач при реализации запланированных мероприятий в сфере туризма.

Список использованных источников

1. Практикум по бизнес-планированию в туризме / Е.А. Сергеева. – Электрон. дан. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2021-134 с.
2. Актуальные вопросы экономики, организации и управления в строительстве. Материалы Национальной научно-практической конференции (15 декабря 2017 г.) [Текст]: сборник трудов /Нижегор. гос. архитектур. – строит. ун - т; редкол. Д. В. Хавин, С. В. Горбунов, Т.В. Богачева – Н.Новгород: ННГАСУ, 2017-159 с.
3. Бизнес-планирование : учеб. пособие / К.Н. Вицелярова, Ю.Н. Захарова, М.Н. Попов. – Майкоп: Изд-во Магарин О.Г., 2018. – 132 с.
4. Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие для вузов/ Е.А. Джанджугазова. - 3-е изд., испр. и доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 257 с.
5. Учебник для студентов Бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Туризм»/ Под обьей редакцией к.э.н., доцента Т.В.Харитоновой; д.э.н., профессора А.В.Шарковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство-торговая корпорация “Дашков и К”, 2019. – 310 с.

УДК 331.103

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ HR-РЫНКА

К.В. Скробатун, 4 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Развитие любой сферы человеческой деятельности происходит путём преодоления трудностей и кризиса подобно цикличности экономики. Таким образом, пандемия стала причиной стремительных изменений в экономике, в частности, функционирования различных организаций. Множество крупных компаний пришли к ускоренному внедрению удалённой работы сотрудников. В этой ситуации в затруднительном положении оказался малый бизнес, однако так или иначе компаниям важна производительность труда работников.

В свою очередь кадры также стали более тонко подходить к выбору потенциального работодателя и условий труда, что в современном мире связано с острой потребностью в профессиональном росте, а также желании достичь самореализации, особенно среди молодого поколения. В связи с этим на сегодняшний день повсеместно наблюдаются изменения в сфере HR (Human Resource). Рассмотрим основные тенденции в данном направлении, которые необходимо учитывать каждому современному руководителю.

В первую очередь на рынке найма наблюдается активно набирает популярность развитие внешнего HR-брендинга. С целью повысить конкурентоспособность организации специалисты по найму работников работают в направлении разработки ценностных предложений (EVP). Высокий имидж компаний на трудовом рынке обеспечивает её способностью конкурировать с иными работодателями и способствует более эффективному отбору работников. В свою очередь положительная репутация является залогом быстрого найма персонала, снижения рекрутинговых и рекламных расходов, а также расходов на так называемый «хэдхантинг». В результате потенциальные специалисты активно стремятся трудоустроиться именно в эту организацию.

Потребность в создании внешнего HR-брендинга на сегодняшний день возникает у любой компании. В связи с этим рекрутерам и менеджерам необходимо уделить особое внимание данному направлению в том случае, если: поиск новых работников требует много времени; на вакансии нет откликов либо их недостаточно; фирма неизвестна соискателям; у конкурентов условия труда находятся на более высоком уровне; кандидаты часто отказываются от собеседования; организация нуждается в высококвалифицированных специалистах.

В таком затруднительном положении актуальность приобретает понятие внутреннего рекрутинга. Внутренний рекрутинг считается способом снижения затрат на привычный внешний поиск и найм работников, а также исключения риска излишней траты денежных средств. Отвечая на вопрос о преимуществах данного подхода, можно выделить следующие положительные эффекты от его применения: существенное сокращение сроков поиска специалистов; оптимизация расходов на поиск кадров; сокращение времени на адаптацию работников; мотивация сотрудников на профессиональное продвижение по карьерной лестнице; снижение рисков выгорания работников.

Ещё одним популярным направлением можно назвать удалённый набор персонала — современная тенденция, которая маловероятно уйдёт вместе с пандемией. К подобному способу прибегает всё больше и больше не только рекрутинговых компаний, но и государственных учреждений. Дистанционный формат работы в данном направлении является более экономичным по времени и удобным средством по поиску новых сотрудников в отличие от привычных методов. С помощью него и использования современных IT-инструментов для сферы рекрутинга стираются географические рамки по поиску новых кадров.

Значительные трансформации экономических процессов вынудили адаптировать работу предприятий к новым условиям, однако подобный переход на «онлайн» в долгосрочной перспективе оказался затруднительным. Специалисты в сфере HR предрекают то, что специалисты более склонны к работе в привычном формате и вскоре у них возникнет потребность вернуться в офисы. Перевести свои коллективы с режима удалённой занятости на традиционный режим работы планируют 50% иностранных компаний. Изменения коснулись и российских специалистов.

В 2019-2020 гг., а именно в самый разгар тенденции перехода на удалённый режим работы в тех сферах, где это возможно, HR-специалисты Microsoft провели своё крупное исследование. [1] Они опросили 61182 сотрудников и в результате им удалось выяснить, что подобный формат работы нарушил коммуникационные связи в коллективе. У многих сотрудников ухудшился процесс передачи знаний среди коллег и, соответственно, снизилась способность работников к производству качественной продукции.

Также рассмотрим пример исследования компании «Ростелеком Солар», которые провели опрос среди различных организаций, согласно результатам которого удалось выяснить, что почти в каждой пятой компании руководители обеспокоены снижением эффективности работы сотрудников в удалённом режиме. Кроме того, ухудшаются и финансовые результаты их деятельности. Приведём немного статистики из исследования «Ростелеком Солар»: 46% руководителей обеспокоены вопросами эффективности удалённого труда сотрудников; 56% представителей организаций называют основной причиной снижения эффективности удалённых сотрудников несовершенство организационных процессов; 70% опрошенных признают, что в их компаниях не используются какие-либо автоматизированные программные средства управления эффективностью сотрудников. [2]

Проблема снижения эффективности дистанционного труда в той или иной степени тревожит менеджеров почти половины опрошенных компаний. 56% организаций из этой выборки считают причиной возможного снижения производительности труда несовершенство организационных процессов, которые обострились при переходе в онлайн. Около 30% говорят о снижении контроля со стороны руководства, остальные делают акцент на неэффективности внедряемых инструментов, предназначенных для дистанционной работы.

Помимо организации взаимодействия сотрудников, крайне важно уделять внимание такому современному направлению в управлении персоналом, как концепция well-being, которая представляет из себя некий комплекс мероприятий по работе с внутренним (моральным) состоянием работника. На данный момент концепция well-being входит в топ тем среди HR-специалистов и незаслуженно игнорируется многими отечественными работодателями.

Выделим несколько современных технологий, на которые стоит обратить внимание менеджерам для обеспечения эффективности системы найма работников и достижения эффективности их труда. В первую очередь следует сделать акцент на CRM-системах рекрутинга. В облачных IT-сервисах для анализа и ранжирования информации из разных источников используются искусственный интеллект и инструменты машинного обучения. Также можно внедрить платформы для обеспечения внутренней работы с сотрудниками. Подобные HR-инструменты помогают создать комфортную онлайн-среду для адаптации стажеров, обучения и повышения квалификации кадров, обработки обратной связи от сотрудников.

В дополнение уместно использовать системы предиктивной аналитики. Новые технологии в сфере рекрутинга требуют быстрой обработки больших объёмов информации, грамотного понимания подвижек на рынке труда и внутри самих компаний. Для того, чтобы не отставать от инноваций, крупные игроки на рынке HR активно пользуются сервисами «People Analytics». Благодаря им, используя большие данные (BigData), они способны выстраивать кадровую политику и даже делать прогноз кадровых рисков. Также существуют сервисы онлайн-тестирования, которые слу-

жат для оценки соискателей по множеству параметров: от профессиональных качеств до поведенческих реакций. Информационные технологии помогают избавиться HR-специалистам от сложной аналитики, с которой они сталкиваются при отборе потенциальных сотрудников, так как алгоритмы составляют рейтинги работников по выбранным характеристикам.

На сегодняшний день рынок труда во многих странах меняется под влиянием глобальных мировых трендов, которым поспособствовала прошедшая пандемия. В 2023 году становятся актуальными различные тенденции «удалённого» рекрутинга, а также — цифровизации внутренней системы управления, оценки и оптимизации труда сотрудников, что действительно является более эффективным способом. Продолжается курс на сокращение затрат на процессы сбора и обработки информации с помощью автоматизированных информационных систем.

Список использованных источников

1. Влияние удаленной работы на сотрудничество между информационными работниками [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nature.com/articles/s41562-021-01196-4%20> - Дата доступа: 10.03.2023.

2. Исследование «Как изменилась эффективность персонала на удаленке» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rt-solar.ru/upload/iblock/733/Kak-izmenilas-effektivnost-personala-na-udalenske.pdf> - Дата доступа: 13.03.2023.

УДК 65.01

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА

Е.С. Скрылькова, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.Е. Климова**, ст. преподаватель

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий

Неправильная организация работы или неграмотная организация деятельности руководством приводит к тому, что сотрудники компаний чувствуют постоянный дефицит времени. Это сказывается на эффективности работы и успешности предприятия в целом [1].

Актуальные проблемы тайм-менеджмента:

1. Неправильная постановка цели. Основное правило тайм-менеджмента – это правильно поставить цель. При постановке цели необходимо для начала определиться с главными ценностями. Осознать свои возможности, мотивацию. Проанализировать проблемы, потребности и сложности, которые могут возникнуть на пути к цели. Представить четко свою цель в мельчайших деталях, ее конечный результат. Распланировать свои действия, заняться поиском ресурсов и приступить к реализации.

Для решения данной проблемы можно применить методiku SMART, которая позволяет выделить основные цели и правильно их поставить. В соответствии с данной методикой, цель должна быть конкретной, измеримой, достижимой, актуальной и ограниченной во времени.

2. Неправильно расставлены приоритеты. Уметь расставлять приоритеты – это очень важно. Есть дела, которые имеют меньшую значимость в достижении цели, а есть те, которые играют главную роль. При решении этой проблемы можно использовать метод Эйзенхауэра.

3. «Сложные» и очень крупные задачи. Бывает так, что мы упираемся в проблему и не понимаем, как её решить, к кому обратиться с вопросом или за советом. Или задача кажется слишком крупной и масштабной и непонятно, с чего начинать. Наше подсознание просто откладывает такие дела. Мы отвлекаемся на другие задания, а тем временем нерешённая проблема никуда не девается. Она «вылезет» из проекта в самый неподходящий момент.

4. Несоответствие плана реальности. После постановки цели следующим этапом будет планирование. Планирование – неотъемлемая часть тайм – менеджмента [2].

Что может помешать тайм-менеджменту:

- Отсутствие мотивации. Зачем выполнять задачу, если она не интересна или вы не видите в ней смысла? Проблемы с мотивацией — частая причина неудачного time management. Бывает, что даже занесенное в планы дело не выполняется, потому что человек откладывает его до последнего.

- Многозадачность. Среди нас мало Цезарей, способных эффективно решать сразу несколько дел. Да и вспомните, как он закончил. Оно вам надо? Если серьезно, то выполнение многих задач за раз снижает фокус. Есть риск сделать их плохо или не сделать вообще. Концентрируйтесь на чем-то одном.

- Слишком высокие требования. Не загоняйте себя в жесткие рамки. Если знаете, что ограничение по времени не мотивирует, а только давит и добавляет в вашу жизнь стресса — откажитесь от этого метода. Тайм-менеджмент не должен восприниматься как наказание, иначе будет вызывать только неприязнь [3].

- Не тот метод. В продолжение предыдущего пункта: выбирайте ту технику тайм-менеджмента, которая подходит именно вам. Нет универсальных правил для всех.

- Работа в команде и тайм-менеджмент — вещи не всегда совместимые. Когда результат зависит не только от вас, а от команды, гибкий тайм-менеджмент нужен для всей команды. Гибкий — потому что все люди работают по-своему и выделяют время на задачи по-своему, от этого зависит, сработаются они или нет. Помочь может опытный руководитель, хотя и это не 100% гарантия.

- Работать большую часть времени в команде — не лучший вариант для индивидуалистов. Для такого типа людей подойдут профессии, которые предполагают минимальное взаимодействие с людьми и самостоятельность в планировании своих задач.

- Перфекционизм — враг времени. Тайм-менеджмент, при котором человек «не щадит себя» — причина стресса и преждевременного выгорания. Это усугубляет чрезмерный перфекционизм, свойственный некоторым людям. Он убивает время, эффективность и удовлетворенность результатами своего труда. Жесткие рамки по срокам — не выход, а наоборот.

- Делегирование доступно не всем.

Во-первых, для некоторых людей делегирование — это проблемы с доверием, с разделением ответственности. Иногда проще и быстрее сделать самому, чем контролировать результаты того, кому поручили задачу.

Во-вторых, делегирование не всем это доступно. Ладно, если у вас полномочия руководителя, а если вы в компании — «маленький» человек, просьбы которого игнорировать не возбраняется.

Недостатка стратегий и хитростей тайм-менеджмента явно нет, но нет никакого универсального подхода для управления временем. Что работает для одного предпринимателя, может оказаться неподходящим для другого.

Тайм-менеджмент - одно из современных направлений менеджмента, направленное на практическое обучение человека эффективному планированию времени. В основном – это прикладное направление, представленное подборками упражнений или советов на тему, как правильно составлять планы, как мотивировать себя на деятельность и т.п. Различным приемам управления временем, планированию своей жизни обучают специалистов различных направлений, менеджеров, представителей профессий особого риска, студентов [4].

Предлагаемые методики обладали высокой эффективностью в отношении кратковременного планирования на день, неделю, но их эффективность в организации всего жизненного пути никак не проверялась. Кроме этого, эффективность планирования деятельности никак не соотносилась с психологическими особенностями человека. Тайм-менеджмент по сути был удобным рабочим инструментом, но не частью психологической науки.

Список использованных источников

1. Тайм-менеджмент делового человека: актуальные проблемы и способы их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.evkoval.org/referaty/tajm-menedzhment-delovogo-cheloveka-aktualnyie-problemyi-i-sposobyi-ih-resheniya>. Дата доступа: 08.04.2023

2. Тайм-менеджмент: как все успеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.unipage.net/ru/time_management. Дата доступа: 08.04.2023

3. 11 ошибок тайм-менеджмента, которые совершают успешные люди, и способы их исправления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hr-portal.ru/story/11-oshibok-taym-menedzhmenta-kotorye-sovershayut-uspeshnye-lyudi-i-sposoby-ih-ispravleniya>. Дата доступа: 08.04.2023

4. Или лыжи не едут, или тайм-менеджмент не работает: в чем провалы красивой на словах теории [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/137798-yagla/299945-ili-lyzhi-ne-edut-ili-taym-menedzhment-ne-rabotaet-v-chem-provaly-krasivoy-na-slovah-teorii>. Дата доступа: 08.04.2023.

А.А Телипко, Д.С. Жолнерчук, 2 курс
 Научный руководитель – Е.И. Кисель, к.т.н., доцент
 Брестский государственный технический университет

Для белорусских компаний проблема создания качественного и популярного бренда в настоящее время стоит достаточно остро, но рынок каждой отдельной страны имеет свои особенности, которые должны отражаться на процессе создания и управления брендами.

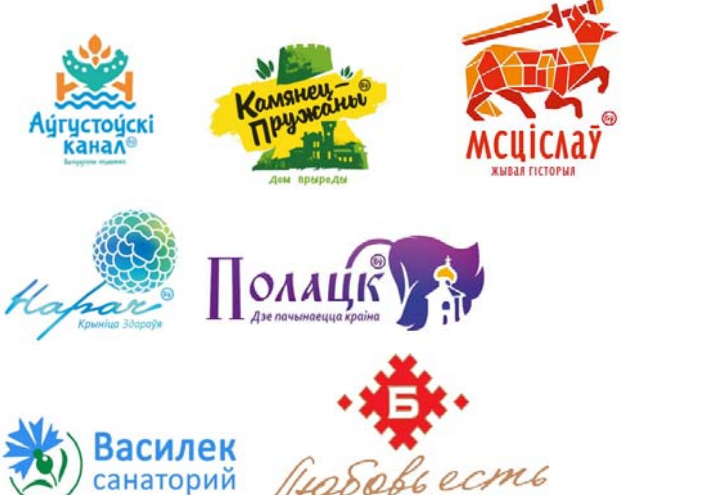
Использование элементов национальной культуры, истории, природы является стратегическим направлением самопрезентации отечественных производителей товаров и услуг, а значит и страны в целом.

Производители товаров и услуг используют разные подходы к процессу формирования брендов (см. таблицу).

Таблица – Особенности формирования брендов в Республике Беларусь

№	Особенности	Примеры
1	2	3
1	Название на латинице, без указания на страну происхождения	
2	Название на кириллице с использованием преимущественно слов белорусского языка	
3	Название на латинице с использованием слов белорусского языка	

Окончание таблицы

1	2	3
4	Использование элементов национальной культуры, истории, природы	

Вывод:

- 1) Формирование национального бренда- многоступенчатый процесс;
- 2) В Республике Беларусь всё больше производителей понимают значение брендинга;
- 3) Белорусские производители демонстрируют разные подходы;
- 4) Увеличивается количество брендов с использованием национальных элементов;
- 5) При формировании национальных брендов необходимо сформировать благоприятные условия для их позиционирования не только на отечественном, но и зарубежных рынках.

Список использованных источников

1. Торговые марки и брендинг белорусских производителей потребительских товаров и услуг / Л. Л. Соловьева, О. В. Лапицкая, А. В. Домород. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2018. – 239 с.: ил.
2. Общедоступная интернет-энциклопедия. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (Дата обращения 05.03.2023).
3. Студенческая библиотека онлайн. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://studbooks.net>. (Дата обращения 07.03.2023).
4. Новостной портал Белта. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.belta.by>. (Дата обращения 12.03.2023).
5. Портал о бизнесе. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://probusiness.io>. (Дата обращения 03.03.2023).
6. Экономическая газета. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://neg.by>. (Дата обращения 05.03.2023).

УДК 659.19

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ А/В-ТЕСТИРОВАНИЯ В КАЧЕСТВЕ МЕТОДА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

А.С. Тихомирова

Научный руководитель – **Ю.А. Рыбалко**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

А/В-тестирование – это маркетинговый инструмент, который используется для повышения эффективности работы интернет-ресурса рекламируемой компании. С помощью А/В-тестов повышают конверсию посадочных страниц - страниц, на которые ведется рекламный трафик; подбирают оптимальные заголовки объявлений в рекламных сетях; подбирают наиболее эффективный рекламный оффер [1, с. 317].

Метод оценки эффективности рекламы в виде А/В-тестирования играет важную роль в управлении маркетингом компании, поскольку оно помогает определить, что работает, а что нет. Оно

показывает, что именно интересует целевую аудиторию компании и на что она откликается. А/В-тестирование помогает понять, какой элемент маркетинговой стратегии оказывает наибольшее воздействие: что нужно улучшить, а что – удалить.

С помощью А/В-тестирования можно определить, какой из рекламных-макетов, используемых при таргетированной рекламе, наиболее эффективен.

Оценка эффективности таргетированной рекламы методом А/В-теста проходит в несколько этапов. Суть метода тестирования в данном случае сводится к тому, что первым этапом является разделение пользовательской аудитории случайным образом на два идентичных сегмента [2, с. 34].

Вторым этапом тестирования является выдвижение нулевой и альтернативной гипотез. Нулевая гипотеза в данном случае выглядит следующим образом – результаты эффективности таргетированной рекламы у обоих сегментов приблизительно равны. Альтернативная гипотеза опровергает нулевую и представляет собой следующее предположение – эффективность таргетированной рекламы одного из сегментов значительно выше.

Третьим этапом тестирования предполагается разработка для каждого сегмента рекламного макета, который имеет отличный от другого дизайн – и это является единственным различием между ними: во всем прочем макеты идентичны – имеют один и тот же текст, ведут на одну и ту же страницу.

Четвертым этапом является запуск рекламной кампании – некоторые сервисы имеют уже встроенный механизм запуска и оценки результатов А/В-тестирования (Facebook, Tilda) [3].

В качестве примера для проведения тестирования выбрана отрасль легкой промышленности, а именно - страница магазина трикотажной одежды в социальной сети Instagram. После запуска двух макетов в течение 10 дней на две аудитории, идентичные по ряду признаков – полу, возрасту, социальному положению, географии, были получены результаты, представленные в таблице 1.

Таблица 1. – Результаты А/В-тестирования

Дата	Сегмент А			Сегмент В		
	Показы	Клики	Расход, \$	Показы	Клики	Расход, \$
2023-03-13	2 086	94	0,95	2 104	45	0,98
2023-03-14	1 465	86	0,87	1 396	68	0,95
2023-03-15	2 011	97	0,97	1 946	46	1,21
2023-03-16	832	54	0,55	945	23	0,34
2023-03-17	1 731	109	1,10	1 846	68	1,00
2023-03-18	1 786	120	1,21	1 838	54	1,15
2023-03-19	2 161	127	1,28	2 275	78	1,34
2023-03-20	1 580	103	1,05	1 469	57	1,19
2023-03-21	1 981	120	1,21	1 846	61	1,16
2023-03-22	1 638	86	0,96	1 586	75	0,99
Итого	17 271	996	10,15	17 251	575	10,31

Примечание – Источник: Разработано автором.

Исходя из таблицы 1 можно сделать вывод о том, что результаты А/В-тестирования являются достоверными - это доказывает приблизительно равное количество показов рекламных макетов для обоих сегментов. Пятым этапом оценки эффективности таргетированной рекламы является сравнение метрических показателей эффективности таргетированной рекламы отдельно по каждому сегменту, которое представлено в таблице 2.

Таблица 2. – Результаты А/В-тестирования

Метрический показатель	Формула расчета	Сегмент А	Сегмент В
CTR – соотношение людей, которые перешли по ссылке в рекламе, ко всем пользователям, которые ее увидели	$\frac{\text{Количество кликов}}{\text{Количество показов}}$	5,77 %	3,33 %
CPM – стоимость за каждые 1000 показов рекламного объявления	$\frac{\text{Расход на рекламу} \times 1000}{\text{Количество показов}}$	0,588 \$	0,598 \$
CPC – цена за каждый клик.	$\frac{\text{Расход на рекламу}}{\text{Количество кликов}}$	0,010 \$	0,018 \$

Примечание – Источник: Разработано автором.

Результаты таблицы 2 говорят о том, что реклама сегмента А наиболее привлекательна для целевой аудитории, а соответственно и наиболее эффективна:

1. CTR (A) > CTR (B) - больший процент людей перешел на целевой ресурс - страницу в социальной сети Instagram - по рекламе для сегмента А.
2. CPM (A) < CPM (B) - реклама сегмента А в расчете на 1000 показов обошлась дешевле, чем реклама сегмента В.
3. CPC (A) < CPC (B) - цена за каждый клик рекламы сегмента А ниже, чем сегмента В.

Таким образом, нулевая гипотеза отвергается и принимается альтернативная - реклама для сегмента А наиболее выигрышная.

Таким образом, проведен анализ эффективности таргетированной рекламы с помощью А/В тестирования. Результаты А/В-тестирования являются удобным и понятным методом управления маркетингом и помогают выбрать наиболее эффективные способы рекламы.

Список использованных источников

1. Акулич, М. В.. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров /. - 2-е изд. пересм.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. — 346 с.
2. Рыбалко, Ю.А. Маркетинговые исследования в сети Интернет : учебно-методическое пособие / Ю.А. Рыбалко. – Пинск : ПолесГУ, 2021. – 57 с.
3. Хабр / А/В тест — это просто [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/233911/> – Дата доступа 31.03.2023.

УДК 057.177.2

ТРЕБОВАНИЯ К СОВРЕМЕННОМУ РУКОВОДИТЕЛЮ В РАЗНЫХ СТРАНАХ

Д.Ф. Турчина, М.С. Пашкевич, 2 курс
 Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, магистр экон. наук
Полесский государственный университет

Главная задача любой фирмы – добиться успеха в своей области. Для достижения этой цели все работники фирмы должны работать слаженно и эффективно, а руководитель должен владеть ситуацией в коллективе. Этого можно добиться, если в коллективе существуют отношения взаимопомощи и взаимопонимания, как между коллегами, так и между руководителями и подчиненными. В современном обществе требования к руководителю изменились. В связи с научно-техническим прогрессом и новыми методами и стратегиями управления, современный руководитель должен обладать рядом свойств, которые бы увеличили его эффективность в современных условиях. Мировая практика подготовки и переподготовки менеджеров показывает, что требования к современному руководителю в различных странах содержит свои свойства и особенности. Рассмотрим их на примере Китая, США, Германии, России и Скандинавских стран.

Быть руководителем в Китае – это значит непрерывно возвращать и воспитывать в себе внутреннюю моральную силу, которая и является главным инструментом такого управления.

Необходимо отметить, что в традиционной культуре Китая преобладает коллективизм, семья и коллектив ценятся намного выше, чем индивид. Сотрудничество и трудолюбие ценятся руководителями китайских компаний. Стоит отметить, что культура традиционного менеджмента в настоящее время успешно применяется на практике и играет важную роль. [1]

Говоря о ценностях китайского менеджмента, можно выделить наиболее главные:

1) Изменчивость и гибкость. Исходит это от национальных традиций и зависит от внутренних и внешних изменений.

2) Человек — основа. Так, менеджмент представляет собой управление персоналом и деятельностью, при том первостепенное значение имеет человек. Все это направлено на развитие потенциала сотрудников, в том числе на взаимодействие человека в группе, а также на рациональный подход к решению вопросов.

3) Культура предприятия взаимосвязана с семейными особенностями. Именно это прямо пропорционально выстраивает взгляды на жизнь китайцев, так как внутри семьи складываются очень доверительные отношения. Оптимальный режим и человеческое отношение сочетаются в рациональной модели китайского менеджмента, основой которого являются человеческие ресурсы Китая, дающие такой эффект, который больше не представлен ни в одной другой модели менеджмента.

Эффективное руководство предполагает способность разделить свое видение проблем с другими, мотивировать их для достижения поставленных целей, т.е. управлять вместе с людьми, а не управлять людьми именно так считают в Соединенных Штатах Америки. Преимущественным для руководителя является доверие между ним и сотрудником. Руководитель демонстрирует образцы открытости и искренности в отношении с персоналом, в работе отсутствуют запретные для обсуждения темы, поощряется высказывание персоналом идей и предложений.

Руководители пытаются относиться к людям одинаково, независимо от возраста, социальной принадлежности или цвета кожи.

Менеджеры сфокусированы на своей карьере и ориентированы на достижения цели. Самоуверенны и властолюбивы, а также всегда добиваются поставленных целей.

Они придают большое значение достижениям, продвижению по карьерной лестнице, успеху.

В частности, в системе управления США выделяется пять основных требований:

- 1) здравый смысл;
- 2) знание дела;
- 3) уверенность в своих силах;
- 4) высокий общий уровень развития;
- 5) способность доводить начатое дело до конца.

Германия обладает огромным управленческим и производственным опытом, здесь идут развитие и деятельность ведущих предприятий, продукцию которых можно купить по всему миру. В Германии считают, что босс должен играть роль тренера и наставника. Руководитель стремится достичь порядка во всем, который состоит из следующих элементов:

— Организация предполагает распределение заданий, ресурсов, ответственности и полномочий между подразделениями и работниками компании.

— Строго придерживаются планированию, т.е. они уверены, что только тщательно исследованные и разработанные целевые плановые показатели способны содействовать процветанию компании.

Подбор персонала в фирмах Германии – наличие специализированных знаний и профессиональных навыков, а также умение работать в коллективе. Кроме подбора персонала менеджеры организуют их обучение, повышение квалификации, охрану труда [2].

При изучении литературы сравнительного и практического менеджмента можно отнести к стилю немецкого менеджмента следующие черты:

1) *Ориентация на высокое качество и на удовлетворенность клиентов.* Немецкие компании презирают ценовую конкуренцию. Вместо этого они конкурируют на основе передового опыта в производстве товаров и услуг. Немецкий менеджер концентрируется на качестве продукта, особое внимание уделяется пожеланиям клиента.

- 2) *Социальная ответственность перед сотрудниками и обществом;*
- 3) *Высокий профессиональный уровень и техническая подготовленность менеджеров;*
- 4) *Стремление к компромиссу при обсуждении вопросов, но при этом прямое выражение несогласия.*

Черты немецкого менеджмента и сегодня остаются его сильными сторонами и значительным конкурентным преимуществом.

Российская деловая культура и этикет отличаются от норм, принятых в других странах, и это не проблема россиян, а уникальность национального характера.

Чертами, характерными для большинства представителей современного российского менеджмента, являются жесткий авторитаризм в управлении, единоличное принятие решений (централизация власти), руководство, ориентированное на «босса», здесь также преобладают административные методы управления, базирующиеся на власти, строгом подчинении вышестоящему лицу и санкциях/взысканиях. Применительно к российской системе управления на предприятиях, административные методы управления являются наиболее эффективными, они дают мощный толчок к достижению целей и задач, если высока необходимость подчинения, сплочения коллектива и направления его на достижение определенных целей и задач.

Россияне придерживаются строгой иерархии в управлении и предпочитают работать в команде. Российские руководители предпочитают общаться с людьми своего ранга и положения. Нечасто встречи с ними будут неформальными и разговоры восприниматься на равных.

Руководитель компании играет важную роль в управлении и настроен давать четкие и детальные инструкции персоналу.

Швеция, Норвегия и Дания считаются скандинавскими странами. Иногда в их число вносят Финляндию, Исландию, а иногда и Голландию. Но если имеют в виду скандинавский менеджмент, то речь всегда идет о шведской модели управления в менеджменте, ведь именно она доказала свою эффективность.

Шведская модель управления отличается особой корпоративной культурой, в основу которой заложены понятия гуманного отношения ко всему и бережное отношение к ресурсам.

В отличие от российских компаний, где попытка поспорить с начальством может обернуться большими проблемами, в шведских компаниях принято добиваться консенсуса. Например, решив приобрести новое программное обеспечение, руководитель сделает это только после того, как полностью согласует данный вопрос с айтишниками и компьютерщиками. И это считается нормальным обсуждением важного рабочего вопроса, когда учитывается профессиональная точка зрения сотрудников. В конечном счете это положительно скажется на итоговых результатах.

Еще одной особенностью шведской модели менеджмента, которую можно уверенно назвать ключевой, является горизонтальное управление. В компаниях с подобной моделью управления принято ставить сотрудников на одну ступень иерархической лестницы с руководителем. И подобное отношение к представителям линейного персонала в соответствии с корпоративной культурой всячески поощряется. При этом чаще всего поддержка оказывается не столько материальная, сколько социальная или психологическая.

Естественно, что в отличие от других управленческих моделей скандинавская система руководства предусматривает совершенно иной тип контроля: у сотрудников наблюдается высокая степень самоорганизации, поэтому контроль носит, скорее всего, неформальный характер.

В настоящее время все большее число предприятий пытается отойти от прежних внутрифирменных командно-иерархических отношений и упрочить свои позиции путем лучшего использования сильных сторон персонала. Одновременно меняются подходы к формированию стратегии развития предприятия и его целей, построению структуры организации и менеджмента, процессу разработки и принятия управленческих решений, работе с персоналом и оценке эффективности работы организации, ее подразделений и работающих.

Список использованных источников

1. Виноградский Б. Б. Менеджмент в китайской традиции /Б. Б. Виноградский, В. С. Сизов//Вопросы новой экономики. – 2010. – № 1. – С.97–110.
2. Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. – Менеджмент. Изд-во «Мастерство», 2002.
3. Дворсков К.П., Ширяев С.А. О стиле и культуре руководства. – Новосибирск, Экономист, 2005.

A.A. Utlik, S.A. Makeeva, 3rd year students
Scientific supervisor – **N.P. Bulanova**, Senior Lecturer
Belarusian National Technical University

The present is very different from the past. Nowadays technology rules and information is the commodity. The twenty-first century is the time of information technology and digitalization. The transition to automation in the field of marketing in the Republic of Belarus is quite laborious. This requires the introduction of new and, importantly, expensive management approaches. Scientific and technological development forces modern companies to use more and more complex systems that need fresh methods to ensure manageability. From this we can conclude that for the effective functioning of the enterprise, a single integrated system is needed, which includes many tasks. These include personnel and production management, supply and marketing control, financial ordering and not only [1, p.11-13].

To solve the main problems of business in the early 60s, similar concepts were created. It was a huge breakthrough for the development of modern marketing and management. Computing systems were gaining more and more popularity, which served as an impetus for their introduction into the activities of the enterprise. Problems with the logistics of materials, as a result of which production efficiency was reduced, needed to be addressed immediately. To prevent such problems, the material requirements planning methodology MRP (Material Requirements Planning) was created, which later evolved into ERP (Enterprise Resource Planning) [3].

The modern look of the ERP-system was acquired by the 90s. They have a common database for storing and organizing information in the company. Their key goal was to improve the production of the enterprise, the quality of goods or services sold, and to increase the overall volume of production. In addition, enterprises have the opportunity to track all important data from any gadget that has access to the global Internet.

The main advantage of an adaptive ERP system is a quick response to changes in customer preferences, due to their continuous analysis. This was achieved by combining the modern information technologies used and marketing, or, in other words, digital marketing. ERP systems are widely used in various industries, ranging from public administration, various foreign organizations, to education and research, printing and publishing [2].

On the example of the market of the Republic of Belarus, we can consider the introduction of integrated systems for process automation. Currently, the leading ERP systems are 1C, SAP, Oracle, Microsoft and the Russian corporation "Galaktika". Distribution of ERP system vendors by market share in 2019-2022 shown in Figure.

Unfortunately, there is not yet a single ERP system that would suit everyone. Depending on the size of the enterprise, on the type of activity, it became possible to create an individual structure that would cover the needs of customers.

Based on statistics, after the introduction of the corporate information system, the results have significantly improved. Efficiency reached 40%, revenue increased by 35%, and cost reduction reached over 29%, which is considered good results

Modern understanding of marketing is the transition from marketing to marketing management. The difference between the old and the new business model is that marketing used to be one of the functions to achieve results, and now marketing should be the basis of all management decisions.

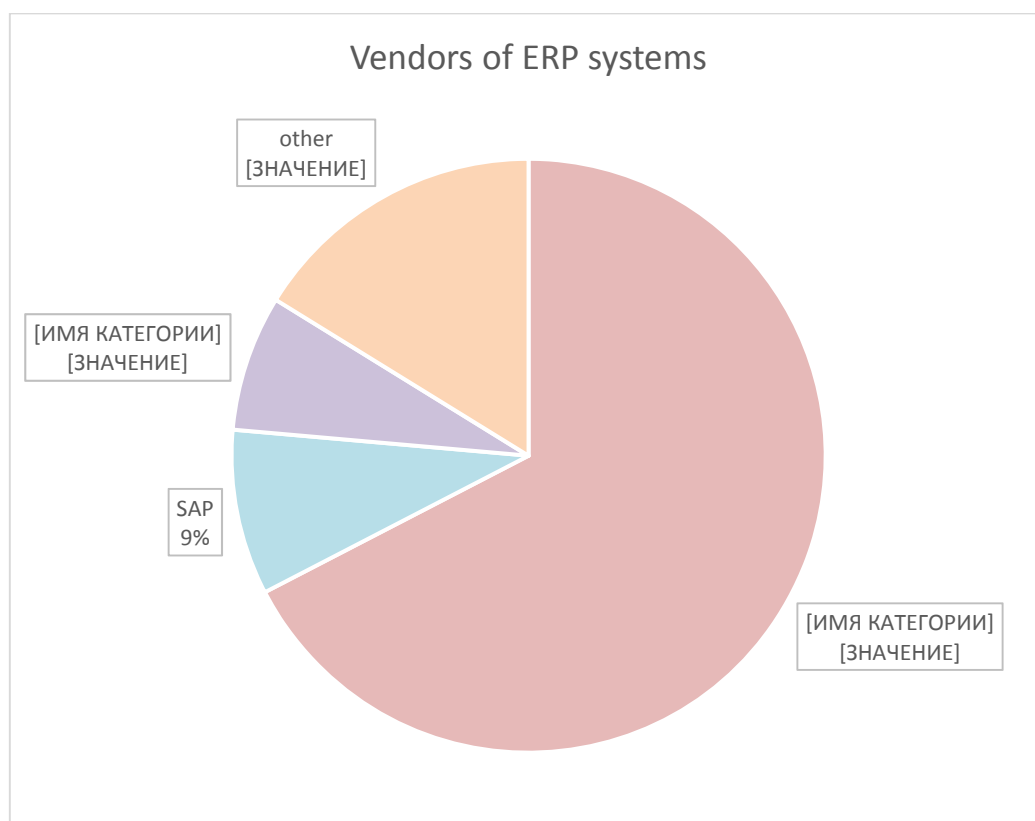


Figure – Distribution of ERP system vendors by market share in 2019-2022

From all of the above, we can conclude that an ERP system can be very convenient, necessary for conducting modern management and marketing. Moreover, it will help to conduct business in a more productive and systematic way. This method will consolidate the leadership abilities of the enterprise in the market and distinguish it from competitors. And it can also save companies money, but at the moment it is a rather complex, long-trained and expensive platform for enterprises of the Republic of Belarus. Nevertheless, running a modern business with the help of ERP systems is our progressive future.

References

1. Collection of scientific articles of the International Scientific and Practical Conference Minsk, March 21-22, 2019. [Electronic resource]. – Access mode: [https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/218507/1/Current Marketing Issues.pdf](https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/218507/1/Current%20Marketing%20Issues.pdf) — Access date: 22.03.2023.
2. What is ERP? [Electronic resource]. – Access mode – : <https://www.sap.com/cis/insights/what-is-erp.html> – Access date: 27.03.2023.
3. The history of the emergence of ERP systems [Electronic resource]. – Access mode: <https://giapdc.ru/istoriya-vozniknoveniya-erp-sistem/> – Access date: 27.03.2023.

УДК 005

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ И ИХ РОЛЬ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

А.А. Федечко, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, ассистент, магистр экономических наук
Полесский государственный университет

С начала XIX века мы пережили три промышленные революции. Двигателем каждой из них стала новая прорывная технология: механика парового двигателя, принцип сборочного конвейера и скорость работы компьютера. Их назвали промышленными революциями, поскольку вызвавшие их инновации не просто привели к некоторому повышению производительности и эффективности, но полностью изменили методы производства товаров и выполнения работы.

С 2011 года в мире наблюдается стремительный технологический и экономический рост, этот период считается началом четвёртой промышленной революции, которая носит название «Индустрия 4.0». Четвертая промышленная революция (Индустрия 4.0) предполагает новый подход к производству, основанный на массовом внедрении информационных технологий в промышленность, масштабной автоматизации бизнес-процессов и распространении искусственного интеллекта.

Основные преимущества Индустрии 4.0:

- внедрение технологий во все сферы жизни;
- повышение производительности;
- большая безопасность работников за счет сокращения рабочих мест в опасных условиях труда;
- повышение конкурентоспособности;
- принципиально новые продукты.

В условиях развития концепции Индустрия 4.0 возникает принципиально новое понятие «технологический тренд» (technological trend). Технологические тренды – это распространённые технологии, созданные с помощью компьютерной графики, IT-технологий и 3D-моделирования.

Основные тенденции цифровизации 2023 года для бизнеса:

- использование нейросетей;
- трансформация использования NFT;
- использование виртуальных средств платежа;
- создание системы и приложений тайм-менеджмента;
- формирование торговых онлайн-площадок
- роботизация.

Данные тенденции способствуют развитию креативной экономики и переходу бизнеса в виртуальный мир.

Четвёртая промышленная революция влияет на развитие мировой экономической системы, а также на систему управления. Цифровой менеджмент – это система управления организацией на основе новых цифровых технологий, направленная на построение устойчивой цифровой инфраструктуры с целью обеспечения стабильного роста и развития в условиях цифровизации.

Основными вспомогательными элементами цифрового менеджмента стали приложения делегирования полномочий и тайм-менеджмента. Рассмотрим самые популярные из них, а именно OneDrive, СпрутМонитор, Kickdler, ActivTrack, InterGuard. Оценка преимуществ данных приложений представлена в таблице.

Таблица – Оценка преимуществ приложений цифрового менеджмента

Критерии оценки	OneDrive	СпрутМонитор	Kickdler	ActivTrack	InterGuard
Наличие облачной версии	+	+	-	+	+
Запись аудита	-	+	+	-	+
Тайм-трекер	+	+	+	+	+
Удалённое управление	+	+	+	-	+
Удобство интерфейса	+	+	+	+	-
Автоматические оповещения	-	-	-	+	+
Функции конфиденциальности	+	+	+	+	-
Геолокация	-	-	-	-	+
Мобильные приложения	+	-	-	+	+
Возможность синхронизации	+	+	+	+	+
Анализ продуктивности сотрудников	-	-	+	-	-
Дополнительные модули и функции	+	+	+	+	+
Возможность бесплатной работы	+	+	+	+	+
Наличие системы отчётности	-	+	+	+	+

Данные приложения являются помощниками управленцев, с их помощью можно осуществлять контроль и анализ проделанной работы, распределять задачи подчинённым и многое другое. Сервисы значительно упрощают работу руководителей и способствуют более высокой эффективности труда.

Для реализации различных проектов в последнее время появилось множество вспомогательных средств начиная от PowerPoint заканчивая нейросетью. Благодаря постоянно совершенствующимся алгоритмам, нейронные сети представляют из себя невероятно полезных помощников руководителям всех уровней. Вот лишь несколько примеров того, как они могут улучшить систему планирования:

1. Предиктивные сервисные работы. Сценарий применения таков: алгоритм собирает информацию об оборудовании в режиме реального времени, измеряет все необходимые показатели, будь то средняя температура и скорость обработки данных в серверах ИТ компании, или износ станков на промышленном предприятии.

2. Планирование финансовых затрат. Финансовая отчетность еще никогда не была настолько полезна, ведь благодаря машинному обучению и большой выборке данных, менеджмент и бухгалтерия компании могут получить исчерпывающий отчет, в котором содержатся вероятности увеличения или уменьшения затрат, влияющие на это количественные и качественные факторы, сезонность спроса на продукцию и многое другое. Нейросети могут использоваться для эффективного планирования рекламных бюджетов.

3. Оптимизация циклов запуска продукта. Традиционно, запуск новых продуктов состоит из нескольких этапов: разработка, маркетинг, продажа и доставка до потребителя. Компьютер рассчитывает за вас возможные риски, подберет оптимальный план действий или предложит несколько вариантов развития событий.

Современные технологии значительно упрощают работу менеджеров различных уровней управления. Цифровой менеджмент активно развивается благодаря новым техническим решениям. Это может быть использовано для принятия решений об оценке действий и деятельности людей по влиянию на траекторию развития, коэффициент функциональной устойчивости компании. Появляется возможность создать программное обеспечение для автоматизации управленческой деятельности, что открывает принципиально новые возможности организации деятельности предприятий в условиях цифровизации общества и цифровой экономики.

УДК 338.482.22

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

В.А. Шебеко, С.Н. Герасимович, 3 курс

Научный руководитель – **О.Н. Монтик, к.э.н., доцент**
Белорусской национальной технической университет

Введение: туризм является важным экономическим сектором для многих регионов, предоставляя возможности для трудоустройства местного населения и способствуя росту местной экономики. Однако развитие успешной индустрии туризма в регионах – это сложный процесс, который включает в себя управление целым рядом проблем и вопросов. В этой научной статье мы рассмотрим некоторые актуальные вопросы, которые влияют на развитие регионального туризма.

Индустрия туризма является одной из быстрорастущих отраслей в мире, со средним темпом роста 4,7% в год в период 2010-2018 годов [1]. Региональный туризм – это туризм, который имеет место в конкретном географическом регионе. Региональный туризм играет важную роль в содействии экономическому развитию, создании рабочих мест и стимулировании местной экономики [2].

Одним из наиболее актуальных вопросов для индустрии туризма во всем мире является устойчивое развитие. Развитие туризма может иметь значительные экологические последствия, включая повреждение экосистем, истощение природных ресурсов и увеличение загрязнения окружающей среды. Для продвижения устойчивого туризма регионы должны сбалансировать свои цели экономического развития с заботой об окружающей среде. Это может включать внедрение практик эко-

логического туризма, таких как минимизация отходов и продвижение экологичного транспорта, или создание охраняемых природных территорий для сохранения биоразнообразия.

Туризм часто является сезонной отраслью, и пик посетителей приходится на определенное время года. Это может создать ряд проблем, таких как переполненность в сезон высокого спроса и недостаточное использование туристической инфраструктуры в сезон низкого спроса. Для решения этой проблемы регионы могут разработать стратегии продления туристического сезона путем продвижения круглогодичных мероприятий, услуг и достопримечательностей. Это поможет привлечь посетителей в более спокойные периоды и снизить нагрузку на ресурсы в пиковое время.

Эффективное развитие туризма требует создания соответствующей инфраструктуры, включая размещение, транспорт и достопримечательности. Однако во многих регионах существующая инфраструктура может не соответствовать потребностям туристов или не соответствовать практике устойчивого туризма. Для решения этой проблемы регионам может потребоваться инвестировать в развитие инфраструктуры, включая новые объекты и транспортное сообщение. Это может помочь улучшить качество и количество туристических услуг и способствовать росту туристического сектора.

Цифровизация и растущее использование технологий в индустрии туризма привели к значительным изменениям в том, как осуществляется маркетинг и оказание туристических услуг. Регионы, которые не успевают за этими тенденциями, рискуют потерять потенциальных посетителей. Чтобы оставаться конкурентоспособными, регионы должны принять цифровизацию и разработать инновационный цифровой маркетинг.

Развитие регионального туризма должно использоваться как основа для повышения экономики принимающего региона. Индустрия туризма может быть использована для получения дохода, создания рабочих мест и стимулирования экономического роста в местных сообществах. Это особенно важно для менее развитых сообществ с низким уровнем доходов. Однако туризм может оказывать негативное воздействие на местную экономику, если местные предприятия вытесняются транснациональными корпорациями, предоставляющими туристические услуги. Кроме того, развитие туризма может привести к повышению уровня инфляции, что может стать причиной того, что местное сообщество не будет участвовать в туристическом секторе. Таким образом, лица, определяющие политику, должны сосредоточиться на сбалансированном экономическом росте, приносящем пользу местному сообществу.

Сохранение местной культуры имеет важное значение для индустрии туризма. Туристы стремятся познакомиться с аутентичными традициями и ритуалами региона пребывания. Аутентичный опыт регионов может создать воспоминания, которые повысят репутацию региона. Поэтому лицам, определяющим политику, необходимо сосредоточиться на сохранении и популяризации культур коренных народов, начиная с языка и заканчивая кухней. Этому может способствовать инвестирование в местные культурные фестивали и мероприятия.

Безопасность туристов должна быть принята во внимание при развитии регионального туризма. Туристы не будут приезжать в регион, если они не чувствуют себя в безопасности. Безопасности туристов могут угрожать плохое планирование, несовершенная инфраструктура и преступность. Директивным органам следует сосредоточиться на реализации мер безопасности, таких как обеспечение безопасности в общественных местах и туристических достопримечательностях, разработка планов реагирования на чрезвычайные ситуации и проведение информационных кампаний для туристов [3].

Сотрудничество и партнерство между заинтересованными сторонами имеют решающее значение для развития регионального туризма. Множество заинтересованных сторон, включая правительство, частный сектор, сообщества и неправительственные организации, должны работать вместе для достижения устойчивого развития туризма. Сотрудничество и партнерство могут способствовать обмену ресурсами, идеями и передовым опытом, а также уменьшить конфликт интересов. Кроме того, партнерство может способствовать выделению финансовых ресурсов для поддержки регионального развития туризма.

Заключение. Индустрия туризма обладает значительным потенциалом для стимулирования регионального экономического роста, социального развития и охраны окружающей среды. Политики должны сосредоточиться на устойчивом развитии, сбалансированном экономическом росте, защите окружающей среды, цифровом развитии, сохранении местной культуры, развитии инфра-

структуры и безопасности туристов, оставляя при этом место для инноваций и творчества. Поступая таким образом, мы сможем обеспечить долгосрочную жизнеспособность и процветание регионального развития туризма.

Список использованных источников

1. Е.А. Зализняк. Региональный туризм: основные признаки и условия развития [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: https://tourlib.net/statti_tourism/zaliznyak.htm.
2. В.М. Хромешкин. Актуальные вопросы экономики туризма в регионе [Электронный ресурс]. – 2005. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-ekonomiki-turizma-v-regione/viewer>.
3. Региональный туризм, понятие регионального туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/647331/turizm/regionalnyu_turizm.

УДК 338.48(100)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Е.Р. Шуманская, А.И. Якубович, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э. н., доцент**

Полесский государственный университет

Туризм, давно ставший международным явлением, представляет важный экономический фактор. Он превратился в индустрию мирового масштаба, наблюдается расширение многих его направлений. Глобализация развития международного туризма в последние десятилетия является одним из результатов научно-технической революции (НТР), которая привела к существенному удешевлению и ускорению транспортных перевозок, повышению комфорта поездок и проживания в рекреационных зонах.

Туристический обмен способствует развитию политического, культурного, делового сотрудничества между странами и играет важную роль в выравнивании платежного баланса страны.

Международный туризм является одной из наиболее доходных и динамично развивающихся отраслей. В начале 21 века на долю международного туризма приходилось около 8% общего объема мирового экспорта и 30-35% мировой торговли услугами [1].

За последние годы туризм подвергался многим испытаниям: эпидемия COVID-19, закрытие границ, локдаун. Однако, согласно данным UNWTO, международный туризм демонстрирует явные признаки восстановления, так как число международных туристов выросло почти втрое с января по июль 2022 года (+172%) по сравнению с аналогичным периодом 2021 года. Это означает, что сектор восстановился почти на 60% от уровня, существовавшего до пандемии [2].

Несмотря на свое активное развитие, международный туризм, как и любая другая отрасль, испытывает ряд проблем, связанных, прежде всего, с безопасностью, терроризмом, политической нестабильностью, мировой кризисной ситуацией (экономической конъюнктурой), изменением паритета валюты, масштабов инвестиций в туристическую инфраструктуру, стихийными бедствиями и изменением климатических условий, техногенными авариями, уровнем преступности.

Проблема безопасности на данный момент является одной из существенных для международного туризма. В июне 1995 года в шведском городе Эстерсунде под эгидой Всемирной туристической организации (ВТО) прошла первая международная конференция, посвященная проблеме безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях.

Участники конференции отметили, что проблема безопасности туризма и уменьшения риска при путешествиях касается чрезвычайно широкого спектра вопросов: несчастные случаи, заболевания, инфекционные болезни и эпидемии, военные осложнения и конфликты, комплексное рассмотрение всевозможных рисков, относящихся к туристам, местным жителям, туристическим фирмам и индустрии туризма в целом.

Влияние туризма на окружающую среду имеет комплексный характер. В данную категорию входят загрязнение воздуха транспортом, осуществление туристических перевозок, истощение и загрязнение водных ресурсов, увеличение массы бытовых отходов. Развитие туризма вызвало экологические трудности из-за дополнительного строительства дорог, прокладки туристических маршрутов.

Наиболее сильное негативное воздействие оно оказывает на центр международного туризма – Средиземноморья, так как отмечается существенное видоизменение природного ландшафта. Под сильным антропогенным воздействием оказались дикая фауна и флора, многие виды средиземноморской растительности и животных находятся под угрозой уничтожения.

Также туризм играет главную роль в загрязнении воздушной среды, т.к. на долю туризма приходится 60% всех авиаперелетов. В сложившейся ситуации, многие признанные туристические центры, например, Коста-Брава в Испании, ежегодно обслуживающие огромные массы посетителей, вынуждены переориентировать свою деятельность.

Туризм можно рассматривать как одно из действенных средств охраны природы. При грамотной организации туристского бизнеса получаемый от рекреационной эксплуатации территорий доход позволяет проводить природоохранные мероприятия, что, в свою очередь, в немалой степени способствует увеличению доходов.

Также немаловажны и техногенные опасности. Одними из самых серьезных рисков в туризме остаются транспортные происшествия, аварии и катастрофы. Много проблем создают крупные аварии на атомных электростанциях, химических комбинатах, военных объектах. Аварии и пожары на объектах туристической индустрии ежегодно приводят к травмам и смертельным случаям среди туристов.

Существуют и культурные конфликты, достаточно широко распространены в туризме, разница культур и обычаев народов и стран часто приводит к взаимному непониманию, порой трагическому.

Таким образом, можно сделать вывод, что уязвимость туризма перед лицом внешних факторов (безопасность туристов, ущерб окружающей среде, резкие валютные колебания) требует проведения согласованной, обязательно межведомственной государственной политики. Это вызывает необходимость разработки механизмов координации действий министерств и ведомств, связанных с национальной туристической администрацией.

Список использованных источников

1. Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2022. — 320 с.

2. Официальный сайт UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-pre-pandemic-levels-in-january-july-2022> - Дата доступа: 31.03.2023.

УДК 330:004

НЕЙРОСЕТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

В.В. Шурхай, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, ассистент

Полесский государственный университет

Искусственный интеллект на сегодняшний день является неотъемлемой частью современной жизни. Электромашин, смартфоны, технология «умный дом», роботы-пылесосы, оборудование на производстве – все это является искусственным интеллектом, без которого уже трудно представить современную жизнь.

Искусственный интеллект позволяет исключить вероятность ошибки в процессе работы маркетолога, особенно в самом важном аспекте: безопасности данных. Но технологии искусственного интеллекта адаптируются на требования безопасности в значительной степени быстрее, чем человек[1].

Отдельной составляющей искусственного интеллекта являются нейросети. На сегодняшний день идет активная разработка нейросетей, позволяющих упрощать многие экономические и бытовые проблемы, а также продумывать все возможные варианты их решений. Плюсом нейросети является то, что она саморазвивается за счет получения и анализа больших массивов информации.

На сегодняшний день выделяют сильные и слабые нейросети.

Сильные нейросети. Это искусственный интеллект, который способен принимать решения, которым его не обучали. На данный момент таких нейросетей мало.

Слабые нейросети. Это искусственный интеллект, который умеет решать определенный круг задач[2].

Основными сферами применения нейросетей в маркетинге являются:

- предиктивная политика;
- взаимодействие с клиентом;
- создание контента;

Внедрение нейросетей в маркетинг активно ведется в последние годы.

Так, к примеру, международный производитель фруктов Dole Asia использовал платформу Albert для продвижения своего бренда в интернете. После задействования инструментов Albert продажи производителя выросли на 87 %. Таким образом можно определить следующие преимущества от внедрения нейросетей:

- сокращение времени выполнения заказа;
- создавать из предпочтений клиента в короткие сроки индивидуальный заказ;
- проводить глубокий анализ рынка, анализируя большие массивы информации;
- персонализация рекомендации на торговых площадках
- упростить планировку маркетинговых задач;
- создавать оригинальный контент для рекламы;
- персонализировать общение с клиентом[3].

Кроме этого нейросети так же имеют недостатки. К ним относятся:

- постоянное обучение для повышения качества работы;
- четкое формулирование запроса;
- материалы для обучения нейросети должны быть максимально новыми;
- сокращение в будущем рабочих мест.

В качестве мероприятий по улучшению использования нейросети в маркетинге рекомендуется разрабатывать отделы сотрудников для обучения искусственного интеллекта; при получении заказа получать максимальное количество информации о заказе. Таким образом нейросеть будет постоянно самообучаться, будет меньший процент ошибок при выполнении заказа, заказ будет максимально индивидуализирован.

Подводя итоги, можно определить следующее:

1. Внедрение нейросетей позволяет вести работу быстрее и качественнее.
2. Персонализация общения с клиентом позволяет вызвать большее доверие со стороны аудитории.
3. Увеличение продаж.
4. Подчеркивает оригинальность контента.

Список использованных источников

1. Миргородская О. Н., Палиенко А. М. Технологии искусственного интеллекта в современном маркетинге // Инновационные аспекты развития науки и техники. – 2021. – №9 – С. 132-134.
2. Парнеркин [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://partnerkin.com/blog/articles/kak-ispolzovat-neiroseti> – Дата доступа 17.02.2023
3. ТехТерра – агентство интернет-маркетинга [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/neyroseti-v-reklame-razbiraem-realnye-keysy-kompaniy.html> – Дата доступа 18.02.2023.

ВИШНЁВЫЙ ФЕСТИВАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА

А.С. Щербак, 2 курс

Научный руководитель – Е.В. Хмельницкая, м.э.н.

Полесский государственный университет

В современных условиях люди заинтересованы продвигать свой продукт, услугу, товар как можно более эффективно. Так, чтобы об их продукте узнало большее количество человек, а, соответственно, потенциальных покупателей. В этом может помочь событийный маркетинг.

Событийный, или event-маркетинг – комплекс маркетинговых мероприятий, направленный на продвижение продукта или компании в привязке к определенному событию. Чаще всего, это всемирно известные мероприятия либо события, созданные специально для компании: например, тематические праздники, традиции [1, с. 26].

Второе значение слова event – это «спланированное общественное или социальное мероприятие» (planned public or social occasion). В русском языке ему соответствует слово «мероприятие», т.е. совокупность действий, объединенных одной общественно значимой задачей. Те, кто трактует event таким образом, относят event-marketing к сфере организации мероприятий по стимулированию сбыта.

Мероприятие – это вид человеческой деятельности, предполагающий встречу и взаимодействие разных людей, ограниченный по времени и связанный с реализацией каких-то определенных общих целей. В рамках маркетинга целью, как правило, является привлечение внимания потребителя к марке или определенного позиционирования марки.

Далее в статье рассматриваются особенности реализации событийного маркетинга в Республике Беларусь на примере Вишневого фестиваля.

Город Глубокое Витебской области издавна славился своими вишневыми садами. Во всей округе знали агронома Болеслава Лапыря, который был селекционером – выводил сорт вишни, устойчивый к холодам. «Лапырёвы» вишни росли и растут в каждом дворе, а Глубочину знали и знают, как вишнёвый край.

Этот регион всегда славился своими садами. Ещё в 1930-х гг. на месте городского стадиона размещался большой сад, заложенный монахами-кармелитами босыми несколько столетий назад. А в документах XVII — XVIII веков францисканского монастыря в деревне Удело упоминаются в числе прочего имущества и «сады вишневые».

Несколько лет назад, чтобы лишний раз подтвердить статус города-сада, в Глубоком посадили 1 414 деревьев. Символическая цифра – именно это год первого упоминания о городе, которое встречается в летописи. Не факт, конечно, что с тех времен, но уж точно очень давно рецепты разных блюд из вишни передают из поколения в поколения.

В декабре 2012 года в Минске состоялся третий Международный форум «Имидж Беларуси: время действовать». В его рамках состоялся конкурс творческих работ по брендингу регионов Республики Беларусь. Участие в нём принял и Глубокский район, представив проект «Вишнёвый фестиваль в Глубоком». Проект высоко оценили члены жюри: по итогам ему присудили второе место. Так и получилось, что вишня стала брендом Глубокского района [2].

«Вишнёво-фестивальную» идею подхватили многие организации города и района. В первую очередь активно шло благоустройство города, ведь ставилась задача придать Глубокому пусть и не официально, но статус Вишнёвой столицы Беларуси. Здания украсились фестивальными логотипами, а рисунок вишенки стал едва ли не самым популярным в городе. Местные умельцы принялись за изготовление сувенирной продукции из глины, соломки, ткани, металла, стекла... А в центре города вскоре появилась монументально-декоративная скульптура «Глубокская вишенка». К этому моменту шла разработка логотипа фестиваля. Дизайнеры предложили четыре варианта, один из которых выбрали сами глубочане. В итоге было отдано предпочтение логотипу с вишнями-нотками, который наиболее удачно ассоциируется с фестивальной тематикой.

К началу знаменательного события все приготовления были завершены. 21 июля 2013 года стартовал первый день «Вишневого фестиваля», который продлился целую неделю.

Программа включала разнообразные мероприятия: торжественное шествие «В гостях у Вишни»; праздничная тематическая программа «Вишневая столица, встречает гостей!»; выставка-презентация подворий; конкурс-дегустация «Варим вместе вишневое варенье»; выставка лоскутного шитья «Вишнёвая мозаика»; пленэр и мастер-класс «Вдохновение в акварели»; торжественная регистрация брака «Вишневая свадьба»; конкурс гармонистов, баянистов, аккордеонистов «Вишнёвые найгрышы»; гала-концерт творческих коллективов «Вишнёвая квецень сяброўства» и аукцион «Вишневый пирог» [3].

Больше всего гостей праздника впечатлила «вишневая» свадьба, которая была настоящая, а не инсценированная.

Благодаря этому фестивалю Глубокое процветает и ежегодно встречает множество гостей.

Прошли годы. Много изменилось в жизни людей. Неизменным осталось только вишневые деревья, которые с давних времен растут на Глубоччине и дают богатые урожаи. Глубокскую вишню знают сегодня не только в Беларуси, но и далеко за ее пределами. А благодаря «Вишневому фестивалю» эта вкусная ягода станет еще более популярной.

Таким образом, событийный маркетинг является функциональным инструментом в маркетинге, который позволяет открыть что-то новое для места, где проводится само мероприятие. Как и случилось с Вишневым фестивалем, благодаря которому Глубокое буквально расцвело. Следовательно, маркетинг сработал не только на вишни, но и на знаменитую сгущенку, озерные места и сам город.

Список использованных источников

1. Назимко, А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А.Е. Назимко. – М.: Вершина, 2007. – 224 с.
2. Вишневый фестиваль / [Электронный ресурс]. – <https://glubokoe.vitebsk-region.gov.by/ru/vishnevyy-festival/>. – Дата доступа: 18.03.2023 г.
3. Престиж-встреча, конфеты в форме ягод и «вишневая» свадьба / [Электронный ресурс]. – <https://zviazda.by/ru/news/20220725/1658743198-prestizh-vstrecha-konfety-v-forme-yagod-i-vishnevaya-svadba>. – Дата доступа: 18.03.2023 г.

УДК 331.101.3

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОЧЕГО МЕСТА КАК СПОСОБ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ

И.В. Язубец, 1 курс, **В.В. Шурхай**, 2 курс
Научный руководитель – **А.В. Копытовских**, доцент, к.т.н,
Полесский государственный университет

Организация рабочего места на предприятии на сегодняшний день приобретает все большее значение, так как это напрямую влияет на производительность персонала и конкурентоспособность предприятия (организации) в целом.

Рабочее место является первичным звеном в производственной структуре предприятия, так как именно здесь осуществляется процесс производства, его обслуживание и управление [1, с 41].

Исходя из этого перед работодателем появляется ряд задач, которые необходимо решить для улучшения условий труда на рабочем месте в соответствии с особенностями компании. Ведь качественно организованное рабочее место благоприятствует плодотворному труду, развитию творческих качеств персонала и стимулирует сотрудников для повышения квалификации.

Важность данной темы с каждым годом растет, поэтому создаются новые пути по организации и совершенствованию рабочих мест. Основным путем из которых является создание рабочих мест с более свободным пространством, которое сотрудник сам бы смог обустроить в соответствии со своими желаниями. Пока что данный путь активно внедряется в зарубежных фирмах, но и постепенно появляется и на белорусских предприятиях.

Правильно организованное рабочее место является мотивацией для лучшей производительности работников. Данная мотивация является нематериальной[3].

Для того, чтобы показать значимость правильной организации рабочего места, а так же эффективности данного способа в качестве мотивации компаниями HeadHunter и “Здоровый офис” было проведено исследование, в котором приняли участия 3888 человек из России.

Результаты данного исследования показали, что более 90% опрошенных подчеркивают связь между мотивацией и комфортной организацией рабочего места. При этом около 47% опрошенных отмечают улучшение их самочувствия и легкость при выполнении поставленных им задач, у 44% респондентов наблюдается повышение настроения и возрастает концентрация на работе, 35% отмечают заботу начальства о подчиненных через организацию комфортного рабочего места. Однако только 2% ответили, что не видят взаимосвязи между рабочим местом и производительностью работы.

Стоит отметить интересный факт из данного опроса: 33% отметили значимость комфортного кресла для сотрудников.

Кроме этого было выявлено, что в определенной возрастной категории разное отношение к рабочему месту. Так, например, для сотрудников в возрасте от 40 лет важна удобность и хорошее освещение [2].

Помимо выше сказанного, правильная планировка и оснащение рабочего места важны для сотрудников таких отделов как:

- юридический;
- бухгалтерский;
- маркетинговый;
- административный.

На сегодняшний день существует два основных подхода для организации рабочих мест: традиционная кабинетная система и “Open space”. Каждый из этих способов имеет свои положительные и отрицательные стороны.

В традиционной кабинетной системе характерно кабинетное рабочее место. Такая система имеет ряд преимуществ. Например, сотрудник может сам организовать планировку своего кабинета исходя из своих предпочтений, снижается уровень конфликтов на рабочих местах, высокая сосредоточенность подчиненных на рабочем месте.

Однако, как и у любой системы, в данной системе присутствуют и недостатки. К ним относятся: высокие затраты на оборудование рабочих мест, снижение контроля над сотрудниками, низкий уровень сплоченности коллектива, низкие показатели использования полезной площади здания.

Система “Open space” предусматривает свободную планировку офиса и разрабатывалась для того, чтобы все сотрудники, независимо от пола, работали в одинаковых условиях. В большинстве случаев использования данной системы в помещениях работает большое число сотрудников, выполняющих одну и ту же функцию, например швейный цех.

Главными преимуществами данной системы является низкая стоимость на оборудование рабочих помещений и высокий уровень сплоченности коллектива.

К недостаткам можно отнести отсутствие личного пространства, то есть данная планировка рабочих мест не подойдет для людей-интровертов; снижение концентрации из-за повышенного шума на рабочем месте.

На сегодняшний день многие компании пытаются найти наилучшие комбинации, которые могли бы соединить положительные стороны данных систем.

В Беларуси на данный момент в некоторых случаях используются оба подхода, но преобладающей остается кабинетная система. В качестве современного подхода организации рабочих мест в Республике Беларусь можно отнести офис Wargaming, который находится под управлением российской компании Lesta Studio. Данный офис оборудован игровыми зонами, кухней, удобными рабочими местами, что способствует продуктивной работе персонала[4].

В качестве совершенствования организации рабочего места рекомендуется учитывать возрастную категорию персонала, периодически проводить пересадку сотрудников для снижения негативного воздействия на зрение, учитывать специфику работы, соблюдать температурный режим, оснащать всеми необходимыми расходными материалами, периодически проводить конкурсы по профессиональному мастерству работников с призами. Например, новое кресло или компьютер.

Подводя итоги вышесказанного, можно выделить следующее:

1. Необходимо учитывать возраст сотрудников при оборудовании рабочего места;
2. Учитывать особенности конкретного отдела, для которого создается рабочее пространство;
3. Давать сотрудникам свободу действий при организации рабочих мест;
4. По возможности использовать комбинированную систему организации рабочих мест.

Список использованных источников

1. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учебно-практическое пособие / В.П. Папуто. – М. : КРОНУС, 2005. – 320 с.
2. HeadHunter [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://hh.ru/article/829> - Дата доступа 25.03.2023
3. SEARCHINFORM [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/metody-motivatsii-personala> - Дата доступа 25.03.2023
4. Чудо техники [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://chudo.tech/2018/08/23/gde-delayut-world-of-tanks-ofis-wargaming/> - Дата доступа 24.03.2023

УДК 338.486

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

А.И. Якубович, Е.Р. Шуманская, 2 курс
Научный руководитель – **И.М. Зборина, к.э.н.**
Полесский государственный университет

Тезисы посвящены раскрытию основных факторов конкурентоспособности в организации туризма современной экономики. Целью написания работы является рассмотрение конкурентоспособности как комплексной многоаспектной характеристики туристической фирмы, определение организационных мер, а также предложение рекомендаций, направленных на повышение конкурентоспособности организации.

Конкурентоспособность туристской дестинации является необходимым условием ее стабильного и успешного развития, так как для достижения максимальной эффективности бизнеса организация должна контролировать макро- и микроэкономические факторы конкурентной среды. В условиях растущей глобализации данная проблема приобрела особую актуальность. Это связано с углублением международной интеграции и усилением конкуренции на внутренних и мировых рынках.

Существует значительное количество факторов, влияющих на конкурентоспособность туристических услуг, потому что сама индустрия туризма охватывает множество секторов: транспорт, общественное питание, проживание, магазины, развлечения и туристические агентства. Всю систему факторов конкурентоспособности организации можно подразделить на две основные группы: факторы конкурентного преимущества организации и социально-экономическая среда.

Система основных факторов конкурентоспособности организаций в сфере туристских услуг может быть представлена трехуровневой структурой:

1. элементы конкурентоспособности фирмы;
2. внешние факторы;
3. внутренние факторы.

Среди внутренних факторов конкурентоспособности организации важная роль принадлежит технологическому фактору – технический уровень предоставляемых услуг и собственно технология их предоставления.

Фактором повышения конкурентоспособности туристской организации является корпоративная культура. Она представляет собой сложную систему взаимоотношений организации и потребителя ее услуг. Корпоративная культура объединяет ценности и нормы, свойственные для организации стиль и процедуры управления, концепции технологического и социального развития. В ее основе лежат потребности личности и потребности организации.

Однако несмотря на то, что туризм является одним из быстрорастущих секторов экономики, существуют и факторы, сдерживающие его развитие.

К таким факторам относится низкая информированность населения о рекреационных возможностях своей местности. Если мы не знаем о продукте, соответственно для нас его нет. Поэтому предприятия, имеющие самые большие туристские потоки, тратят значительные суммы именно на рекламу и раскручивание турпродукта.

Наиболее распространенная проблема – проведение малоэффективной политики по продвижению территории или вовсе ее отсутствие, в связи с этим большинство регионов почти не финансирует туризм понижая или полностью исключая его рост в своих целевых программах.

Еще одним сдерживающим фактором является высокая стоимость авиаперелетов, пакетных туров, проживания в гостиницах. Высокая стоимость услуг не дает возможность гражданам свободно перемещаться из страны в страну. Существует также тенденция несоответствия качества (например, гостиничных услуг) тем деньгам, за которые за них отдают туристы.

Не следует забывать, что туризм – персонифицированный бизнес. Клиенты доверяют конкретным менеджерам, и это один из пунктов риска: при уходе из компании опытный менеджер как правило, уводит значительную часть клиентов.

Таким образом, при должном и ответственном отношении к вышеперечисленным проблемам, туризм в регионах может выйти на совершенно новый уровень. Важно повысить уровень туристской инфраструктуры, способствовать повышению качества выполнения работ и оказания услуг, повысить осведомленность граждан о туристско-рекреационных объектах, а также сделать туризм доступным в любой стране, а не в пределах определенного региона.

Список использованных источников

1. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. – М.: Финансы и статистика, 1999.
2. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Маркетинг, 2002.

ЯЗЫК, ПЕРЕВОД, КУЛЬТУРА, КОММУНИКАЦИЯ

УДК 81

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК В ТАДЖИКСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

С. Аброров, 1 курс

Научный руководитель – Н.Н. Базар, к.ф.н.

Полесский государственный университет

Введение. Изучая русские пословицы и поговорки, сравнивая их с таджикскими, мы получаем возможность познать особенности национального характера русского народа, больше понять и глубже изучить русский язык, тем самым расширяем собственные языковые знания. Каждая культура обладает уникальными особенностями, и именно язык является одним из главных аспектов, который определяет национальную идентичность человека.

Пословицы и поговорки – важная часть любой культуры, так как они передают мудрость и опыт предков, помогают ориентироваться в жизни и принимать правильные решения, развивают моральные ценности. Поэтому сегодня пословицы и поговорки по-прежнему актуальны. Наше исследование посвящено изучению русских и таджикских пословиц и поговорок, выявлению их сходств и отличий. Цель: перевод пословиц и поговорок с таджикского языка на русский и (или) подбор аналогов с учётом специфики языков. Задачи: 1) изучить, сравнить и проанализировать таджикские и русские пословицы и поговорки, найти сходства и различия; 2) выявить особенности перевода пословиц и поговорок с таджикского на русский язык; 3) с помощью пословиц и поговорок ближе познакомиться с национальной культурой двух народов.

Основная часть. Значительную часть как таджикской, так и русской фразеологии составляют пословицы и поговорки. Это высказывания, которым характерна образность и многокрасочность, поучительное содержание. В них проявляются особенности культуры, своеобразие исторического развития народа, его духовный мир. Одним из известных исследователей Таджикистана, занимавшихся изучением фольклора, является Садриддин Айни – писатель, поэт и учёный. Он – автор многих работ, из них выделяется труд «Таджикские народные пословицы и поговорки». Другой учёный, Мирзошох Мирхосил, также исследовал таджикский фольклор, выдал книгу «Таджикские народные сказки». Учёные внесли огромный вклад в изучение и сохранение культурного наследия Таджикистана, раскрывая богатство народной мудрости и традиций.

По идейному содержанию пословицы и поговорки разных народов обладают сходными чертами. Обратимся к сравнительному рассмотрению русских и таджикских пословиц с точки зрения параллелей, возникших из-за одинакового осмысления и отношения к основным понятиям и явлениям жизни.

Нами предпринята попытка проанализировать пословицы и поговорки на основе сравнения двух языков (таджикского и русского) по лексико-семантическому признаку. В ходе анализа выявлен ряд сходств и различий. Например, таджикская пословица «Ростгуйро хамеша рохат дар пеш аст» при дословном переводе на русский язык звучит: «Говорящему правду впереди ожидает радость». Она подчеркивает важность усердной работы и того, что усилия, которые вкладываем в работу, будут вознаграждены в будущем. Пословицу «Ширина ракс ба барки ситораҳо меравад» можно перевести как «Сладость танцев увлекает звёзды». Подчёркивает связь между творчеством и звёздами, показывает, что хорошие вещи привлекают внимание и людей.

Обратимся к русским пословицам и поговоркам. Одна из них – «Век живи, век учись». Означает, что мы должны всегда продолжать учиться и развиваться, несмотря на возраст. Другая пословица – «Вода камень точит» – подчёркивает, что даже самые маленькие усилия со временем могут привести к большим результатам. Эта пословица подчёркивает важность настойчивости и терпения.

Мы отобрали три тематические группы пословиц и поговорок на таджикском языке. Выражения из каждой группы дословно перевели на русский язык и нашли аналог в русском языке. Результаты работы представлены в таблицах.

Пословицы и поговорки, в которых говорится об отношении к делу

В таджикском языке	Дословный перевод на русский язык	Аналог в русском языке
Кори шаб, хандаи руз.	Ночная работа, дневной смех.	–
То мехнат накунӣ, санги сиёҳ лаъл нагардад.	Не поработав, чёрный камень не станет алмазом.	Без труда не вынешь и рыбку из пруда.
Кори имрӯзаро ба фардо нагузор.	Не оставляй сегодняшнее дело на завтра.	Не откладывай на завтра то, что можно сделать сегодня.
Оханро дар гармиаш мекубанд.	Железо куют, когда оно тёплое. То есть ситуацию в своё время решать надо, или Ребёнка в детстве надо научить.	Куй железо, пока горячо.
Мехнат куни – халол кун, хосилаша чувол кун.	Работаешь – делай это честно, результат будешь трести.	Кто трудиться рад, тот будет хлебом богат. У кого работа, у того и хлеб.
Ҳунар беҳ аз симу зар.	Талант лучше, чем богатство.	Трудолюбие – талант.

В рассмотренных выше примерах народной мудрости говорится о работе. В них подчёркнута важность именно усердной работы. Примеры отмечают значение труда и настойчивости, советуют нам учиться и развиваться. И в таджикских, и в русских пословицах люди прославляют труд человека.

Пословицы и поговорки о слове

В таджикском языке	Дословный перевод на русский язык	Аналог в русском языке
Хурус дар хама чо як хел чеғ мезанад.	Петух везде одинаково поёт.	Дурак, он и в Африке дурак.
Заминро об вайрон мекунад, одамро гап.	Землю портит вода, человека слова.	Чем меньше говоришь, тем меньше и портишь свою репутацию. Слушай больше, а говори меньше.
Аз фикри як кас, фикри ду кас беҳтар аст.	От мысли одного человека лучше мысль двух.	Одна голова хорошо, две лучше.
Нихад шохи пурмева сар бар замин.	Даже ветка, которая имеет много плодов, даже она склоняется. Человек настолько был бы умным, что должен в некоторых местах молчать или уступить.	На всякого мудреца довольно простоты. Умный вначале думает, потом говорит, а дурак наоборот.
Ростгуйро хамеша рохат дар пеш аст.	Говорящему правду всегда впереди отдых.	–
Кам гӯю, бисёр кун.	Меньше говори, больше делай.	Больше дела – меньше слов.

Примеры подчёркивают важность настойчивости и терпения. Отмечают значимость того, что человек должен быть честным по отношению к другим.

Пословицы и поговорки, в которых дана характеристика качествам человека

В таджикском языке	Дословный перевод на русский язык	Аналог в русском языке
Меҳрубониҳои султон – бозии гурба бо мушон.	Доброта короля, как игра кота с мышами.	Близ царя – близ смерти. Царь не огонь, а, ходя близ него, опалишься.
Либоси зебо, ин ақлу одоби инсон нест.	Красивая одежда, это не разум и манера.	По одежде встречают, по уму провожают.
Аз чав чав рӯяду, аз гандум гандум.	Из ячменя растёт ячмень, от пшеницы пшеница. То есть можно и сказать как-то родители таков сын или дочь.	Яблоко от яблони недалеко падает.
То тавакал накунӣ, чизе ба даст наёри.	Не рискнув, не добьёшься ничего.	Кто ничем не рискует, тот ничего не получает.
Охирмохи зимистон – моҳи занталок	Конец зимы – в семье скандалы (месяц развода).	–

Сравнительный анализ пословиц и поговорок в двух языках показывает, что в плане значения они имеют много общего, но аналог не всегда есть.

Заключение. Пословицы и поговорки таджикского и русского языков связаны с особенностями мировидения, с языковыми традициями народов. Дословному переводу с одного языка на другой они поддаются с трудом. Проще отыскать аналогичную пословицу в русском языке, чем перевести таджикскую на русский язык. И наоборот. Это из-за того, что каждая пословица отражает жизненные ценности и переживания создавших её людей.

Вместе с тем, часть пословиц и поговорок имеют аналоги в русском языке. Трудности при толковании и переводе пословиц и поговорок свидетельствуют о том, что они возникли в различных исторических условиях и были сформированы в соответствии с менталитетом своих авторов. Поэтому и подобрать соответствующий аналог непросто.

Таджикские пословицы, как и их русские эквиваленты, являются народной мудростью, отражающей жизненные ценности и опыт поколений. Они содержат обобщённые суждения, выражаются в краткой и образной форме и часто имеют общие мотивы, обладают схожими темами и смыслами. Сравнение таджикских пословиц с русскими свидетельствует о сходстве культур и мировосприятия народов. Изучение этих пословиц помогает лучше понять историю, обычаи и традиции каждого народа. И, конечно, лучше и качественнее изучить русский язык.

Список использованных источников

1. Гордлевский, В. А. Персидские пословицы (собрание Мирзы Абдуллы Гаффара). Транскрипция, перевод и комментарии. Древности восточные / В. А. Гордлевский. – М. : Крест. календаря, 1913. – 262 с.
2. Игболов, О. Ш. Лексико-семантический анализ особенностей пословиц и поговорок в таджикском и английском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / О. Ш. Игболов ; Российско-Таджикский (Славянский) ун-т. – Душанбе, 2017. – 24 с.
3. Калонтаров, Я. И. Таджикские пословицы и поговорки в аналогии с русскими / Я. И. Калонтаров. – Душанбе : Ирфон, 1965. – 535 с.
4. Рахими, М. В. Таджикско-русский словарь / М. В. Рахими, Л. В. Успенская. – М. : Изд-во ГИС, 1954. – 790 с.
5. Айнӣ, С. Куллиёт / С. Айнӣ. – Душанбе : Нашр Давлат : Тоҷик, 1957. – 328 с.
6. Асрори, В. Зарбулмасал ва мақолҳои тоҷикӣ / В. Асрори. – Душанбе : Нашри Тоҷик. – 1956. – С. 20–40.
7. Камолиддинов, Б. Хусуияти услубии сарфу наҳви забони тоҷикӣ / Б. Камолиддинов. – Душанбе : Маориф, 1992. – 128 с.
8. Матроров, С. Забони тоҷикӣ / С. Матроров, М. Усмонова, Р. Фуломалева. – Душанбе : Маориф ва фарҳанг, 2013. – 224 с.
9. Мачидов, Ҳ. Антонимияи воҳидҳои фразеологӣ / Ҳ. Мачидов // Мактаби советӣ. – 1987. – №8. – с. 254
10. Мачидов, Ҳ. Антонимҳои луғавӣ. / Ҳ. Мачидов. – Маърифат. – 1999. – №1-2.
11. Мирзоева, М. Синонимҳои фразеологӣ дар «Ёддоштҳо» – и Айнӣ. / М. Мирзоева // Адаб. – 2002. – №4. – 123 с.
12. Мухаммадиев, М. Лексикаи забони адабии тоҷик. / М. Мухаммадиев, Х.Талбаков, Ю. Нурмухаммадов. – Душанбе, 1997. – 232 с.

УДК 811.112.2

ФОРМИРОВАНИЕ МОЛОДЁЖНОГО СЛЕНГА В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

П.Е. Альферович, 1 курс

Научный руководитель – Е.А. Селиванова, м.пед.н., преподаватель

Полесский государственный университет

Что такое сленг? Согласно научному определению, сленг – это слова, живущие в современной разговорной речи, но считающиеся нежелательными к употреблению в литературном языке [1].

Язык является неотъемлемым средством коммуникации между людьми. У термина «язык» есть два общепринятых значения: в первую очередь под данным понятием люди понимают разговорный «язык», то есть устную речь. Второе определение данного термина – это, конечно же, письменный язык, то есть, знаковая система, предназначенная для фиксации различного рода данных.

Лингвисты проводили множество исследований различного рода и выявили: все изменения, которые происходят в политической, экономической и социальной жизни людей, находят отражения в нашем языке. Очень часто современное поколение адаптирует его под свой ритм жизни, обогащая его новыми фразеологизмами, словами и всевозможными сокращениями.

Сегодня сленг является неотъемлемой частью нашей жизни. Вы можете услышать его повсюду: телевидение, интернет, радио. Сленговая лексика проникла во многие сферы жизни нашего общества. Молодое поколение Беларуси, Америки, Китая, молодёжь всех стран мира используют сленговую лексику в общении друг с другом. Не исключением является и немецкая молодёжь.

Данная работа направлена на выявление особенностей сленга немецкоязычного населения с помощью различных средств коммуникации, таких как: интернет, онлайн-журналы, популярные молодёжные программы.

Перейдя к анализу сленговой лексики в Германии, хочется отметить, что она имеет весьма специфические свойства. В молодёжном сленге существует огромное количество устойчивых словосочетаний, которые, при переводе на русский язык, имеют весьма нестандартный перевод.

Для того, чтобы разобраться в особенностях сленга, мы обратились к известным немецкоязычным чатам и журналам, которые очень популярны среди подростков Германии, например «Deutschland Archiv», «Linnaea».

При анализе сленговой лексики, выяснился интересный факт: сленг не подчиняется правилам немецкой грамматики. У немецкого сленга вообще много специфических черт, о которых мы поговорим более подробно.

В ходе виртуального общения с подростком из Германии мы узнали, что неотъемлемой частью общения немецкой молодёжи являются аббревиатуры. Данное стремление сокращать название каких-либо предметов или явлений наблюдается и у белорусских подростков. Очень часто при общении всплывали такие аббревиатуры как: «bs» - «bis später» – увидимся позже/до скорого; «div» - «danke im Voraus» – заранее спасибо; «siw» - «soweit ich weiß» - насколько я знаю; «sz» - «schreib zurück» – написать ответ/ответить; «gn» - «gute Nacht» – спокойной ночи; «kA» - «keine Ahnung» - понятия не имею/без понятия; «SfH» - «Schluss für Heute» - на сегодня хватит; «uAwg» - «um Antwort wird gebeten» - требуется ответ.

Также, почитав немецкие подростковые форумы, можно было найти очень много оригинальных сленговых сокращений, которые используются при переписке в интернете. Например: hdl (hab dich lieb), что в переводе означает – я люблю тебя. Или же zl;ng (zu lang; nicht gelesen) — tl; dr (слишком длинный; не читал). Nix (nichts) — ничего. Данное употребление этого слова проникло даже в разговорный немецкий, так как произнести “nix” намного легче, чем тщательно выговаривать “nichts”. Еще одно очень популярное сокращение - kp, kd (kein Problem, kein Ding) - нет проблем, это ничего. Вы можете увидеть kp намного чаще в текстах или кратких сообщениях. Это отличный быстрый ответ, когда кто-то говорит danke.

Как вы спросите у своего немецкого друга, как у него идут дела? Wie geht es dir? Was gibt es Neues? Слишком официально. «Was geht ab?» - эту фразу молодёжь использует вместо привычного «Wie geht es dir?». И если дословно переводить это сокращение на русский, то звучать оно будет так: чё как?

В немецком языке существует слово das Alter. Переводится оно как возраст. Но не в случае со сленговыми словами. Используя это слово, мы обращаемся к своим друзьям и знакомым, переводя его как старик» или «чувак». Очень часто Alter можно услышать среди немецких подростков. Например: «Hey, Alter! Was geht ab?» – Эй, чувак! Как поживаешь?

Немецкая молодёжь, чтобы назвать что-то крутым или классным, очень часто использует слово «fett», хотя дословно оно переводится, как жирный или толстый. Ещё можно употребить слово «geil». Оно также подойдет для описания чего-то крутого.

Как вы уже могли заметить, немцы любят использовать несколько слов для обозначения одного и того же явления. В ходе анализа сленговой лексики, мы нашли несколько интересных слов, которые немцы употребляют для описания всего подряд. «Krass»- при помощи этого слова вы можете описать как позитивное, так и негативное явление. Данное слово является прототипом русского «жесть». В современной немецкой лексике так же существует такое выражение, как «Quatsch». Дословно переводя на русский язык, это будет означать: «чепуха», «ерунда».

Иногда на улицах Германии можно услышать нестандартное приветствие. Вместо привычного «Hallo» очень часто слышится «Hallöchen». А вместо привычного «Tschüss» вы станете свидетелем употребления словосочетания «Tschüssikowski». Суффикс «kowski» придаёт слову польское звучание. И если дословно переводить данное выражение на русский язык, то получится ласковое «поки».

Существуют различного рода слова, которые объединяются в одно слово. Например, Dummfall - dummer Unfall (глупый случай). Или же «Jein». Тут всё просто, «Jein» означает и «да», и «нет», то есть и то, и другое. Но по сути, можно сказать, что «Jein» имеет такое же значение, что и «Да, но».

В последнее время молодые люди стали заимствовать различные фразы из английского языка. Данное явление нашло отражение и в немецком сленге. При общении немцев друг с другом в интернете, в диалоге употребляются следующие сокращения: «PLZ»: (Please) – аналог немецкого «Bitte». «OK»: (okay). Это высказывание популярно во всём мире и употребляется практически во всех странах. «Cringe»- в переводе с английского означает «съёживаться». По назначению это слово почти не употребляется, но оно носит сленговый характер. В немецком и русском языках употребляется в качестве обозначения чего-то мерзкого и вредного. «Trash»- с английского переводится как мусор. Но в качестве сленгового выражения обозначает что-то ужасное или кошмарное.

Проанализировав специфику немецкого сленга, можно смело сказать: внедрение различных фразеологизмов и аббревиатур в разговорный немецкий происходит максимально быстрыми темпами. На это влияют различные факторы, а именно: интернет и его широкие возможности, современная поп-культура, молодёжные жаргонизмы, относящиеся к различным сферам развития. Ещё хочется выделить огромное влияние английского языка на становление сленга не только в Германии, но и во многих других странах мира. В молодёжных кругах английский считается самым «модным» для изучения языком. Многие сленговые выражения пришли в немецкий сленг именно из разговорного английского. Поэтому неудивительно, насколько быстро жаргонные слова влились в современную речь.

Список использованных источников

1. Энциклопедия [Электронный ресурс]. - Old.bigenc.ru – Дата доступа: 02.04.2023.
2. Kleinberger G.U., Spiegel C. Jugendliche schreiben im Internet: grammatische und orthographische Phänomene in normungebundenen Kontexten // Perspektiven der Jugendsprachforschung. Frankfurt am Main, 2006. S. 101–110.

УДК 811.581

КОНЦЕПТ «ВДОХНОВЕНИЕ/INSPIRATION» В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

В. Ананич, Д. Каминская, 1 курс
Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.фил.н., доцент
Полесский государственный университет

На современном этапе развития лингвистики проблема исследования природы концепта, а также взаимосвязи языка и национальной культуры в целом детально анализируется многими русскоязычными и зарубежными авторами (например, А.П. Бабушкин, А. Вежбицкая, Е.С. Кубрякова, Б. Баркоу и др.), что свидетельствует о многогранности и сложности данного феномена. Однако до настоящего времени существуют некоторые пробелы в изучении лингвокультурологических особенностей концептов в английской и русской лингвокультурах.

Цель статьи – выявление специфики организации концептосферы «вдохновение» путем анализа языковых средств, репрезентирующих данную концептосферу в русской и английской лингвокультурах.

Объектом исследования является лингвокультурологический концепт вдохновение в английском и русском языковом пространстве.

Предметом исследования являются единицы английского и русского языка, вошедшие в номинативное поле концепта вдохновение, область речевого этикета, а также единицы, связанные с исследуемой темой.

В данной работе мы использовали следующие **методы исследования**: метод сплошной выборки при пользовании лексикографических справочников; описательный метод, позволяющий провести анализ языковых единиц и интерпретировать полученные данные, метод семантического анализа.

Понятие *концепт* в лингвистике является одновременно и устаревшим, и современным термином. «Conceptus» – это латинское средневековое слово, производное от глагола «concipere – concipere», что означает «постигать». В классической латыни слово «conceptus» имело значение «пруд», «воспаление», «напитывание» и «происхождение». *Концепт* и его производные стали употребимы во всех романских и германских языках (французский *concept – concevoir*, итальянский *concetto – concepire*, испанский *concepto – concebir*, португальский *conceito – conceber*, английский *concept – conceive*) [1, с. 19].

Лексема «inspiration» в английском языке выступает в качестве существительного и прилагательного. С целью рассмотрения определений и выделения обобщенного значения концепта, анализ его семантического поля проводился по лексикографическим данным авторитетных словарей, отраженных в Таблице 1.

Таблица 1. – Семантика концептосферы «inspiration»

Словарь	Значение
Cambridge Dictionary	1) Inspiration noun (gives ideas) 1. someone or something that gives you ideas for doing something Africa has long been a source of inspiration for his painting. 2) Inspiration noun (good idea) 2. a sudden good idea about what you should do 3. be an inspiration to sb 4. to be so good that someone else admires you and is encouraged by your behavior The way she has dealt with her illness is an inspiration to us all 3) inspiration noun (breathing) 5. the act of breathing in
Collins Cobuild	1. the process that takes place when somebody sees or hears something that causes them to have exciting new ideas or makes them want to create something, especially in art, music or literature <ul style="list-style-type: none"> • <i>Dreams can be a rich source of inspiration for an artist.</i> • <i>Both poets drew their inspiration from the countryside.</i> 2. [countable, usually singular] a person or thing that is the reason why somebody creates or does something <ul style="list-style-type: none"> • inspiration (for something) <i>He says my sister was the inspiration for his heroine.</i> • inspiration behind something <i>Clark was the inspiration behind Saturday's victory.</i> 3. [countable, usually singular] a person or thing that makes you want to be better, more successful, etc. <ul style="list-style-type: none"> • inspiration to somebody <i>Her charity work is an inspiration to us all.</i> • inspiration for somebody <i>She became an inspiration and a role model for a new generation of women.</i> 4. [countable, usually singular, uncountable] a sudden good idea <ul style="list-style-type: none"> • <i>He had an inspiration: he'd give her a dog for her birthday.</i> • <i>It came to me in a flash of inspiration.</i>

Примечание – Источник: собственная разработка.

В английском языке лексема *inspiration* имеет следующие синонимы: *encouragement, enthusiasm, genius, incentive, influence, insight, motivation, revelation, vision, deep think* и антонимы: *discouragement, depression, reality, truth, hindrance*.

Лексема «вдохновение» в русском языке выступает в качестве существительного. С целью рассмотрения определений и выделения обобщенного значения концепта, анализ его семантического поля проводился по лексикографическим данным авторитетных словарей, отраженных в Таблице 2.

Таблица 2. – Семантика концептосферы «вдохновение»

Словарь	Значение
Толковый словарь русского языка, Ожегов С.И.	Вдохновение – творческий подъем, прилив творческих сил.
Толковый словарь русского языка, Ушаков, Д.Н.	Вдохновение – творческое одушевление, состояние творческого подъема

Примечание – Источник: собственная разработка.

На следующем этапе нашего исследования было установлено ядро номинативного поля концепта *вдохновение* через синонимическое расширение ключевого слова. Ядро поля составляют лексемы с высокой частотностью, наиболее общие по значению, стилистически нейтральные, без эмоционально-экспрессивной окраски.

Концепт «вдохновение» имеет следующие синонимы: *наитие, энтузиазм, порыв, воодушевление, увлечение, увлеченность, страсть, окрыление, творческий подъем, творческий порыв*. А также следующие антонимы: *уныние, дисмораль, выгорание, опустошенность, подавленность, безыдейность*.

Концепт *inspiration* встречается в следующих идиоматических выражениях:

- *A flash of inspiration* – порыв вдохновения.
- *A source of inspiration for\to smb* – быть источником вдохновения для кого-то. [5]

В ядро исследуемого концепта были также включены описательные номинации, различные отдельные признаки концепта *inspiration*, обнаруживающиеся в разных ситуациях его обсуждения:

- *Artistic inspiration* – художественное вдохновение
- *Divine inspiration* – божественное вдохновение
- *Fresh inspiration* – новое вдохновение
- *Direct inspiration* – прямой источник вдохновение
- *A great inspiration* – большое вдохновение
- *A sudden inspiration* – внезапное вдохновение
- *Creative inspiration* – творческое вдохновение [4, 5].

Окружающая человека действительность отражается в его сознании, преломляясь через концептуальную картину мира и его субъективное восприятие. Через анализ языковых средств становится возможным получить доступ к концептам, которые формируют языковую картину мира и позволяют исследовать менталитет и образ мышления многих народов.

Современная научная парадигма проявляет интерес к проблемам взаимодействия языка, культуры и мышления, в следствие чего перспектива исследования концептосферы «*вдохновение/inspiration*» в русской и английской лингвокультурах связана с выявлением признаков концепта, а также изучением представленности лексемы в различных функциональных стилях и типах дискурса. Кроме того, изучение концептов предполагает разработку методик концептуального анализа, который исследуется в достаточно широком кругу современных лингвистов.

Список использованных источников

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова [и др.]; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 245 с.
2. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка (А-Я) / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Москва: издательство «Азъ», 1992. – 3423 с. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. – М. : Сов. Энцикл. ; ОГИЗ ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940.
3. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка. Том 1 / Д.Н. Ушаков. – Москва: Государственный Институт «Советская Энциклопедия», 1935. – 1552 с.
4. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british>. – Дата доступа: 28.03.2023.
5. Collins Dictionary [Electronic Resource] / Definition. – Mode of access: <https://www.collinsdictionary.com>. – Date of access: 28.03.2023.
6. Oxford Dictionary [Electronic Resource] / Definition. – Mode of access:

УДК 641.56 (430)

НЕМЕЦКАЯ КУХНЯ

П.В. Андрошук, 1 курс

Научный руководитель – **Е.А. Селиванова**, м.пед.н., преподаватель
Полесский государственный университет

Германия – это страна гурманов! Всего в 2022 году звёзды Мишлен получили 326 ресторанов, кафе, а также закусочных.

Понятие «немецкая кухня» включает в себя различные стили кулинарии, которые преобладают в Германии. Однако не существует единого определения, поскольку у каждого региона есть свои особенности.

Если спросить людей о немецкой кухне, то в первую очередь они подумают о колбасах и шницеле, часто в сочетании с пивом. Другие же подумают о марципане либо всеобщем популярном торте «Шварцвальд». Иностранцы из англо-американских стран в первую очередь подумают о квашеной капусте [5].

Основными видами мяса, потребляемыми в Германии, являются свинина, говядина и птица. Среди последних больше распространена курица, также часто употребляются гусь, индейка и утка.

В Германии насчитывают более 1000 самых разнообразных сортов колбас. Если вы захотите побывать в Баварии, то вам обязательно нужно продегустировать местный деликатес – мюнхенские белые колбаски. Они изготовлены из телятины и свиного сала с большим количеством разнообразных специй. Чаще всего их подают с картофельным пюре и квашеной капустой [2, с.40].

Типичным является и употребление сырого мяса в качестве метта или татарского. Самой распространённой морской рыбой является сельдь в самых различных вариантах приготовления. Лосось также довольно часто едят по всей стране. Если же брать во внимание пресноводных рыб, то форель – самая распространённая рыба на немецких обеденных столах, однако окунь и карп тоже часто подаются [4].

Овощи немцы употребляют в пищу обычно в тушеном/вареном виде или в качестве гарнира. Наиболее распространёнными являются шпинат, морковь, фасоль, горох и различные виды капусты, помидоры, огурцы и разные виды салатов. Жареный лук любят добавлять во многие блюда, также его нередко подают к мясным тарелкам.

Картофель является самым важным гарниром. Он может представлять собой многое: варёный, жарёный картофель, крокет или картофельное пюре. В столовых и ресторанах быстрого питания большое количество картофеля фри применяется в качестве гарнира, а иногда даже и как основное блюдо. Рис также любят употреблять с рыбой и птицей как питательный гарнир.

Интересный факт: в ресторанах Германии гарниры чаще всего включены в общую стоимость заказов.

Немецкая лапша. Она чаще всего более густая, нежели итальянская, и может содержать яйца. В южной части Германии преобладает паста шпетцле, в которой используется большое количество белков [4].

Когда дело доходит до хлеба, немцы оказываются впереди. По всей территории Германии расположено множество кондитерских, пекарен и булочных. Вкус немецкого хлеба весьма необычный и специфический, поскольку в нем присутствует главный компонент – ржаная мука. По этой причине немецкий хлеб принято называть «земляным». На данный момент существует более трехсот сортов одного лишь хлеба, не говоря уже о различных сдобных пирожках, рогаликах, тортах с марципановой, кремовой и другими начинками.

«Пумперникель» считается одним из самых необычных видов немецкого хлеба. Для его производства используется цельнозерновая ржаная мука грубого помола. На вид он напоминает хлеб из темно-коричневого и липкого теста.

Торт – еще один кулинарный деликатес немецкой кухни. Десерты и выпечка в Германии готовятся, как говорится, "от души". Например, "Баумкухен" ("пирожное-дерево") – торт, который не

только обладает необычайным вкусом, но и имеет свои секреты приготовления. Тесто обмакивается в кардамон, гвоздику и специальный деревянный валик из фасоли. Круговые движения выполняются ровно тринадцать раз, чтобы масса создавала круговые участки дерева [1].

Пиво популярно во всех частях Германии, в особенности в Пилсе, но также и во многих региональных сортах пива, таких как Helles, Kölsch, Altbier, Weißbier, или Berliner Weiße. Смесь пива и лимонада известна на юге как Radler или Spritzwasser, а на севере - как Alsterwasser. Смесь пива и колы имеет такие названия, как Drecksack, Schmutz, Diesel или Krefelder.

Вино тоже популярно в Германии и известно во всем мире, всего выделено 16 винодельческих регионов. Немецкое вино поступает в основном из районов вдоль Рейна, Дуная, Майна, Мозеля, Заале и верховьев Эльбы. Riesling, Müller-Thurgau (Rivaner) и Silvaner – самые известные сорта. Вино также любят пить в смеси с газированной водой в качестве винного шорле [4].

Точно так же сидр (также называемый Viez на юго-западе), а также другие фруктовые вина снова имеют тенденцию к росту в регионах Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Baden-Württemberg и других регионах, где выращивают фрукты.

Кроме того, в Германии кофе часто пьют не только на завтрак, но и во второй половине дня, чаще всего с пирожными. Чай более популярен в Восточной Фризии. В качестве безалкогольных напитков пользуются спросом газированные напитки, фруктовые соки, их смесь, называемая Schorle.

Таким образом, на основе изученного материала можно сделать вывод о том, что кухня Германии весьма разнообразна и имеет свои секреты приготовления. Немцы уже с древних времен и до сих пор включают в свой рацион сытные блюда из свинины, картофеля, капусты с добавлением различных специй, и в то же время очень любят натуральный вкус продукта, не желая перебивать натуральность.

Для данной работы мы провели опрос среди студентов 1 курса (участвовало 100 человек), объектом которого выступила немецкая кухня, а цель – выявить, насколько хорошо студенты знают немецкую кухню и её особенности.

Студентам были предложены следующие вопросы:

1. An welches Gericht würden Sie sofort denken, wenn man Ihnen etwas über die deutsche Küche erzählen wollte? (Какое блюдо вы бы сразу вспомнили, если бы кто-то захотел рассказать вам что-то о немецкой кухне?):

62% – колбасы; 18 – квашеная капуста; 15% – шницель; 5% – торт «Шварцвальд».

2. Welche Mehlsorte wird am häufigsten für die Herstellung von Brot verwendet? (Какой вид муки чаще всего используется для выпечки хлеба?):

74% – пшеничная; 11% – ржаная; 8% – цельнозерновая; 7% – гречневая.

3. Wie nennt man in Deutschland die Mischung aus Bier und Cola? (Как в Германии называют смесь пива и колы?):

87% – не знают; 10% – Diesel; 3% – Schmutz.

4. Gibt es eine Einheit in der deutschen Nationalküche? (Существует ли единство в немецкой национальной кухне?):

97% – нет, т.к. каждый регион имеет свои особенности; 3% – да.

5. Welches Gemüsegericht gilt als das Nationalgericht in Deutschland? (Какое овощное блюдо считается национальным блюдом в Германии?):

96% – квашеная капуста; 4% – не знают.

6. Wie oft trinken die Deutschen Kaffee? (Как часто немцы пьют кофе?):

60% – 2 и более раз в день; 32% – 1 раз в день; 8% – редко.

На основе данного опроса можно сделать вывод: студенты имеют лишь поверхностное представление о немецкой кухне. Особенности приготовления знают лишь 12% человек. И как следствие – работа имеет практическую направленность. Студенты смогли более детально ознакомиться с немецкой кухней и некоторыми её особенностями, узнали небольшие секреты приготовления хлеба «Пумперникель» и торта «Баумкухен». Данную информацию они могут использовать в быту; в общении с другими людьми; для лучшего понимания культуры Германии и её особенностей.

Список использованных источников

1. Исследовательская работа по направлению – немецкий язык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2017/12/21/issledovatel'skaya-rabota-po-napravleniyu-nemetskiy-yazyk> – Дата доступа: 31.03.2023
2. Продукты. В чем уникальность хлеба и воды, колбасы и пива, сыра и вина из Германии // Германия. 2005. - № 5. – с. 40.
3. Традиционная немецкая кухня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://deutsch-sprechen.ru/traditionelle-kueche/> – Дата доступа: 31.03.2023
4. Deutsche Küche: Speisen & Getränke [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://deutsch-werden.de/de/deutsche-kueche-speisen-getraenke> — Дата доступа: 31.03.2023
5. Was steckt hinter der typisch deutschen Küche und welche regionalen Spezialitäten hat sie zu bieten? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.superprof.de/blog/regionale-unterschiede-deutsche-kueche/> – Дата доступа: 31.03.2023

УДК 378.1

ARCHAISMS IN THE NOVEL “FOR WHOM THE BELL TOLLS” BY ERNEST HEMINGWAY: TO UNDERSTAND OR TO SKIP?

Reem Ahmed, form X “A”

Supervisors – V. Doronina, English teacher,

I. Gerusova, English teacher

State Establishment of Education “Pinsk Secondary School No. 8”

Language can be compared to humanity. It also improves, develops and changes. It has its past and present. At the same time, language invariably fulfills its utmost importance – it serves as means of communication. Since language is constantly changing, many words disappear from use and new words appear. We can see that language is getting as old as humanity.

While reading English-speaking literary works we faced a problem that pupils don't understand the meaning of some words and sometimes it's hard to understand the plot at all. While pupils of senior classes try to comprehend the meaning of these words, pupils of secondary classes usually skip them.

English, like any other language, regularly evolves: it gets rid of some already clearly obsolete words and expressions, the so-called archaisms. In English lexicology, archaisms, which are the words that have finally emerged from a language that is marked «old» are denoted by the term «obsolete words». Their meanings are understandable, but they are almost never used. It is unlikely that today we will hear the following words: ere, hither, thither. The reason for the appearance of archaisms is in the development of the language and in the updating of its dictionary [1].

If we open a book written several decades ago, we will find in it words like “whilst”, “hitherto” and many others that are not used today. Nevertheless, archaisms keep the history of the language in themselves, and show how vividly and adaptably it can change over the time [4].

Nowadays young people are interested in Modern English literature because it is easier to read. At the same time Old English literature is fading into the background of its popularity because it is full of archaisms that are difficult to understand but by reading this literature we can learn a lot of information about the British history, culture, discoveries and mythology.

Last year I started reading the novel “For Whom the Bell Tolls” by Ernest Hemingway. While reading I came across a large number of archaisms. It pushed me to research the archaisms and to find out their meanings in this literary work.

The relevance is determined by the fact that the study of archaisms is very important in modern life, as they are still used in law, medicine, religion, rituals and traditions. A lot of them can be found in classical literature, so the knowledge of archaisms will be useful for those who plan to read English-language fiction in the original form.

The aim of the research is to identify the relevance of English archaisms on the example of the novel “For Whom the Bell Tolls” by Ernest Hemingway.

This aim involves the following tasks:

1. To identify the meaning of archaisms.
2. To analyze the archaisms in the novel “For Whom the Bell Tolls” by Ernest Hemingway.

3. To create reading tips for motivated students to understand authentic books with archaisms.
4. To adapt the text of the novel to Modern English.

In the course of doing the research the following methods were used:

1. Comparison.
2. Data analysis.
3. Classification.
4. Linguistic experiment.

The object of this research is the archaisms.

The subject of this research is the novel "For Whom the Bell Tolls" by Ernest Hemingway.

Being a member of the School Potter Club I read a lot of diverse literature in English. Hemingway's works are quite popular among our club members. This author is also one of my favourite writers. Last year, I decided to read the novel "For whom the bell tolls" by Ernest Hemingway.

I understood that it would be difficult to read this novel because the author uses archaisms in his literary work. It pushed me to identify the archaisms in the novel and to find out their meanings. It will help other pupils to perceive the text and understand the speech of all heroes easily.

Our research presents archaisms from the book that we have analyzed and found their meanings. E.g: "art" - to be; "canst" - you can (used to mean "you can", when talking to one person); "dost" - the second person, the singular form of the verb "to do"; "giveth" - the third person, the singular form, the Present Indicative form of the verb "to give"; "nada" - slang for "nothing", from Spanish "nada", from Latin "nata" - small, insignificant thing [2].

In the course of research and analysis of archaisms in the novel "For Whom the Bell Tolls" by E. Hemingway, we noticed that there is a certain part of archaisms in which the suffixes -(e)st, -(e)th and -an are present.

I have learned that two present tense verb-endings from Middle-endings are still to be found in the Early Modern period: -(e)st for the 2nd person, singular following thou (as in thou goest).

Here are some examples from the novel: hast, canst, dost, thinkest, shouldst

Suffix - eth is used to form the 3rd person singular present indicative form of verbs. In humorous meaning replaces -s or -es (of verb forms and noun plurals), or is appended to other verb forms, forming nonce, pseudoarchaic versions of the word [3].

There are some examples from the novel: taketh, giveth, saideth, killedeth.

As English language was changing all the time, suffixes disappeared.

Suffix - est was dropped when the uniquely singular "thee/thou/thy" fell out of use.

Suffix - eth was eventually replaced by -s or -es; the point being that language changes over time and tends to move toward simpler forms.

Suffix - an is used for the infinitive form of archaic verbs. The suffix -an changes based on what position it stands in the first person, singular, the second person, singular and the third person, singular.

There are some examples from the novel: swincan, willan.

Ernest Hemingway is a modern writer. So we can find the archaisms only in his book "For Whom the Bell Tolls" and not so huge number of them as in works by W. Shakespeare, S.T. Coleridge and J. Keats.

It was interesting to identify what parts of speech are found among the archaisms and what is their ratio. 46 archaisms were determined. They include 22 verbs that is 50 %, 11 nouns that is 25%, 7 adjectives that is 16%, 4 pronouns - 9%. In the text there is an archaism "nay" with the meaning "no" and the phrase "thou art" which means "you are". The novel "For Whom the Bell Tolls" may seem like a difficult literary work to read. That's why we created some useful tips for students who want to read this book. My recommendations are universal. You can adapt them to read any text with archaisms.

We studied archaisms in the novel. Using the table that we created for translating the archaisms into Modern English, I understood the plot of the book I have read. I adapted some parts of the novel "For Whom the Bell Tolls" with archaisms into Modern English.

We can make the conclusion that the usage of archaisms makes the literary work more realistic. Analyzing the archaic words in the novel "For Whom the Bell Tolls" we can define that they give a piece of writing the flavor of olden times, give the literary work an intriguing and mystical character than easily recognizable words. We are going to continue reading books with archaisms to understand them but not to skip.

Reference

1. Archaisms: Do We Need to Use It?: Essay-Editor [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://essay-editor.net/blog/archaisms-do-we-need-to-use-it> – Date of access: 22.01.2022.
2. Internet Dictionary: Oxford Languages [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.com/search?q=lexis+meaning&oq=lexis+meaning&aqs=chrome..69i57j0i512j0i22i3018.11807j1j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8> – Date of access: 09.02.2022.
3. Archaism: Wikipedia The Free Encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Archaism> – Date of access: 05.02.2022.
4. Definition and Examples of Literary Terms: Literary Devices [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://literarydevices.net/archaism/> – Date of access: 15.03.2022.

УДК 811.581

КОНЦЕПТОСФЕРА «ПОНИМАНИЕ/ UNDERSTANDING» В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

П. Барышникова, О. Горина, 1 курс
Научный руководитель – **О.Ф. Жилевич**, к.фил.н., доцент
Полесский государственный университет

Центральным объектом исследования когнитивной лингвистики являются концепты – содержательные единицы памяти, всей картины мира, отраженной в сознании человека и его психике.

Концепты – базовые единицы мышления. Концепт выступает как основа для выделения некой совокупности языковых средств, находящихся с концептом в отношениях репрезентации. Концепт представляет собой ту абстрактную единицу, которой человек оперирует в процессе мышления. Эти единицы отражают результаты знаний, полученных человеком, накопленного им опыта. Человек мыслит концептами. Анализируя, сравнивая, соединяя разные концепты в процессе мыслительной деятельности, он формирует новые концепты как результат мышления. [1]

Цель статьи – выявление специфики организации концептосферы «понимание» путем анализа языковых средств, репрезентирующих данную концептосферу в русской и английской лингвокультурах.

Предметом данного исследования является концепт «понимание» и особенности реализации данного концепта в русской и английской лингвокультурах.

Объект исследования – лексические средства выражения концепта «понимание» в толковых и этимологических словарях английской и русской лингвокультурах.

Детальное содержание концепта «понимание» отражено в лингвокультурологических словарях, актуальность которых связана с интегрированием различных областей гуманитарного знания и рассмотрением современного мира, который понимается и выражается посредством языка, так называемый антропоцентризм лингвистики.

Рассмотрение концепта «понимание» наблюдается также в толковых и этимологических словарях русских и зарубежных авторов, в которых разъясняется семантика слов и их историческое происхождение.

Так, например, одним из самых известных словарей является «Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова. В нём концепт «понимание» трактуется как «способность осмысливать, постигать содержание, смысл, значение чего-н.». [2]

В «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля, «понимание» рассматривается, как «см. ПОНИМАТЬ, понять что, постигать умом, познавать, разуметь, уразумевать, обнять смыслом, разумом; находить в чем смысл, толк, видеть причину и последствия.» [3]

Д.Н. Ушаков характеризует понимание, как «Способность, умение проникнуть в смысл чего-нибудь, усвоить, сознать его; состояние сознания, которому ясен, открыт, известен смысл чего-нибудь». [4]

В толковом словаре Ефремова же толкует понимание, как «Процесс действия по гл. понимать». [4]

По этимологическому словарю Цыганенко, современное значение слова – от слова поймать. Только изменилось звучание корня, а также добавился переносный смысл — схватить не предмет,

а мысль, идею, суть. Значит, слова уловить (мысль), ухватить (суть) — практически одно и то же. [4]

В англоязычном онлайн-словаре Oxford Learner's Dictionaries понимание же описывается, как «понимание (чего-либо) знания, которыми кто-либо обладает о конкретном предмете или ситуации.». [5]

В Cambridge dictionary онлайн-словаре данный концепт рассматривается, как «знание о предмете, ситуации и т.д. или о том, как что-то работает». [6]

Online Etymology Dictionary раскрывает этимологию концепта, который означает древнеанглийское понимание «*comprehension*», отглагольное существительное от *understand* (v.). Значение «взаимное согласие» засвидетельствовано с 1803 года. [7]

Лингвокультура английского языка насыщена различными идиомами с использованием данного концепта, большинство из них встречаются в художественных произведениях, где понимание является, как ключевое слово, что подразумевается: «A Hard Nut To Crack» – трудный для понимания человек; «A Known Quantity» – кто-то, чей характер, личность, поведение известны и понятны; «Beat It Into Your Head» – повторяйте это, пока не поймете и не запомните это; «Begin To See Daylight» – начните понимать; «Can't Make Heads Or Tails Out Of Someone Or Something» – не понять это вообще; это не имеет смысла для одного и др. [8]

Русская лингвокультура также насыщена использованием концепта понимание, большинство писателей, философов и ученых используют его в своих высказываниях, вот несколько известных цитат: «Чувство юмора — это то понимание жизни, которое появляется у человека, подошедшего к краю бездонной пропасти, осторожно заглянувшего туда и тихонечко идущего обратно.» – Ф. А. Искандер (1929-2016) – советский российский прозаик; «Взаимное понимание требует взаимной лжи.» – Дон-Аминадо (1888-1957) – русский поэт-сатирик; «Я не отдам своего богатства чувств, как бы они ни заставляли меня страдать. Страдание, если оно не выше сил, ведет к пониманию, понимание – к любви – так замыкается круг.» – И. А. Ефремов (1908–1972) – советский учёный-палеонтолог и др. [9]

Данный концепт широко используется в афоризмах русских писателей, самые известные из них: «Не понимать друг друга страшно- Не понимать и обнимать, И все же, как это ни странно, Но так же страшно, так же страшно Во всем друг друга понимать.» – Евтушенко Е. А. (1932/1933-2017) – русский поэт, прозаик, общественный деятель; «Что дурен здешний свет, то всякий понимает. Да для чего он есть, того никто не знает.» – Фонвизин Д. И. (1744/1745-1792) – русский драматург, писатель, поэт, журналист; «Все мочь – значит прежде всего все понимать.» – Тренёв К. А. (1876-1945) – русский драматург, писатель. [10]

Также существует большое количество фразовых глаголов в английском языке, которые по-разному передают значение различных выражений, при этом имея при себе ключевое слово, как «understanding», например: «come to an understanding»- прийти к соглашению, либо компромиссу с кем-то; «on the understanding that»- при понимании того, что, то есть зависеть от согласия с конкретным именованным условием; «reach an understanding»- достичь понимания, то есть достичь некоторого состояния взаимного согласия с кем-то о чем-то, особенно после периода обсуждения, дебатов, переговоров и т.д.; «the foggiest understanding»- смутное понимание, описывается как базовое, расплывчатое или элементарное понимание о чем-то. Часто используется в негативных конструкциях. [11]

Хотелось бы ещё привести в пример известные английские цитаты с использованием данного концепта: «Understanding is a two-way street.»- Roosevelt, Eleonor (Понимание – это улица с двусторонним движением.); «It is difficult to get a man to understand something when his salary depends upon his not understanding it.» – Sinclair (Трудно заставить человека понять что-то, если его зарплата зависит от непонимания этого); «Whatever you cannot understand, you cannot possess» – Goethe (Нельзя обладать тем, чего не понимаешь); «There is a great difference between knowing and understanding: you can know a lot about something and not really understand it.» – Kettering (Существует огромная разница между знанием и пониманием: Вы можете много знать о чем-то, по-настоящему его не понимая); [12]

Концепт понимание имеет очень важное значение в русской и английской лингвокультурах, так как он имеет очень много вариаций употребления. Чаще всего данный концепт употребляется в литературных произведениях, так он усиливает эмоциональный окрас, или может выражать те,

или иные вещи пор-разному. Изучение и использование концептов и сфере лингвокультур и коммуникаций имеет очень важное значение в нашем мире, при тщательном изучении повысится уровень использования и распространения концепта в различных сферах, а также при исследовании можно выявить особые исключения использования и понимания в разных лингвокультурах, что поможет избежать недопонимания, или неясных моментов в употреблении.

Список источников литературы

1. Понятие концептосферы // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kontsepti-i-kontseptosfery> Дата доступа 21.03.2023.
2. Онлайн-словарь Ожегова // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/> Дата доступа 21.03.2023.
3. Толковый онлайн словарь живого великорусского языка В.И. Даля // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://slovardalja.net/> Дата доступа 04.01.2023.
4. Толковый онлайн-словарь // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ozhegov.slovaronline.com/> Дата доступа 21.03.2023.
5. Онлайн-словарь Oxford Learner's Dictionaries // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> Дата доступа 22.03.2023.
6. Cambridge dictionary онлайн-словарь // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/> Дата доступа 22.03.2023.
7. Online Etymology Dictionary // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.etymonline.com/> Дата доступа 23.03.2023.
8. Идиомы с концептом понимание в английском языке // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.goenglish.com/Idioms/Understand.asp> Дата доступа 27.03.2023.
9. Цитаты известных ученых и писателей с использованием концепта понимание // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kartaslov.ru/цитаты-со-словом/понимание> Дата доступа 27.03.2023.
10. Известные афоризмы писателей с использованием концепта понимание // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kartaslov.ru/словарь-афоризмов-русских-писателей/со-словом/понимать> Дата доступа 30.03.2023.
11. Фразовые глаголы с концептом понимание // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://idioms.thefreedictionary.com/Understanding> Дата доступа 30.03.2023.
12. Известные английские цитаты // [Электронный ресурс]. Режим доступа: idioms.thefreedictionary.com Дата доступа 30.04.2023.

УДК 821.161.3-31

ЛІНГВАКУЛЬТУРАЛАГІЧНЫ АСПЕКТ МОЎНАЙ АДЗІНКІ “ЧАС”

А.І. Бірыч

Навуковы кіраўнік – Я.В. Вецік, настаўнік беларускай мовы і літаратуры
Палескі дзяржаўны ўніверсітэт

Час з’яўляецца неад’емнай часткай быцця і свядомасці чалавека, ён належыць да асноўных элементаў карціны свету любога народа, таму знаходзіць адлюстраванне ў яго мове і культуры і служыць базавым складнікам моўнай карціны свету таго ці іншага народа. Універсалізм дадзенай катэгорыі, аднак, не адмяняе нацыянальнай своеасаблівасці ўяўленняў пра час, якія склаліся ў моўнай свядомасці асобнага індывіда, час займае сваё месца ў моўнай карціне свету кожнага этнасу. У гэтай сувязі варта працаваць меркаванне вядомага гісторыка і культуролога А. Я. Гурэвіча: “Объективно существующие пространство и время субъективно переживаются и осознаются людьми, причём в разных обществах, на различных стадиях общественного развития, в разных слоях одного и того же общества и даже отдельными индивидами эти категории воспринимаются и применяются неодинаково... Человек не рождается с “чувством времени”, его временные и пространственные понятия всегда определены той культурой, к которой они принадлежат” [1, с. 159].

Уяўленне пра цыклічнасць часу, аб завершанасці і паўтаральнасці цыклу характэрна для славянскага этнасу: у аснове праславянскай карціны свету ляжыць адзіная найўняя (цыклічная) мадэль часу, дэтэрмінаваная канкрэтна-вобразным мысленнем, сувяззю з рэальнымі прыроднымі цыкламі, паганскімі вераваннямі і ўяўленнямі, якія адлюстроўваюцца ў сельскагаспадарчым жыцці (адсюль Славянскі народна-рэлігійна-гаспадарчы каляндар) і знаходзяць выяўленне ў мове. Лінейнае,

гістарычнае ўспрыманне часу звязана з чалавекам, яго сацыяльным быццём і дзейнасцю розуму, уяўленнямі, якія фарміруюцца ў працэсе працоўнай і сацыяльнай практыкі. Светаўспрыманне чалавека паказвае на адносіны паміж ім і прыродай, цэнтр, які арганізуе чалавечыя дзеянні, перамяшчаецца з мінулага ў будучыню, вобраз цыклічнага часу змяняецца лінейным уяўленнем аб ім, а на змену міфалагічнай свядомасці прыходзіць гістарычная, якая аддзяляе дзеянне ад мэты.

Здольнасць поіхікі чалавека ставіць адчуванне хуткасці руху часу ў залежнасць не толькі ад розуму, але і ад сэрца з'яўляецца фундаментальнай уласцівасцю чалавека любога этнасу, любой расы, любой эпохі, пры гэтым кожны этнас у кожную эпоху мае спецыфічныя асаблівасці ўспрымання часу і яго руху, гэта значыць кожнай культуры ўласцівы свой спосаб перажывання, асэнсавання і ўсведамлення часу.

Суб'ектыўны характар наіўна-моўнай канцэптуалізацыі часу ў беларускай моўнай свядомасці адбіўся ў многіх асаблівасцях моўнага ўжывання тэмпаральных выразаў “пачакаць”, “праспаць”, “чаканне”, “час надышоў”, “імгненне поспеху”.

У народнай традыцыі, ва ўстойлівых выразях, у ацэнчнай лексіцы знайшлі адлюстраванне розныя характарыстыкі часавых уяўленняў: цыклічнага і вектарнага ўспрымання часу – *час аддаць, час ляціць, час прыходзіць, час за намі, час перад намі*; блізкасць часу і ладу жыцця; уяўленне пра час як сілу, часам спрыяльную “час пакажа”, “час супакоіць”, “час выкіруе”. “Час” у значэнні ‘пара’ падкрэслівае спрыяльны, зручны, своечасовы момант у развіцці падзей, хоць “пара”, у адрозненне ад “час”, і ў славянскай старажытнай, і ў сучаснай тэмпаральных сістэмах іграе больш сціплую ролю. Паводле Тлумачальнага слоўніка беларускай мовы, “пара” мае значэнне спрыяльнага часу для чаго-н. Такім чынам, ужо ў старажытнасці склаўся аксіялагічны аспект успрымання часу: адпавядае прызначэнню падзеі, належны час.

Адно і тое ж дзеянне можа быць паспяховым, спрыяльным або няўдалым і небяспечным у залежнасці ад таго, у які час яно здзяйсняецца. У традыцыйнай народнай культуры славян час ацэньваецца строга палярна, толькі са знакам плюс або мінус: ён можа быць *чыстым, добрым, вясёлым і нячыстым, небяспечным, ліхім, злым, сумным*. Добры час прыносіць чалавеку здароўе, шчасце, багацце, поспех, а дрэнны – хваробу, няўдачу, гора. Напрыклад, разуменне свята як небяспечнага для людзей разрыву мяжы паміж “тым” і “гэтым” светам складала элемент паганскай карціны свету. Дзень тыдня, на які прыходзілася адно з вялікіх нерухомых святаў, набываў на цэлы год асаблівую магічную сілу. Акрамя святаў, каляндарнымі арыенцірамі пры выбары спрыяльнага дня ў славянскай культуры маглі служыць прыродныя або жыццёвыя падзеі: першы дзень вясны ці прылёту птушак, першы гром, снег, іней, а таксама дзень нараджэння ці смерці блізкіх. Адсюль багацце магічных дзеянняў, варожб, прадказанняў, прымеркаваных да “першага дня”, пачатку (года, вясны і інш.) – “*Блаславі бог пачыні!*”, найбольш важных дат календара.

Час нараджэння мог вызначаць увесь зямны, жыццёвы шлях чалавека, а ад часу смерці залежаў яго замагільны лёс; выбар “правільнага” часу – умова поспеху пачынання сям’і, жніва, закладзіны дома, сватаўства і г. д. Усё гэта паказвае на адноснасць адзнак у беларусаў: “*Прыйдзе час, будзе і пара*”. Сонечны каляндар вызначаў гадавы (сезонны) і дзённы (сутачны) цыклы, а месяцовы рэгламентаваў час у межах месячнага і тыднёвага цыклаў (у славянскім слове “месяц” сума шчаліся значэнні ‘месяц, адрэзак гадавога часу’ і ‘свяціла’).

Успрыманне часу чалавекам у цэлым заўсёды насіла антрапаморфны характар, паняцці часу і жыцця былі злітыя. Сельскі час непадзейны (людзі яшчэ не авалодалі прыродай і падпарадкоўваюцца яе рытму), а апазіцыі дзень-ноч, лета-зіма мелі этнічную афарбаванасць: *Дзень у грахах, а ноч у слязах; Памятай гэта: зіма не лета!; Лета збірае, а зіма есць*. Падзейнасць часу таксама неаддзельная ад яго антрапаморфнага ўспрымання, час выступае ў ролі дзеючага суб’екта, адсюль і дзеясловы руху: *час наступіў, настаў, падыходзіць, прыйшоў, набліжаецца, мінае, скончыўся* і г. д., ён можа *бегчы, ляцець, цягнуцца, спыніцца* і г. д.

У сучасных даследаваннях катэгорыі часу навукоўцы часцей за ўсё праводзяць семантычны аналіз моўных адзінак часу, абапіраюцца на матэрыял тэмпаральнай лексікі (часам нават па-за кантэкстам). Аднак паўнаважнае выражэнне катэгорыі часу як найважнейшага элемента беларускай моўнай карціны свету атрымліваецца ў цэласным вобразе часу, які сфарміраваўся ў беларускай культуры і знайшоў непасрэднае адлюстраванне ў мове. Менавіта ўстойлівыя словазлучэнні, прыказкі, дыскурсы раскрываюць суцэльнае, вобразнае ўяўленне нашага народа пра час, дазваляючы характарызаваць гэтую катэгорыю і як лінгвакультуралагічную.

Спис використаних джерел

1. Гуревич, А. Я. Представления о времени в средневековой Европе. // А. Я. Гуревич // История и психология. – М. : Наука, 1971. – С. 159–198.

УДК 811.11-112

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ НЕМЕЦКИХ ПОСЛОВИЦ С КОМПОНЕНТАМИ «ДНИ НЕДЕЛИ»

Д.В. Бушило, 1 курс

Научный руководитель – Е.А. Селиванова, м. пед. н., преподаватель
Полесский государственный университет

Каждая культура обладает множеством пословиц и поговорок, которые, передаваясь из поколения в поколение, стали культурным феноменом, характеризующим определенную национальность. Они развивались и совершенствовались в течение многих веков. С помощью пословиц усиливается эстетический аспект языка.

Мы с детства слышали от бабушек коротенькие притчи, но не подавали этому значения. Так вот это и были пословицы.

В настоящее время около 30130 пословиц. Каждая из них имеет свой смысл. Как пишет В. Дуден в «Русско-немецком словаре», *Angst vor Wölfen haben - nicht in den Wald gehen*. Волков бояться – в лес не ходить. Если бояться трудностей или опасных последствий, то не стоит и начинать какое-либо дело [4].

Пословица - это краткое, мудрое изречение, которое содержит в себе законченный смысл, а также содержит поучение. В пословице все без лишних слов.

Следует отметить, что пословица - это один из жанров древнего народного творчества. Обычно пословица легко запоминается, часто в ней есть ритм и рифма. Пословица — это коротенькая притча, суждение; а поговорка— переносная речь, способ выражения, но без притчи, без суждения. Владимир Иванович Даль говорил так: «поговорка - цветочек, а пословица- ягодка» [1].

Следует заметить, когда в речи используется правильное и уместное употребление пословиц, то речь имеет неповторимое своеобразие и особенную выразительность.

Целью работы является исследование пословиц на немецком и русском языке с компонентами «дни недели».

Объект исследования – 231 пословица. Они были отобраны из 2 источников: интернет [2] и учебник немецких пословиц и поговорок [3]. Перевод был взят из русско-немецкого словаря пословиц и поговорок [4].

В немецком языке есть множество пословиц, но в данной работе мы будем исследовать немецкие пословицы с компонентами «дни недели».

В качестве примеров можно привести следующие пословицы:

- Wenn der Montag verdirbt, gerät die Woche. Дословный перевод: если понедельник испорчен, пропала вся неделя. Русский эквивалент: в понедельник деньги выдавать — всю неделю расходы.
- Wer vier gute Montage in der Woche macht, der wird selten reich. Дословный перевод: кто делает четыре хороших понедельника в неделю, тот редко становится богатым.
- Er hat alle Tage Sonntag. Русский эквивалент: у него каждый день праздник.
- Blauen Montag machen (halten). Русский эквивалент: прогуливать, не выходить на работу.
- Weibermund hat keinen Sonntag. Дословный перевод: у женского рта нет воскресенья. Русский эквивалент: нет в воскресенье женских работ.
- Es ist nicht alle Tage Sonntag. Дословный перевод: не каждый день недели — воскресенье. Русский эквивалент: не все коту масленица, наступит и великий пост.
- Wer alle Tage feiert, fragt nicht nach dem Sonntag. Дословный перевод: тот, кто празднует все дни, не спрашивает о воскресенье.
- Alles Tun zu seiner Zeit Sonntagsarbeit nicht gedeiht. Дословный перевод: если все делать вовремя, то в воскресенье работать не нужно.

- Der Kaminfeger trägt sonntags wohl auch ein Hemd so weiß wie Schnee. Дословный перевод: трубочист, вероятно, также носит по воскресеньям белую как снег рубашку.
- Was soll ich mich fürchten, wenn mein Vater am Steuer ist, unser Leben eine Reise, jeder Sonntag eine Rast. Дословный перевод: чего мне бояться, когда за рулем мой отец, наша жизнь — это путешествие, каждое воскресенье — отдых.
- Am Sonntag fließt der Festtag wie ein Fluß hinein, am Sonntagabend fließt er wie ein Bauch hinaus. Дословный перевод: в воскресенье праздничный день вливается, как река, в воскресенье вечером он вытекает, как живот.
- Montag ist Sonntags Bruder. Дословный перевод: понедельник — брат воскресенья. Русский эквивалент: из-под пятницы суббота видна.
- Der blaue Montag führt zum grauen Dienstag. Дословный перевод: синий понедельник приводит к серому вторнику. Русский эквивалент: кто в понедельник бездельник, тот и во вторник не работник.
- Wer am Dienstag lacht, muss am Freitag weinen. Дословный перевод: тот, кто смеётся во вторник, должен плакать в пятницу.
- Wie der Freitag sich neigt, so der Sonntag sich zeigt. Дословный перевод: к чему склоняется пятница, так и воскресенье себя проявляет. Русский эквивалент: кто в субботу смеется, в воскресенье плакать будет.
- Sonntagswetter spickt der Freitag vor. Дословный перевод: воскресная погода переключается с пятничной.
- Wie der Montag auf den Sonntag klappen. Русский эквивалент: идти как по расписанию.

Есть похожие пословицы, такие как, Wer alle Tage feiert, fragt nicht nach dem Sonntag. И am Sonntag fließt der Festtag wie ein Fluss hinein, am Sonntagabend fließt er wie ein Bauch hinaus. В этих пословицах подразумеваются праздники, выходные дни.

В русском языке, как и во многих других языках также существуют пословицы с компонентами «дни недели», вот, к примеру:

- В понедельник любит, а во вторник губит.
- В понедельник деньги выдавать — всю неделю расходы.
- Кто в понедельник бездельник, тот и во вторник не работник.
- В дорогу отъезжай во вторник либо в субботу.
- Не суйся, среда, наперёд четверга.
- Ехал к обеду, а приехал в среду.
- Среда пришла — неделя прошла.
- Среда да пятница четвергу не указчица.
- Кто в четверг до восхода солнца умоется с серебра и с яйца, здоров и чист будет.
- У бабы семь пятниц на неделе.
- Ленивому пятница — тяжелый день, суббота — потягота, воскресенье — недели поминовение, понедельник — бездельник.
- Из-под пятницы суббота видна.
- Пришла суббота — женская работа.
- Кто в субботу смеется, в воскресенье плакать будет.
- Суббота - не работа: помой, да помажь, да спать ляжь.

В результате проведённого анализа 231 пословицы, можно сделать вывод, что пословицы с компонентами «дни недели» в немецком языке составляют меньшую часть — 7% из 100% [5]. В немецком языке пословицы с компонентами «дни недели» употребляются реже, чем в русском языке.

Таким образом, пословицы в нашей речи необходимы. Они делают нашу речь более яркой, необычной, красивой. Без этих пословиц наша речь была бы скучна и однообразна. Пословицы нас обучают, поучают, помогают. Большое дело — это пословицы, когда ты их употребляешь в речи для точного выражения своей мысли. Всему в жизни надо учиться, а научившись — использовать.

Список использованных источников

1. Даль И.В. Пословицы и поговорки русского народа. – М.: Эксмо, 2009. – 640 с.
2. Немецкий язык [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://deutsch-sprechen.ru/немецкиепословицы/> – Дата доступа: 27.03.2023.
3. Шалагина В.К. Немецкие пословицы и поговорки // Редакционный совет ИМО. – 1962. – 89 с.
4. Цвиллинг М.Я. Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок // 1984. – 138с.
5. Культура письменной речи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://grammar.ru/RUS/?id=7.4> – Дата доступа: 27.03.2023.
5. Graf A.E. 6000 deutsche und russische Sprichwörter. 3. Auflage, Halle, 1960.

УДК 81'42

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ТЕКСТА: ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ, ИНФОРМАТИВНОСТЬ, НОВИЗНА, ЦЕННОСТЬ

К.И. Вабищевич, Д.А. Полешук, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н.**
Полесский государственный университет

Текст представляет собой образец сложной языковой формы, который побуждает человека к когнитивной деятельности в процессе его восприятия, что имеет связь с осмыслением личностного опыта, служащего для построения новых точек познания мира. Из текста всегда можно вывести, заключить, извлечь какую-либо информацию. Д.С. Лихачёв определяет текст, как: «языковое выражение замысла его создателя» [4, с. 9].

Предмет исследования – прагматические свойства текста. Цель – рассмотреть читабельность, информативность, новизну, ценность как прагматические свойства текста. Для реализации цели нами определены задачи: 1) изучить понятие «текст»; 2) выделить основные прагматические свойства текста; 3) раскрыть основные характеристики читабельности, информативности, новизны, ценности.

Взаимоотношения между адресатом и текстом всегда определяются комплексом каких-либо свойств текста. Термин прагматика подразумевает «категорию оценки эффективности текста, включающей в себя как лингвистические, так и экстралингвистические факторы, способствующие достижению определённой цели, содержащейся в речевом акте» [3, с. 21].

«Прагматические свойства текста связаны с воздействием текста на основные подструктуры динамической функциональности структуры личности: интеллектуальную, эмоциональную, деятельностьную» [2, с. 73]. Исходя из этого, выделяют следующие прагматические свойства текста: читабельность, информативность, новизна, ценность.

Читабельность определяется как легкость восприятия текста с точки зрения языковых и мыслительных категорий. С точки зрения языковых категорий, читабельности присущи следующие параметры: 1) качество графического или звукового воспроизведения элементов текста; 2) словарный состав текста; 3) сложность структуры используемых в тексте предложений; 4) номенклатура внутритекстовых связей. С точки зрения мыслительных категорий: 1) структура внутритекстовых связей; 2) количество новой для адресата информации в тексте; 3) количество итераций при подборе базовой системы фреймов 4) необходимость формирования новых для адресата фреймов для восприятия текста.

Например, если рассматривать медицинский текст, он будет иметь плохую читабельность для адресата, не владеющего основными понятиями, поскольку в тексте будет много слов, отсутствующих в словарном запасе адресата, что будет затруднять понимание. Плохая читабельность будет характерна тексту, который имеет нечеткое графическое или звуковое воспроизведение, сложную структуру предложений, который не информативен, требующий более двух-трех итераций при подборе базовой системы фреймов.

Следующее прагматическое свойство текста, затрагивающее мыслительный уровень, – информативность. «Информативность текста – это степень его смысло-содержательной новизны для читателя, которая заключена в теме и авторской концепции, системе авторских оценок предмета мысли» [1, с. 60].

Информация всегда вводится в текст с какой-либо целью, и является релевантной с точки зрения адресанта. Информативность определяется наличием в тексте информации, позволяющей адресату произвести означивание терминалов фрейма, определяющего содержание текста.

Например, текст расписания информативен, поскольку содержит всю необходимую информацию для означивания терминалов: при обращении адресата к тексту расписания поездов, в состав фрейма входит три терминала: № поезда, время убытия или прибытия, а также маршрут следования.

Для понимания неизвестной информации, адресат соотносит ее с личным опытом, задействует умения перцептивной и смысловой обработки, что определяет новизну текста, которая затрагивает уровень деятельностных категорий. В процессе восприятия текста, адресат может, как усваивать новые фреймы, так и пересматривать уже существующую их систему. Если тексту присуща недостаточно знакомая система фреймов для адресата, количество новой информации должно быть меньше, поскольку у адресата могут возникнуть затруднения с усвоением новой системы.

Например, читая текст об устройстве автомобилей, у адресата происходит построение подсистемы новых фреймов, описывающих устройство автомобиля в достаточно общей форме. После этого инструкция по описанию конкретной модели автомобиля не будет иметь новизну, но будет обладать информативностью для адресата, поскольку позволит произвести конкретные означивания всех терминалов фрейма данного понятия.

Новизна текста также может быть словарной, т.е. если в тексте применяются слова и термины, с которыми адресат ранее не сталкивался. Процесс усвоения значения новых слов – терминов, способствует расширению словарного запаса и тезауруса личности адресата, однако, полное переосвоение тезауруса личности не происходит.

Уровню деятельностных категорий также характерна ценность текста, которую определяет адресат, являющаяся социально-обусловленной категорией. Она формируется исходя из того, как и в какой мере адресат может применить полученную из текста информацию в ходе разных видов деятельности. Один и тот же текст может иметь разную ценность для разных адресатов. Например, при прослушивании объявления на вокзале о посадке на поезд, текст не будет ценен для всех. Текст будет нести ценность для адресатов, которые, услышав текст, идут готовиться к посадке. Для остальных такой текст не имеет прагматической ценности.

В тексте могут встречаться новые для адресата слова, а также связанные с ними структуры тезауруса личности, которые в последующем могут быть применены при создании или восприятии текста, что представляет собой языковую ценность текста.

Таким образом, текст – это образец сложной языковой формы, побуждающий человека к когнитивной деятельности в процессе его восприятия, из которого всегда можно что-либо вывести, заключить, извлечь. Прагматические свойства текста выделяются при его взаимодействии с личностью адресата, воздействуют на определенную структуру личности и имеют тесную взаимосвязь между собой. На уровне языковых и мыслительных категорий выделяют читабельность (легкость восприятия текста), на уровне мыслительных категорий – информативность (возможность означивания терминалов фрейма в тексте), на уровне деятельностных категорий – новизну (усвоение новой системы фреймов), ценность (применение полученной информации в ходе разных видов деятельности).

Список использованных источников

1. Бабайлова, А. Э. Текст как продукт, средство и объект коммуникации при обучении неродному языку / А. Э. Бабайлова. – Саратов : Изд-во Саратовского университета, 1987. – 151 с.
2. Каменская, О. Л. Прагматические свойства текста / О. Л. Каменская // Язык как коммуникативная деятельность человека : сб. науч. тр. – М. : Изд-во МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1987. – № 284. – С. 72–79.
3. Колшанский, Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1984. – 174 с.
4. Лихачёв Д. С. Текстология. Краткий очерк / Д. С. Лихачёв. – М. : Наука, 1964. – 106 с.
5. Матвеева, Г. Г. Актуализация прагматического аспекта научного текста / Г. Г. Матвеева. – Ростов н/Д. : Рост. гос. ун-т, 1984. – 132 с.

О.Н. Горина, 1 курс

Научный руководитель – **В.Г. Мартынович**, преподаватель
Полесский государственный университет

The word 'culture' derives from the Latin word "colere" and "cultura" that means "a process of harnessing or growing, of refinement". "Culture possesses some components: symbols and signs, language, values and meanings, beliefs, norms, rituals, and material objects. Humans deploy any symbols and signs and interpret them. These symbols and signs are deployed in a systemic way that then is called language"[1]. Dr.H. Douglas Brown, Professor Emeritus of the MA-TESOL program at San Francisco State University, writes in one of his papers 'a language is a part of a culture and culture is a part of language'. In other words, people use the language to set values and determine which ones are good or bad in a human society. Besides, humans express the ideas that can formulate their beliefs and shape their behaviour towards the environment and other societies. After that, certain rules which are known as norms, can justify whether humans' behaviour is correct or incorrect. Eventually, material objects are created to define their beliefs and interpretation. We can suppose that culture is considered to be a way of life where people exist, think, feel and relate with others. Cultural aspects, for example rituals and traditions, bind people together. Because of these own cultural bonds, people perceive the other cultures in accordance with their cultural reality. Consequently, dealing with other cultures, they may face misunderstanding. It is obvious that teaching and learning foreign languages cannot be separated from culture.

Learning and teaching a foreign language take place in certain contexts. Culture is involved in every step of language usage. We believe that culture is a permanent background of everyday language. The matter is to find the most efficient way to provide people with the knowledge of culture. The language learner shuttles between cultures turning into an intercultural person who needs a multicultural approach to foreign language learning. The approach helps the learner with the distinguishing cultural peculiarities, providing the techniques and the methods to understand other cultures as well as to negotiate better among cultures. In this way, the person becomes much more experienced in speaking and listening to foreign languages, and definitely acquires essential skills as an intermediary between his own and different cultures [2].

Most specialists suggest that it is necessary to include socio-cultural competence in the process of learning different aspects of language. Dr. I.L. Bim, Dr. Z. N. Nikitenko, Dr. P.V. Sysoyev and other linguists point out that socio-cultural competence is an important part of successful language learning. The term of socio-cultural competence is the capacity and willingness to participate in the dialogue of cultures of intercultural communication based on principles of cooperation, respect, tolerance of socio-cultural differences and overcoming of cultural barriers [2]. Obviously learning language is easier in the form of out of classroom learning. The issue is how learners can obtain this competence in classroom learning.

The suggestion is to include the socio-cultural component in the content of studying a foreign language. According to Dr. P.V. Sysoyev this component consists of cultural areas such as science, art, history, religion, national parks, historical parks and others. Dr. P.V. Sysoyev distinguishes the three main areas in foreign language education to gain socio-cultural competence: means of socio-communication, national mentality and national heritage [3]. Besides, the Doctor defines the term of «socio-communication» as a set of methods and means of oral and written speech in specific culture of *language*, *pantomime (sign language)*, and *written communication*. Thus, the researcher doesn't separate language learning and the culture of its country.

Dr. Z.N. Nikitenko outlines the main features of this socio-cultural competence as follows: language knowledge of national culture (national realities and etiquette); skills of speech and non-verbal behaviour. Dr. I.L. Bim states that it is sufficient to saturate the subject content of the speech of regional studies materials with a focus on intercultural dialogue.

As a result of studying and analyzing the above mentioned papers, we conclude that intercultural dialogue and the acquisition of socio-cultural competence are crucially important in linguistic studies because this way of teaching and learning leads to proper and effective communication based on the knowledge of native speakers' culture. The assimilation of language-learning material allows the learners

to extract from the vocabulary of the studied language information in the same form as native speakers [4]. Moreover, culture knowledge allows learners to think in another language and avoid mutual misunderstanding.

Список использованных источников

1. Issues in teaching English in a culture context: a case of Indonesia [Электронный ресурс].–Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/299978420_ISSUES_IN_TEACHING_ENGLISH_IN_A_CULTURAL_CONTEXT_A_CASE_OF_INDONESIA .– Дата доступа: 30.03.2023
2. Socio-cultural component in the content of studying a foreign language [Электронный ресурс].–Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/364112631_The_Cultural_Aspect_of_Learning_Environment_in_Foreign_Languages_as_a_Means_of_Empowering_Social_and_Integrative_Attitudes .–Дата доступа: 24.03.2023
3. Sociocultural component of teaching foreign languages [Электронный ресурс].–Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/157/43509/?ysclid=lg0rgvbb49457765421> .– Дата доступа: 26.03.2023.
4. The impact of critical thinking on learning English language [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/344487381_THE_IMPACT_OF_CRITICAL_THINKING_ON_LEARNING_ENGLISH_LANGUAGE .–Дата доступа: 30.03.2023

УДК 81.373.6

ЭТИМОЛОГИЯ РУССКИХ И БЕЛОРУССКИХ СЛОВ: СПОСОБЫ И ПРИНЦИПЫ ОБРАЗОВАНИЯ

А.А. Деканчук, Е.А. Смирнова, 3 курс
Научный руководитель – Н.Н. Базар, к.фил.н.
Полесский государственный университет

Восточнославянские языки – современный термин, обозначающий одну из групп славянских языков, к которой относятся русский, белорусский, а также украинский языки. Эти языки, выделенные и образовавшиеся на основе праславянского языка, очень близки между собой. Изменения, произошедшие в них на протяжении нескольких столетий, привели к ряду серьёзных расхождений. Но эти расхождения не столь велики, чтобы лишить носителей русского и белорусского языков возможности понимать друг друга при взаимном общении.

При изучении белорусского и русского языков можно обратить внимание, что многие названия месяцев, природных явлений, растений, животных и др. сильно различаются, учитывая, что оба языка относятся к группе славянских языков. Возникает вопрос – почему? Для ответа нам необходимо обратиться к этимологии.

Этимология – это раздел языкознания, изучающий происхождение слов. Данное направление в науке позволит определить происхождение некоторых русских и белорусских слов, узнать их сходства и различия, что мы и представим в этом научном материале.

Цель данной работы: изучить этимологию некоторых групп слов в русском и белорусском языках, чтобы понять основные способы и принципы их образования.

1. «Гроза» – «навальніца».

Этимология слова «гроза» в русском языке.

Гроза – общеславянское слово с соответствиями в других языках: в греческом *gorgos* («страшный»), в ирландском *garg* («суровый») и др. Исходное значение – «гром» (от слова «гремять»), затем – «гроза» и далее – «страх, ужас». Точное происхождение слова неясно. Заслуживает внимания объяснение слова как производного от звукоподражания г-р-г. Также русское слово «гроза» родственно с литовским *gražóju*, *gražóti* «грозить», лтш. *gręziót* «грозить, сердиться» [5].

Слово «гроза» в переводе на белорусский язык – «навальніца».

«Навальніца» – бура, ураган, наплыў, вялікая маса, тлум. Есть несколько вариантов образования слова «навальніца»: от польского слова *nawałnica* – «сильный внезапный дождь», от польского слова с серево-западного диалекта *nawałnica* – «бура с градом, сильным ветром и проливным дождем». Белорусско-польский вариант образован скорее всего самостоятельно на двух территориях с сочетанием типа *навальны дождж (nawalny deszcz)*, которое в свою очередь образовано от слова *навала (nawala)* – «стихия, буря и валить» (идти про осадки).

2. «Вьюга» – «завіруха».

Этимология слова «вьюга» в русском языке.

Вьюга – исконное слова, образованное от слова *вьять* – «виться, веять», с помощью суффикса -*уга*. Несохранившийся глагол *вьять* родствен глаголам *вить*, *веять*.

Предположительно слово «вьюга» образовано от диалектического выражения *юга*. Возможно сравнение с польским словом *wiја*, что значит «непогода, метелица, изморось», также со старославянским *вигалица*.

Если отдельно рассмотреть слова «вить», то его значение – «что-нибудь плетеное», от латинского слова *viēre* «плести», а также родственно с латышским словом *vuāuati* «вьет, крутит», что еще точнее объясняет этимологию слова «вьюга» [4].

В белорусском языке слово «вьюга» переводиться, как «завіруха».

Завіруха – мяцеліца. Есть несколько вариантов происхождения данного слова. От русского диалектического «завирюха, заверюха, завертюха», от украинского слова «завірюха», польского *zawiegucha* – «сильный ветер». С учетом широкой экспансии в русской речи, это либо польское и восточнославянское слово, либо слово, перешедшее на польский язык от восточнославянского «крэсаў». Образованное суффиксальным способом -*уха*, видимо от деепричастной основы. Но тогда не совсем понятно образование «завіруха» от русского слова *завертюха* от слова *завертеть*, где нет выпадения -*т*-, а соответствующего значения у глагола *завирать* в русских диалектах и самого глагола в белорусской речи не зафиксировано [6].

3. «Вороний глаз» – «мудранка».

Этимология названия растения «вороний глаз».

Народное название «вороний глаз» связано с легендой о вороне, который оплакивает потерю своего хозяина и, летая над лесом, ночью роняет крупные слезы, из которых каждую весну вырастает цветок с глазком.

В переводе на белорусский язык это растение имеет название «мудранка» – «мудреть, капризничать, своевольничать» или «необычно себя вести». Можно сравнить с южно-восточным словом *n'яница*, украинским *бесіжник*, *дурное лісове* [2].

4. «Иван-чай» – «скрыпень».

Этимология названия растения иван-чай (кипрей).

Русское название происходит от отношения слова «иван» к слову «ива». Оно означает «иво-подобный», поэтому и пишется с маленькой буквой. По-английски эта трава называется буквально «ива-трава», а по-словацки – «вербовка» (буквально: «маленькая верба»). Напомним, что верба – тоже ива, поэтому такое название «иван-чай» состоит в сходстве формы листьев у дерева ивы и у этой травы.

Также есть и легенда, по которой в одной деревушке жил паренек Иван, который любил цветы. Он постоянно уходил за околицу в цветущие луга. Когда мелькала его рубашка среди цветов, жители говорили «Это Иван, чай, ходит». «Чай» – это синоним «наверное». По легенде, паренек тот якобы сгинул и жители деревни не сразу поняли, что он пропал, а когда спохватились, то всматривались в луга и увидев красный цвет, говорили «Иван, чай» [3].

Растение иван-чай в переводе на белорусский язык – «скрыпень». Происхождение этого названия возможно от русского диалекта «скрыпун, скрипель, скрыпень, скрипник». Также некоторые считают о происхождении названия от чешского слова *skřípina* «камыш». Происхождение названия до конца неясно, возможен перенос названия одного растения на другое из-за внешнего сходства.

5. «Белка» – «вавёрка».

Этимология слова белка.

Слово «белка» похоже на «белый», хотя белка рыжая, противоречий тут нет. В древнерусском языке этот зверек назывался вьверица. Осенью, когда белка линяет, ее мех становится светлым. Таких зверьков называли бьла вьверица. Поскольку охотились именно на такую «бьлу вьверицу», от частого упоминания этого названия оно сократилось до «бьла», а потом дополнилось суффиксом -*к*-.

В белорусском языке белку называют *вавёрка*. Слово «вавёрка» польского происхождения от слова *wiewiórka*, так как было распространено преимущественно в западных районах Беларуси,

пограничных с Польшей и Литвой. Часть слова -veg- означает «гнуть» и имеет в виду изогнутую форму хвоста зверька [1].

После изучения этимологии данных слов можно сделать вывод, что, несмотря на схожесть русского и белорусского языков, смысл, который люди закладывали в значение слова, отличается. На это влияют традиции, легенды и уклад быта народов – всё это находит отражение в происхождении слов. В лексике данных языков, помимо исконных слов, достаточно много заимствований. Эти заимствования происходят из тюркских, германских, из финских, французского, итальянского, из литовского и латышского языков. Особо распространены заимствования из латинского, греческого и старославянского языков. В корне слова заключен смысл, пришедший в русский и белорусский из других языков, а потом с помощью приставочного или суффиксального способов образуется привычное этим народам слово. Каждое происхождение слова – маленький кусочек большой истории жизни народа, развития его культуры, особенностей восприятия окружающей природы, рассказ о его верованиях, чувствах, страхах, надеждах.

Список использованных источников

1. Вавёрка vs белка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shimoff.livejournal.com/244216.html>. – Дата доступа: 13.11.2022.
2. Вороний глаз. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.portaltravi.ru/rast_03/259-voronij-glaz.html. – Дата доступа: 13.11.2022.
3. Почему растение Иван-чай так называется? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/828050-a-pochemu-rastenie-ivan-chaj-tak-nazyvaetsja-otkuda-vozniklo-takoe-nazvanie.html>. – Дата доступа: 13.11.2022.
4. Происхождение слова вьюга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lexicography.online/etymology/в/вьюга>. – Дата доступа: 13.11.2022.
5. Происхождение слова гроза. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lexicography.online/etymology/г/гроза>. – Дата доступа: 13.11.2022.
6. Этымалагічны слоўнік беларускай мовы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://knihi.com/none/Etymalahicny_slounik_bielaruskaj_movy_zip.html#ESBM_01.djvu. – Дата доступа: 13.11.2022.

УДК 81'373.45

ЗАИМСТВОВАННЫЕ ТЕРМИНЫ СФЕРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОСИСТЕМЕ РУССКОГО ЯЗЫКА

А.О. Дорошко, С.С. Володкевич, 3 курс
Научный руководитель – В.Н. Мацкевич, преподаватель
Полесский государственный университет

Коренные изменения во многих сферах человеческой деятельности, в том числе и в экономике, влекут за собой и изменения в словарном составе языка. Экономическая лексика за многие десятилетия претерпела немалые изменения. Язык экономики служит многим целям. Его используют члены экономического сообщества, клиенты, инвесторы, банкиры. Актуальность данной работы обусловлена тем, что при изучении студентами экономических специальностей иностранного языка, особенно важную роль играет коммуникативная ориентированность обучения, которая призвана сформировать коммуникативную компетенцию. Сформированной её можно считать тогда, когда будущие специалисты используют иностранный язык для получения и расширения знаний и опыта. Особенно важным на наш взгляд является изучение профессиональной лексики как на родном, так и на иностранном языке.

С появлением нового типа экономической структуры появился целый ряд новых экономических терминов. Значительную часть слов представляют иноязычные заимствования, возникшие под влиянием других языков. Глобальные изменения в мировой экономике, тесные контакты с западным миром нашли отражение и в интернациональной экономической терминологии.

Причины появления заимствований представлены на рисунке 1.

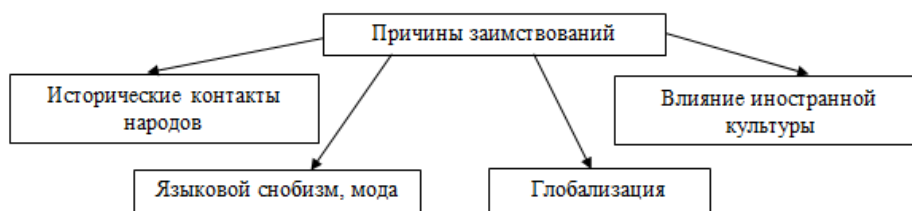


Рисунок – Причины появления заимствований

Резюмируя выше изложенное можно сделать вывод, что источники заимствования слов обусловлены различными факторами. Однако наиболее важной причиной является интеграция между государствами и влияние культуры различных стран.

Сфера бизнеса имеет тесную связь с международным сотрудничеством и существенно влияет на языковые изменения, а также на предпочтения общественности. Процесс заимствования иностранных слов в бизнес-сфере и предпринимательской деятельности происходит намного быстрее, чем в другой сфере. Это происходит из-за тесного международного сотрудничества и необходимости наладить хорошие деловые отношения. Предпринимательский языковой материал показывает, что большая часть однословных язычных терминов являются терминами греческого и латинского происхождения. Данные термины вошли в русский язык непосредственно через английский, французский, немецкий, в редких случаях через польский и итальянский языки, став интернациональными словами.

Рассмотрим заимствование иностранных терминов сферы предпринимательства на примере учётных документов ОАО «Стародорожский механический завод».

ОАО «Стародорожский механический завод» был основан в 1972 году. С 2008 года вошел в состав ПО «Белорусский автомобильный завод». Предприятие выпускает продукцию производственно-технического и потребительского назначения. Занимается изготовлением деталей для белорусского автомобильного завода [1].

Проанализировав учетные документы ОАО «Стародорожский механический завод», мы обнаружили следующие заимствования, которые используются в сфере предпринимательства (таблица 1).

Таблица – Заимствование иностранных терминов в ОАО «Стародорожский механический завод»

Иноязычный прототип	Материальное заимствование
англ. яз. firm	фирма
англ. яз. holding	холдинг
англ. яз. director	директор
англ. яз. investor	инвестор
англ. яз. marketing	маркетинг
англ. яз. contract	контракт
англ. яз. start-up	стартап
англ. яз. amortization	амортизация
лат. яз. activa	актив
лат. яз. declarationem	декларация
лат. яз. stimulus	стимул
лат. яз. debtor	дебитор
фр. яз. budget	бюджет
нем. яз. Zeche	цех

Примечание – Источник – собственная разработка на основании данных ОАО «Стародорожский механический завод».

Проанализировав таблицу, можно разделить заимствованные термины на следующие группы:

1) слова, состоящие из одного корня: бюджет (budget), контракт (contract), фирма (firm), цех (Zeche), актив (active) и др. Все эти слова были заимствованы давно и означают понятия, существующие в экономике столетиями;

2) слова с суффиксом – инг (-ing), обозначающие вид деятельности: маркетинг (marketing) – продвижение на рынке, холдинг (holding) – объединение головной и более мелких организаций. В экономике наблюдается высокая доля заимствования терминов с суффиксом -инг и усиливающееся окказиональное использование его в русском словообразовании;

3) слова с суффиксом -ер/-ор, обозначающие профессию, вид занятий, статус: директор (director) – руководитель организации, инвестор (investor) – лицо или организация, вкладывающие денежные средства в проекты;

4) слова с суффиксом -ция в основном имеют латинское происхождение, но в русский язык заимствования приходят из английского языка: амортизация (amortization), декларация (declaration);

5) путем словосложения существительное + послелог: стартап (start-up) – недавно появившаяся компания.

В процессе адаптации иноязычного заимствованного слова происходит изменение его значения или разрыв связи с иностранным прототипом, а именно, процесс сужения или расширения значения.

Проанализируем значение английского слова startup и заимствованного слова стартап. Заимствованное слово значительно уже слова прототипа. Стартап в русском языке предполагает еще не совсем готовый продукт – «сырой продукт», принимая его как результат разработки. В то же время в английском языке под определением стартапа подразумевается «компания, которая соответствует ряду определенных условий, осуществляющая разработку и выпускающая продукт или предоставляющая услугу. Англицизм стартапа образован от глагольного существительного start-up, обозначающего «запуск, начало действия».

Заимствование терминов с французского языка также допускает его изменение и расширения значения. Слово бюджет происходит от французского «bougette», что обозначало небольшой кошелек, прикрепленный к поясу и содержащий разменные монеты, которые использовались на повседневные расходы. В Средние века англичане заимствовали у французов слово bougette, «кожаная сумка». Уже в Англии у этого слова изменилось значение, и современное budget стало означать «бюджет». Это слово в новом значении было заимствовано нами и стало иметь более широкое значение, и таким образом под бюджетом понимается форма образования и расходования фонда денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления.

Подводя итог можно сделать следующие выводы:

- большинство заимствованных слов подвергаются ассимиляции;
- основная цель заимствования англоязычных экономических терминов-это наименование ранее не существующих в белорусской экономике явлений и понятий;
- в английском языке у термина-прототипа есть глагольная форма, а в русский язык переходит только форма существительного.

Список использованных источников

1. Официальный сайт ОАО «Стародорожский механический завод» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sdmz.fps.by/> - Дата доступа 27.03.2023.

УДК 811.111

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА ЭВФЕМИЗМОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

С.Г. Евтух, 4 курс

Научный руководитель – **Л. Н. Селюжицкая**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Эвфемия представляет собой значимое в лингвистике явление, которое играет немаловажную роль в историческом развитии языка. Постоянная оценка и переоценка людьми форм выражения мысли и мнения является незаменимой основой для функционирования и использования эвфемизации на постоянной основе. Современная лингвистическая литература в лице Б. А. Ларина, одно-

го из первооткрывателей исследования эвфемистических единиц, предлагает следующее терминологическое определение эвфемизмов: «Эвфемизм – это эмоционально нейтральное слово или выражение, употребляемое вместо синонимичного слова или выражения, воспринимаемого говорящим как резкое, грубое или интимное». [2; с. 111]

Эвфемистические единицы в своей лингвистической сущности являются *lingua non franca* (с итальянского – «основным языком общения») в обществе. Если рассматривать эвфемизмы с психологической точки зрения, они являются внешними и видимыми признаками наших внутренних тревог, конфликтов, страхов и стыда. Постоянная оценка и переоценка людьми форм выражения мысли и мнений, которая происходит из интенции к успешной коммуникации, является неотъемлемым базисом для функционирования и использования эвфемизации на постоянной основе. Они подобны радиоактивным изотопам - отслеживая их, мы можем отметить, что происходило (и происходит сейчас) в языке, сознании, культуре. А если говорить про общественные установки, эвфемизмы стоят у истоков их формирования, что и гарантирует их закрепление в речи. [3, с. 17]

Настоящая статья посвящена семантическому анализу эвфемистических единиц с английского (исходного) языка на русский на основе британских и американских медиа ресурсов: The Guardian, The Economist, BBC и Bloomberg. Сфера медиа индустрии плодородна на подобного рода лингвистические единицы, поскольку интенция использования эвфемизмов – это необходимость придать положительные и нейтральные коннотации для фактов, которые находят своё применение в экономической, социальной и политической сферах жизнедеятельности человека. Так, например, можно заметить, что эвфемизмы, которые используются для освещения острых для общества тем, отличаются большей замысловатостью и некоторой поэтичностью. [1, с. 476]

На основе проанализированных и отобранных медиа каналов британских и американских СМИ, хочу предложить собственную классификацию эвфемистических единиц, наиболее распространённых в своём употреблении. Результаты проведённого эмпирического анализа позволяют определить следующую классификацию эвфемистических единиц:

- Экономические;
- Политические;
- Социальные;

Так, примером экономического эвфемизма в следующем примере будет выступать эвфемистическая единица, которая используется с целью корректного сообщения материального положения человека: The benefit here is that *low-income families* who want to live in neighborhoods where there's less poverty, less violence, and more upward-mobility opportunities have better chances to access them. Преимущество заключается в том, что *семьи с низким уровнем доходов*, которые хотят жить в районах, где меньше нищеты, насилия и больше возможностей для карьеры, имеют больше шансов получить к ним доступ. Данный пример выступает свидетельством тому, что автор сообщения использует эвфемизм *lower-income families*, чтобы не использовать вариант с прямой номинацией *poor people*. При переводе *lower-income families* используется прием лексического добавления – способ, при котором подразумевается введение нескольких дополнительных слов при переводе. В данном случае мы переводим *low-income families* вариативным аналогом на языке перевода - «семьи с низким уровнем доходов», поскольку требуется корректно указать на материальный достаток семейной ячейки, а не грубо объявить о бедности. Используется такой вариант перевода по соображениям политической корректности в отношении людей с целью сгладить отрицательные коннотации номинации.

В материалах СМИ нередким употреблением отличаются эвфемизмы социальной сферы употребления: The change came after a years'-long wait – Congress passed a bipartisan bill on the matter in 2017 – with many hailing the news as a great relief for millions of deaf and *hard-of-hearing* Americans who often find these expensive medical devices out of reach. Это изменение произошло после стольких лет ожидания - Конгресс принял двухпартийный законопроект по этому вопросу в 2017 году - и много людей приветствовали новость как большое облегчение для миллионов американцев с *особенностями звуковосприятия*, которые часто находят эти дорогие медицинские устройства недоступными. В данном примере можно наблюдать использование эвфемизма *hard of hearing* в отношении людей, которые испытывают определённые трудности с функционированием сенсорного аппарата. Автор использует данную эвфемистическую единицу с целью создания нейтральной коннотации денотата и выражения вежливости к людям с особенностями звуковосприятия.

Переведена эвфемистическая единица описательным способом перевода – способ перевода, который заключается в раскрытии значения лексической единицы иностранного языка при помощи развернутых словосочетаний.

В качестве примера для последней подгруппы классификации, а именно примера эвфемистических единиц, функционирующих в политической сфере, предлагается следующий вариант: Secretary General Jens Stoltenberg told reporters there was no indication that the *incident* was a result of a deliberate attack or that Moscow was preparing offensive actions against the defensive alliance. Генеральный секретарь Йенс Столтенберг заявил журналистам, что отсутствуют признаки того, что *инцидент* был результатом преднамеренного нападения или что Москва готовила наступательные действия против альянса. В данном предложении *incident* выступает в качестве эвфемизма, поскольку делает возможным заменить conflict («конфликт») – лексическую единицу с негативной коннотацией на с нейтральной коннотацией. Эвфемизм *incident* является обобщённым термином, который используется для "сокрытия" кризиса, катастрофы, смерти. При переводе использовался медом калькирования – поиск аналога на языке перевода.

Заключительной идеей настоящей статьи хотелось бы подытожить, что эвфемизмы характеризуют и отражают внутреннюю жизнь общества – его конфликты, страхи, желания и предпочтения. И по количеству используемых эвфемистических замен можно отметить значимость того или иного события в процессе жизнедеятельности и становления общества, а также интенсивность отрицательных эмоций, которые и порождают необходимость эвфемистических замен для создания предпочитаемой нейтральной или положительной коннотаций. А знание и искусство использования эвфемизмов представляют собой универсальную речевую стратегию, без которой невозможны ни одни публичные выступления как на английском, так и на русском языках.

Семантический анализ перевода эвфемизмов с исходного английского языка на русский делает возможным заключить факт того, что в русском языке (языке перевода) присутствуют огромное количество вариантов и аналогов перевода англоязычных эвфемистических замен. Такая вариативность и наполненность лексики сигнализирует о том, что англоязычные лексические единицы прочно закрепляются и активно используются на поприще новостных информационных ресурсов и повседневной жизни общества. И это позволяет сделать ещё более глобальный вывод об активно происходящем взаимопроникновении культур.

Список использованных источников

1. Большакова, Е. В. Жизневская, Л.В. Эвфемизмы в современном английском языке на материале электронных британских СМИ [Текст] / Е.В. Большакова, Л.В. Жизневская. – ПГУ, 2012. – С. 476-477.
2. Ларин, Б. А. Об эвфемизмах / Б.А. Ларин. – Учёные записки Ленинградского государственного университета. Серия филологических наук. – Вып. 60. № 301, 1961. – С. 110–124.
3. Rawson, H. A Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk / H. Rawson. – Crown Publishers, Inc, N. Y., 1981. – 312 p.

УДК 372.881.111.22

СУЕВЕРИЯ ГЕРМАНИИ

А.Д. Клопот, Д.С. Мисевич, 1 курс

Научный руководитель – **Е.А. Селиванова**, м.пед.н., преподаватель

Полесский государственный университет

Термин суеверие упоминается с 12 века, а получил широкое распространение только в 16 веке. Это слово вошло в употребление как заимствование латинского термина *super-stitio*. Термин был получен из слова «неверие», что означало «ложь», т.е. отклонение от христианского учения. Суеверия считались языческими, безнравственными и еретическими [1].

Суеверие означает, что человек верит в действие сверхъестественных сил. Но это также означает, что большинство людей считают это бессмысленным. Следовательно, суеверие также является выражением, обесценивающим убеждение другого человека или представляющим его глупым.

Суеверия часто возникают из-за того, что что-то действительно произошло один или два раза. Так что человеку может сильно не повезти после того, как ему дорогу перешла черная кошка. Это просто не имеет ничего общего друг с другом. Если это случается с вами два или даже больше раз и вы потом выводите из этого правило, то это просто суеверие.

Целью работы является изучение суеверий в Германии.

Как суеверия влияют на наше поведение?

Носите с собой талисман, стучите по дереву, чтобы быть в безопасности, даже не выходите из квартиры в пятницу 13-го. Что за странности, подумаете вы. Но не для некоторых. Согласно опросу YouGov, 39 процентов женщин и 21 процент мужчин в Германии считают себя (довольно) суеверными [2].

У этих людей суеверия также влияет на поведение. Особенно в ситуациях, которые имеют особое значение для соответствующего человека. Например, это может быть экзамен, собеседование при приеме на работу, прием в больнице или даже игра любимой команды. Тогда вы верите, что талисман на удачу, ритуал или определенная стратегия избегания изменит все к лучшему — и предотвратит плохое.

Если это работает, сдача экзамена связана с талисманом, который вы несли с собой. Или победа команды с местом, на котором вы сидели. И в следующий раз вы сделаете это снова.

Суть дела в «неправильной» связи между причиной и следствием. Мы видим случайные попадания как подтверждение — и они хранятся в «выборочной памяти». А доказательства обратного мы игнорируем. Таким образом, суеверие нельзя объяснить рационально.

Изучив литературу, мы определили самые популярные суеверия, распространённые в Германии.

1) Черный кот «schwarze Katze»

Существует поверье, что если вы встретите черную кошку, переходящую улицу слева направо, будьте осторожны. Однако ситуация иная, когда кошка идет справа: говорят, она приносит удачу.

2) Несчастливое число 13 «die Unglückszahl 13»

Многие считают число 13 несчастливым. Поэтому 13-й этаж или 13-й ряд в отелях или самолетах часто пропускают. Говорят, что пятница 13-е также приносит несчастье: если тринадцатый день месяца приходится на пятницу, то вероятность того, что в этот день с нами случится что-то плохое, считается особенно высокой.

3) Вороны приносят вред «Krähen bringen Unheil»

По поверью, если на крышу дома прилетят вороны или вороны, то кто-то из жильцов заболеет. Говорят, что если плюнуть три раза, то таким образом можно отогнать злую магию.

4) Битое стекло приносит удачу «Scherben bringen Glück»

«Битое стекло приносит удачу»: кто не слышал эту поговорку после того, как разбилась чашка или тарелка? Не совсем понятно, откуда взялось поверье, что разбитая посуда приносит удачу. Возможно, шум был призван отогнать злых духов в прошлом. Так что неудивительно, что на каждом крещении корабля разбивают бутылку шампанского или разбивают фарфор на девичнике перед свадьбой.

Но будьте осторожны, если разобьётся зеркало! Говорят, грозят семь лет несчастья. Причина: зеркальное отражение якобы представляет собой душу смотрящего — и требуется семь лет, чтобы снова зажечь.

5) Трубочист «Schornsteinfeger»

Тот, кто встречает трубочиста или даже прикасается к нему, считается счастливым. Это суеверие восходит к более ранним временам: в Средние века дома все еще строились из дерева и соломы и могли легко загореться. Если трубочисты приходили проверять, они минимизировали риск возникновения пожара — и тем самым приносили удачу.

6) Счастливая монета «Glückspfennig»

Счастливая монета сделана из меди. Раньше говорили, что этот материал способен растворять злые чары. Поэтому крестильную монету часто дарили при рождении, чтобы пожелать ребенку удачи в жизни. Даже сегодня большинство людей радуются, когда находят на улице монетку. Ведь в этом они видят счастливый знак. Если вы отдаете цент другим, это должно принести получателю финансовую удачу.

7) Свинья «Schwein»

Как известно, в русском языке есть такой фразеологизм: «Подложить свинью» и, как правило, он имеет негативный смысл, то есть сделать некую пакость. А вот в Германии всё наоборот. Выражение «Schwein haben» (дословно «иметь свинью») означает, что вам повезло. Свинья для немцев – это символ плодородия и удачи.

Проанализировав суеверия в Германии, мы можем утверждать, что они довольно похожи с суевериями Беларуси. И это утверждение уходит корнями далеко в древность. Так как первобытный человек расселился на обширные территории, и в процессе эволюции он пытался объяснять те или иные вещи с помощью суеверий.

Суеверия, невзирая на их истинность или отсутствие таковой, продолжают существовать и иметь место в нашей жизни.

Список использованных источников

1. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://de.wikipedia.org/> – Дата доступа: 26.03.2023.

2. Сетевое издание «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. – <https://www.kommersant.ru> – Дата доступа: 01.04.2023.

УДК 811.111-26

ENGLISH LEARNING APPS: DIFFERENCES AND PROSPECTS

Д.А. Ковальчук, В.В. Сакович, 2 курс

Научный руководитель – **Л.А. Изотова**, преподаватель

Полесский государственный университет

Nowadays, multilingualism has become highly valued, since knowing a foreign language apart from your native language has evolved to be extremely beneficial. Being able to communicate in a foreign language helps to make real connection with people from all over the world [1].

In fact, the circumstances of the current world make the use of a foreign language in daily life very important, and, on the other hand, the level of globalization is not high enough for constant communication in this language from the external environment [2]. Many modern people have been living in the information society since their childhood. This situation creates a demand for mobile applications to maintain their language level in conditions when there is no opportunity or need to study with a teacher.

As a result, mobile devices have been steadily incorporated into learning. The broad use of smartphones and Wi-Fi gadgets has converted the traditional teaching method and learning process [3]. This extensive usage of mobile devices has fetched loads of mobile applications for language learning. Numerous apps are available for language learners to download through easy access to the Internet. Learning materials can be accessed easily due to the portability and accessibility of mobile devices.

Having analyzed the largest applications of the Play Market platform for learning foreign languages and studied their features and functionality, several categories have been identified including listening, reading, speaking and vocabulary development in order to consult the learners to overcome the difficulties in choosing the suitable English Learning apps.

Among the examples of apps which can be helpful for improving listening skills *Listen English Daily Practice* and *Step by Step English Listening* can be mentioned as the most popular ones.

Listen English Daily Practice is an application for improving listening skills where all the articles are categorized and divided according to the user's level, which means that users can easily start their listening English practice from the level they're comfortable in and work their way through the more advanced level articles and conversations. With present scenarios that cover almost all the aspects of the daily lives, users will soon see positive impact on their speaking and listening abilities in the language. According to the statistics the current rating of the app is 4.9 stars and it has been downloaded more than 500 thousand times so far, which makes it one of the top listening training apps

Step by Step English Listening is an app with more than 1000 audios with tests. Each lesson includes a test and transcript to help users check their listening skill and follow the speaker. As in the previous application, the listening lessons are divided into many grades from beginner English Listening to Advance

English listening. Users can hear different English accents. The lessons are divided in many topics, such as family, self-information, food, life style, education, science and business. There is almost no contrast between the ratings of the two compared applications, since *Step by Step English Listening* has 4.8 stars, which is only 0.1 inferior to *Listen English Daily Practice*, and the number of downloads is nearly the same.

Moreover, from a wide list of applications for vocabulary replenishment, *Word of the Day* and *Memrise* can be selected as the most useful ones.

Word of the day is an app which helps users to expand their vocabulary each day with an interesting word, clear definition, memorable example and pronunciation for every taste. Challenging vocabulary is taken from Oxford Advanced Learner's Dictionary's, Cambridge Dictionary, IELTS, TOEFL. The application provides its users with simple examples and plenty of synonyms for better understanding and memorizing new words. *Word of the day* has the highest rating of 5 stars. This application is actively used by more than 500 thousand people.

In its turn, *Memrise* is a language and vocabulary learning platform. It is focused on the combination of memorizing techniques and entertaining materials to make language mastering easy and funny. There are over 300 thousand different language courses that are available in twenty five languages. The app uses the principles of mnemonics to improve its users' retention. Every lesson is followed by a quiz to test the progress. One of the striking differences of this platform is that it is suitable for group learning and valued by teachers from all over the world. In comparison with *Word of the day*, *Memrise* has a slightly lower rating, which is 4.8 stars, but, on the other hand, the number of downloads exceeds 10 million, which is a significant indicator of audience coverage.

Additionally, the two most well-known applications for developing reading skills are *Beelinguapp* and *LingQ*.

Beelinguapp has a huge online library filled with stories of many genres. It works by showing a text to the user in two languages simultaneously, allowing the users to use their native language as a reference. It also works as an audio book where users can listen to a recording of a voice reading a text while at the same time a karaoke style animation moves through the text in both languages. The app offers different kinds of texts across 12 languages. It's no wonder that the app has quite a good rating up to 4.5 stars.

LingQ is an app that helps to learn a language through reading and listening to native content. It offers language-learning classes in 15 languages. One of the most important features is that there is a possibility to upload personal content. Users can also keep track of unknown words. The rate of this app slightly exceeds the abovementioned app and makes up 4.6 stars. More than 1 million members worldwide leverage *Beelinguapp* and *LingQ* to learn and acquire new words and phrases from their favorite videos and content.

Finally, the last two of the most widely used applications for speaking skill development are *Tandem* and *HelloTalk*.

Tandem is a language exchange app that connects language learners with native speakers. *Tandem* presents its members with a stream of potential *Tandem* partners who are native speakers in the language they want to learn. Members can chat with their *Tandem* partners via instant messaging, voice messages, audio calls and video calls. The list of partners can also be refined using location, age and gender filters. *Tandem* today boasts more than 10 million users across 180 countries. The rating of the app is 4.7 stars.

HelloTalk is also a language exchange app that aims to connect language learners with other language learners and native speakers. The users of this app can chat with language partners via the same means as in the previous application and even via doodles. Furthermore, the app provides built-in aids for translation, pronunciation, transliteration, and corrections. Users can post Moments which are seen by all native speakers of your target language and are ideal for asking questions and sharing updates. *HelloTalk* is a popular language-learning app that has millions of users from all around the world. As for 2023, *HelloTalk* has over 10 million registered users who actively use the app to learn new languages. In comparison to *Tandem* the rating of this app is considerably lower and makes up 4.1 stars.

Thus, taking everything into consideration, mobile apps are a great additional instrument for language learning. If you already know the basics of a language, they can be extremely helpful. Moreover, a combination of several apps is more efficient than the usage of any specific one.

The most significant issue is not just learning languages, as suggested by the apps - it is language practice. All of the apps mentioned allow users to only practice a language in very restrictive ways. Therefore,

any learning with the help of apps should be expanded by language practice either with a tutor, educational groups or through the use of proofreading services for writing practice.

Список использованных источников

1. Top Ten Reasons to Learn Languages [Электронный ресурс] / Lead with languages. – Режим доступа: <https://www.leadwithlanguages.org/why-learn-languages/top-ten-reasons-to-learn-languages/>. – Дата доступа: 18.03.2023.
2. Gangaiamaran, R. Review on Use of Mobile Apps for Language Learning / R. Gangaiamaran, M. Pasupathi // International Journal of Applied Engineering Research. – 2017. – Vol. 12, № 21. – P. 11242-11251.
3. Kukulska-Hulme, A. Will Mobile Learning Change Language Learning? / A. Kukulska-Hulme // ReCALL. – 2009. – Vol. 21, № 2. – P. 157-165.

УДК 39.398.21

COMPARATIVE ANALYSIS OF LITERARY CHARACTERS OF BELARUSIAN FOLK TALES AND ENGLISH FOLK TALES

A.V. Korolyova, form XI “B”

S.A. Shikolay, teacher of English

T.I. Akopova, teacher of English

I.V. Deineko, teacher of Belarusian

The State Educational Establishment “School No. 3, Pinsk”

Nowadays many adults blame the youth all over the world for being unrooted. That young people do not know the national values of their people, its history and culture.

On the one hand, I cannot but agree with this opinion. I should say that most of my peers live in the virtual and digital world rather than the real one. We are really into gadgets, our smart phones surfing the Internet. But, on the other hand, I'd like to admit that a great deal of adolescents do care about their place in life, about their self-identity. And, as far as I'm concerned, we cannot answer these questions without referring to our national identity, the wisdom of our ancestors.

Last year some of my classmates and I took part in the international transborder project “Nature Treasure without Borders” where we dealt with people from several neighbouring countries trying to explore and preserve the unique natural heritage of our region.

While working on the project and communicating with people from various countries, I noticed the differences in our behaviour, our way of life, in the things which we valued most. And I got interested in the way people of different nations see and describe themselves.

As I am a Belarusian and speak Russian and Belarusian along with learning English as a foreign language, and have a dream of visiting England one day, I have chosen these two peoples to study.

If we want to find out about a nation we need to refer to its culture, literature in particular. But analysing literature of a nation involves special knowledge which I lack. Still there exists a unique literature genre which is universal and understandable to both children and adults, to literary critics and non-professional readers. This is a folk tale. The folk genre depicts the wisdom of a nation most of all the other genres, its values. It creates images which mirror real people.

So I decided to study Belarusian and English folk tales in order to make verbal portraits of typical Belarusian and English characters and to see whether there are more differences or similarities between these characters.

So, the **object** of my research is Belarusian and English folk tales.

The **subject** of this research is the typical literary characters of Belarusian and English folk tales.

The **aim** of my work is to compare typical literary characters of Belarusian and English folk tales for the subsequent writing of my own tales in English and Belarusian based on the analysis of these literary characters.

The **objectives** of the research are the following:

- 1) to study the peculiarities of the genre of folk tales;
- 2) to study Belarusian and English everyday folk tales in order to distinguish the main traits of the hero and the heroine in them;

3) to identify the differences and similarities of the main characters in Belarusian and English everyday folk tales;

4) to write my own tales in English and Belarusian based on the typical traits of the literary characters under study and analyse these works.

I have applied the following **methods** of research in order to achieve the aim of the research work:

- analysis;
- synthesis;
- generalization;
- comparison;
- analogy;
- modelling.

In the first chapter of this research work I analyse various literary sources and distinguish the peculiarities of the genre of folk tales.

Having read 32 Belarusian folk tales and 36 English folk tales as well as having studied literary critics, in the second chapter of the research work I analyse Belarusian and English everyday folk tales and distinguish the differences and similarities of the main characters in them. Their chief characteristics are as follows:

1. common social background of the tales (one-parent family, childlessness, or many children in a family, poverty, cruel stepmother, contrasting the abilities of children);

2. both Belarusian and English folk tales are family-orientated and praise family ties greatly [1];

3. the hero in Belarusian folk tales is depicted as a brave, kind, poor, smart and savvy, hard-working and hospitable man who longs for justice, who is respectful for parents and elderly people and attached to his homeland (“The Orphan and the Miraculous Horse”) [2, 3];

4. the heroine in Belarusian folk tales is described as a beautiful, kind, good-natured, witty and smart, modest, helpful, hospitable and respectful girl who is ready for heroic deeds for the sake of her nearest and dearest (“Asinka”) [2, 3];

5. the hero in English folk tales is depicted as a brave, strong, smart and savvy, enterprising and adventurous, independent, or even eccentric man who is ready for heroic deeds for the sake of his beloved (“The Brave Shepherd and the Dragon”). He can be handsome, poor, lazy in some folk tales. The main character tends to cheat in order to achieve his aim (“Lazy Tommy”) [4, 5, 6];

6. the heroine in English folk tales is described as a beautiful, kind, fair, quick-minded and smart girl. English folk tales cannot boast a wide variety of main female characters [4, 5, 6].

As the result of my research work I wrote four everyday tales (“Asinka” and “The Orphan and the Miraculous Horse” in Belarusian, “The Brave Shepherd and the Dragon” and “Lazy Tommy” in English) based on the studies I have done.

In the third chapter of the research work I analyse my everyday folk tales “Asinka” and “The Orphan and the Miraculous Horse”, “The Brave Shepherd and the Dragon” and “Lazy Tommy”, distinguish the differences and similarities of the main characters in them.

I am really amazed at the important role heroines play in Belarusian folk tales. People have high expectations for them but at the same time they are often mentioned in this literary genre as mistresses of their own fate rather than passive watchers. And I tried to show this feature in my everyday tale “Asinka”.

Having made the verbal portraits of the characters of the Belarusian and English folk tales, I have a better understanding of our national character as well as the national character of the English people. I hope this knowledge will prepare me for my future life, will help other people to realise what qualities are appreciated in their society. Moreover, if I ever go to England, the results of my research work will provide me with a very important ability of a modern person to present the unique culture of my country to foreigners without being rude or impolite. Knowing our commonalities and differences is the best way to build reliable and trust-based relations.

Literary sources

1. Оловникова, Н. Г. Персонализация личностных характеристик героев английской и белорусской волшебной сказки как единица контрастивного анализа / Н. Г. Оловникова, А. И. Осипчик // Контрастивные исследования языков и культур: материалы I Междунар. науч. конф., Минск, 29-30 окт. 2013 г. / Минский гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Т. П. Карпилович (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2014. – С. 252-259.

2. Беларускія народныя казкі: для мал. і сярэд. Шк. Ўзросту / склад. Давідовіч. І.І. і інш. – Мінск: “Беларуская энцыклапедыя імя Пятруся Броўкі”, 2009. – С. 336: іл. (Школьныя бібліятэка)
3. Беларускія казкі. Кот-прывід... Аўт.-укл. М.В.Адамчык. – Мінск: харвест, 2018. – 832 с.
4. Английские сказки / [пер. В. Ручкина]; илл. А. Ракхема. – Москва: Издательский Дом Мещерякова, 2022. – 192 с.: ил. – (Малая книга с историей).
5. <https://fairytales.com/> – Date of access: 2.10.2022
6. <https://www.worldoftales.com/folktales.html#gsc.tab=0> – Date of access: 9.10.2022

УДК 81-139

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА КАТЕГОРИИ МОДАЛЬНОСТИ В АНГЛИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Д.Д. Кравец, Е.В. Скребец, 3 курс

Научный руководитель – Л.Н. Селюжицкая, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Изучение модальности и средств ее выражения является одним из самых сложных вопросов в изучении языка. Проблема модальности и языковых средств её выражения широко обсуждается в языкознании и логике, так как данная категория принадлежит к той области языковых явлений, где их связь с логическим строем и мышлением оказывается наиболее непосредственной. [4]

В энциклопедическом словаре дается следующее определение модальности: «Модальность – это функционально-семантическая категория, выражающаяся с помощью иерархически организованной системы морфологических, синтаксически-конструктивных, интонационных и лексических средств, независимо от того, согласуется ли с действительностью выраженное в высказывании содержание сознания говорящего или нет» [7].

По мнению И. И. Мещанинова модальность – это понятийная категория, которая характеризует отношение говорящего к содержанию высказывания; статус обозначенной в нем ситуации по отношению к реальному миру; иллюкативную силу, т.е. коммуникативную цель говорящего. [3]

Сложность модальных глаголов английского языка заключается в том, что глагол является знаменательной частью речи со значением действия или состояния, выражающей эти значения с помощью категорий вида, залога, времени, лица, наклонения и выполняющая в предложении в основном функцию сказуемого. Модальные глаголы имеют значение не действия, а возможности, долженствования, желания, выражают отношение говорящего к содержанию высказывания. [4,5].

В современном английском языке существуют грамматические и лексические средства выражения модальности. Грамматическими средствами являются модальные глаголы и формы наклонения. Модальные глаголы передают различные оттенки модальности, начиная с предположения, граничащего с уверенностью, и заканчивая предположением, в котором говорящий не уверен. [2, С. 51] Первое место занимают модальные глаголы, к числу которых относится 9 слов: can, could, may, might, shall, should, will, would, must. Пр., I must finish this article till Wednesday. — Я должен закончить эту статью до среды. You should follow your doctor's advice! — Тебе следует слушать советы доктора! [1]

Наряду с центральными глаголами используются полумодальные глаголы ought, need, dare, used, а также некоторые идиоматические выражения с модальными функциями had (better), have (got) to, be supposed to, be going to.

Лексические средства, выполняют функцию вводного слова и обычно относятся ко всему предложению в целом, не являясь его членом. К ним относятся: perhaps – может быть, возможно; of course, surely, certainly – конечно, несомненно; no doubt – несомненно; in fact фактически; in truth – сказать по правде, действительно и др., а также слова с суффиксом -ly, совпадающие по форме с наречиями: possibly – возможно; probably – вероятно; undoubtedly – конечно, несомненно; naturally – конечно, само собой разумеется; evidently – очевидно; happily – к счастью и т.д. [2]

Как и в английском языке в немецком модальные слова играют также важную роль. Они используются в научной, технической, художественной литературе и в разговорной речи. Как и в русском языке, система наклонений глагола представлена тремя грамматическими категориями: индикатив (изъявительное наклонение), императив (повелительное наклонение) и конъюнктив (сослагательное наклонение). Если индикатив и императив в русском и немецком языках по своей

функциональности полностью совпадают, то немецкий конъюнктив, в отличие от русского сослагательного наклонения, обладает более широким спектром возможностей.[6, С. 58]

Модальные глаголы следует рассматривать попарно, в связи со схожим значением глаголов каждой из пар.

Глаголы können и dürfen выражают возможность что-либо сделать и имеют значение «мочь». Но глагол können означает “уметь”, “иметь физическую возможность”, в то время как второй имеет значение разрешения. - Ich kann Deutsch sprechen. - Я говорю по-немецки. Das Kind darf auf die Straße gehen. - Ребёнок может, ему разрешено пойти на улицу.

Следующую пару составляют модальные глаголы wollen и mögen, которые выражают *желание* и *расположение*. Основные значения глагола wollen - “желать”, “хотеть”, а основные значения глагола mögen - “любить”, “иметь расположение”. В своём прямом значении глаголы wollen и mögen выражают желание, намерение, хотеть что-либо сделать. Например: Wir wollen das machen. - Мы хотим это сделать. Was möchten Sie? - Что бы Вы хотели?

Пара модальных глаголов müssen и sollen выражают *необходимость* и *долженствование*. Müssen выражает необходимость, определяемую законами природы; необходимость, основанную на внутреннем убеждении или на объективных обстоятельствах. Sollen выражает требование другого лица, которое может быть и не выполнено из-за отсутствия внутреннего убеждения. Пр., Jedes Lebewesen muß essen. - Всякое живое существо должно питаться. Sie sollen zum Arzt gehen. - Вам следует пойти к врачу.[5]

Модальные глаголы немецкого языка могут употребляться как с инфинитивом, так и без него. Er kann doch selbst das Auto reparieren. – Он же и сам может отремонтировать машину. Ich mag kein Sauerkraut. - Я не люблю кислую капусту.

В отличие от средств выражения модальности английского языка в немецком языке помимо глаголов средством выражения модальности служат модальные частицы. Выделяют три группы модальных частиц: модально-усилительные частицы (doch, denn, schon, nun, (ein) mal), модально-ограничительные частицы (ja, bloß, nur) и частицы, модальные в собственном смысле слова (etwa). Они выражают различные степени модальных отношений. Также для выражения значения модальности существуют такие лексико-синтаксические конструкции, как «haben и sein + zu + инфинитив». Das Buch ist unbedingt zu lesen. – Книга должна быть непременно прочитана. Sie weiß (versteht) immer einen Tipp zu geben. – Она всегда умеет дать хороший совет.[6, С.58-65]

Модальность в русском языке может выражаться различными грамматическими и лексическими средствами:

1) Специальными формами наклонений — изъявительное (С этим я не согласен), повелительное (*Уходи, Маши!*) и сослагательное (*Не уверен, что Маши пришла бы*), а также независимый инфинитив (*Отдохнуть бы!*)

2) Модальными словами: вводными и наречиями : *кажется, пожалуй.*

3) модальными глаголами: *хочу, могу, должен, обязан, надо, можно и т. п.*

4) Интонационными средствами: *Сделай хоть что-нибудь!* [3, С. 147]

Как и в немецком языке, в русском существуют также три группы частиц: частицы, выражающие эмоциональную оценку (а, ведь, вот, да, еще и др.); частицы, выражающие волеизъявление (бы, ну, дай, давай, пускай, пусть); частицы, устанавливающие разнообразные связи и отношения с другими событиями и фактами (вот и, все, да, исключительно, единственно и др).[5]

Модальные глаголы обычно используются с инфинитивом. Среди конструкций, выражающих модальные отношения, выделяют три группы: мочь, смочь, уметь + инфинитив; хотеть, желать + инфинитив; можно, должно, нужно + инфинитив. Ему не нужно больше ехать в этот город! Также выделяют конструкции с безличными глаголами «приходится, стоит, суждено, случается» и конструкции с глаголами, близкими к модальным «любить, опасаться, бояться, ненавидеть», которые выражают модальность действия. Не стоит возвращаться к этой теме разговора! [3, С. 97]

Таким образом, можно сделать вывод, что модальность является одним из обязательных компонентов высказывания, поскольку перевод не может считаться адекватным, если в нем не сохранена модальность текста источника. При этом следует иметь в виду, что между русскими и английскими модальными глаголами нет прямого соответствия, и переводчику следует выбирать подходящее значение, которое соответствует контексту и не приводит к искажению оригинально-

го текста.

Список использованных источников

1. Walker Elaine, Elsworth Steve. // Grammar Practice for Upper-Intermediate Students (*Longman*) – 2000. Person Education Limited
2. Беляева, М.А. Грамматика английского языка / М.А. Беляева. – М.: Высш. Шк., 2001. – 333.
3. Валгина, Н.С. Синтаксис современного русского языка / Н.С. Валгина. – М.: Агар, 2000. – 416 с. Добрушина, Н.Р. Modality in Slavonic languages. *New Perspectives* Н.Р.
4. Добрушина // Вопросы языкознания. – 2007. № 2. - С. 137-142
5. Категории модальности в лингвистике и переводоведении [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategorii-modalnosti-v-lingvistike-i-perevodovedenii/viewer>. – Дата доступа: 12.12.2022.
6. Крашенинникова, Е.А. О модальных глаголах в немецком языке / Е.А. Крашенинникова // Иностранные языки в школе. – 2010. – № 8. – С. 58-65.
7. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pr.slovaronline.com>. – Дата доступа: 12.12.2022.

УДК 81-2

THE IMPACT OF MODERN ENGLISH MUSIC ON THE WORLD CULTURE

P.O. Lukutin, K.E. Andreichuk, 3 year

Scientific supervisor – **M.V. Tatarevich**, university teacher

Polessky State University

English music has had a tremendous influence on the world culture, particularly in the realm of popular music. The English language itself has become a lingua franca of music, with many artists and songs from English-speaking countries achieving global success and recognition. One of the most significant contributions of English music to world culture is the development of rock and roll, which originated in the United States but found its greatest expression in the British Invasion of the 1960s. English bands such as The Beatles, The Rolling Stones, and The Who introduced new sounds and styles that continue to influence rock music today. English music has also played a major role in the evolution of electronic dance music, with artists such as The Prodigy, Chemical Brothers, and Aphex Twin being pioneers in the genre. Similarly, British hip-hop and grime music have gained global recognition in recent years, with artists like Skepta and Stormzy leading the way. In addition to these musical genres, English language music has also had a significant impact on fashion, youth culture, and social movements around the world. English musicians have often been at the forefront of countercultural movements, and their music has served as a platform for political and social commentary. Overall, the influence of English music on world culture cannot be overstated, and it continues to shape the musical landscape of today [1].

The English language is a dominant in contemporary music, and this helps to promote the language worldwide. One popular genre among youth is hip-hop, and a subgenre of it is UK drill. UK drill is a type of drill music and road rap that originated in Brixton, South London, in 2012. The music often contains lyrics about criminal lifestyles and is often created by those affiliated with gangs or from socioeconomically-deprived areas. Although the genre originated in London, it is not restricted to the city, and artists from around the UK have emerged and become prominent in the scene. Some of these artists include SmuggzyAce and S.White of Birmingham group 23 Drillas, as well as SV of Nottingham. UK drill has also spread to other countries, with artists and groups in places like Ireland, the Netherlands, Australia, Spain, Ghana, and France rapping in styles heavily influenced by UK drill music. These artists often use slang terms and instrumentals produced by British producers. However, it is important to note that UK drill music isn't solely about the criminal world of England. Modern artists in the genre use melodies from different genres, overlaying them on the distinctive drum part of drill music, which is characterized by a broken course of the percussion part, and use this backing track for songs on various topics, such as love, human relationships, and personal experiences [2].

Central Cee is a British rapper. He began to gain popularity in 2020 after the release of the singles "Day in the Life" and "Loading". His debut mixtape *Wild West* was released on 12 March 2021 and peaked at number two on the UK Albums Chart. His second mixtape *23* was released on 25 February

2022 and reached number one on the UK Albums Chart. This artist has 24 million monthly listeners on Spotify, which means that he is very popular at the moment. He performs his songs in English, popularizing it, as American listeners do not always understand the pronunciation of some words, as well as the slang characteristic of British youth. On L.A. Leakers show on YouTube he said “They think I’m the one that can bridge the gap” therefore, using the example of this artist, we will analyze his contribution to the popularization of the genre, analyzing what interesting expressions have become popular in world hip-hop music thanks to him [3].

In the aforementioned program, the performer, comparing American and British slang, with the help of freestyle, spoke about interesting expressions. For example “*My akh*” means my brother or “*My brudda*” that have same sense. In US people say “*Mashine*” but in the UK people say “*Mash*”. American youth say “*Wassup*”, British youth say “*Wagwan*” And in London people don’t say “*Y’all*” they say “*You lol*”. In the song “Obsessed With You” he says «*I hope a trap boy's your type cause I don't have a nine-to-five*». The highlighted expression means that the singer does not work at a regular job from 5 to 9, but leads a cheeky lifestyle. In “Let go” the song about love, Central Cee gives an interesting line «*They're showin' me love, but I still feel empty I need somethin' a lot more fulfillin'*» these lines show the artist's feelings, he says that he wants more than just the love of the fans, he feels empty. In “6 for 6” he says «*Step in the bando, "Honey, I'm home"*» A “*bando*” is a slang term for a neighborhood. The phrase “Honey, I’m home!” is a stereotypical American sitcom phrase, and is often the first thing shouted when a wife or husband comes through the door to their loving home. This line confirms that the artist often makes references to American culture, uniting listeners. When listening to these songs, you may have problems understanding the words because “American” English sounds straightforward, almost all letters are pronounced as they are written. The British, on the other hand, allow some exceptions, many sounds in it are softened, they differ from their written form [4].

UK drill, which is currently the most popular in England, is helping the English language to gain more popularity, many Western and European artists are starting to perform their songs in this genre. For example, Italy also has its own drill performers. In this music, the issues of youth begin to be discussed, the problems of dysfunctional families receive more and more attention, the English language helps to spread this to the masses, making these issues global. It is also worth mentioning the Russian-speaking artists who are trying out this genre, some of them are now in London to draw inspiration from British life. A striking example of a Russian-speaking artist is OBLADAET who now lives in London and works with performers in this city. In song “Wi-fi” with Jordan Wi-fi, Touren Roye and Reezy Rye, they call OBLADAET «*That's my shortie*» which means little brother. This statement confirms that at this moment in time there is communication between artists from different countries, relations between performers are developing in a positive way.

Slang is an integral part of the English language, it develops and evolves with it, and at some point some of the slang may become the language norm. Thanks to music, people of many countries adopt English culture, people become interested in where certain expressions came from, they begin to study history, many of them begin to learn the language, music only contributes to it. Overall, it must be said that the influence of English-language music, particularly in genres such as hip-hop and drill, continues to have a significant impact on popular culture around the world, promoting the use and understanding of the English language in various contexts. Music serves as a vehicle for promotion of language and culture, and genres like UK drill showcase the influence of social and economic conditions on artistic expression [5].

References

1. UK drill: What is the genre of music linked to violent crime? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://amp.theguardian.com/music/2018/apr/09/uk-drill-music-london-wave-violent-crime>. – Дата доступа: 01.04.2023.
2. Central Cee: The 'Wild West' rapper taking UK drill global [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-56639594>. - Дата доступа: 01.04.2023.
3. The rise of UK drill: how the brutal sub-genre has become a potent protest against police oppression [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/feb/09/since-when-was-it-police-job-to-impose-sanctions-on-drill-musicians>. - Дата доступа: 01.04.2023.
4. Central Cee Spits Bars Over Original Beat In Debut L.A. Leakers Freestyle 149 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=3ZCKZnJmhx0>. – Дата доступа: 01.04.2023.

5. The impact of British music on the world [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ukmusic.org/wp-content/uploads/2022/05/This-Is-Music-2021-The-Impact-of-the-Music-Industry>. – Дата доступа: 01.04.2023.

УДК 811.111

«ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА» В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)»

А.Д. Ляшук, 4 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Глобализация экономики является частью модели мирового развития. Сегодня экономическая терминология прочно вошла в жизнь обычных людей, не обладающих специальными знаниями. Экономические тексты представляют собой сложную для понимания языковую модель, в которой общая лексика употребляется рядом с узкоспециальными терминами. Таким образом, перевод экономических, финансовых и других документов представляют интерес для лингвистов.

Иногда при переводе иностранных текстов, в том числе и экономической направленности, одной из трудностей, нередко сбивающей с пути даже опытных переводчиков, являются «ложные друзья переводчика».

По словам Е.Д. Андреевой, «ложные друзья переводчика» — это псевдоинтернационализмы, затрудняющие правильную интерпретацию текста на иностранном языке [1, с.150].

В практике перевода псевдоинтернационализмы представляются обманчивыми лексемами и могут вводить в заблуждение практикующих переводчиков. Эта тема представляет большой интерес также и для исследователей, однако лишь в отдельных научных трудах можно обнаружить четкие рекомендации по эквивалентному переводу псевдоинтернационализмов. Из-за наличия слов, которые звучат похоже, но имеют разные значения в разных языках, переводчики, включая профессионалов и филологов, могут часто столкнуться с трудностями при переводе данных лексем, что может привести к ошибкам и неправильному пониманию текста. Данный факт и определяет актуальность исследуемой тематики.

Целью нашей работы является выявление и исследование наиболее распространенных псевдоинтернационализмов и приемов их перевода в текстах экономической направленности.

Тяжелыми для перевода являются случаи, когда объемы значений интернациональных слов в языке-оригинале и языке перевода не совпадают. Такие слова называются *псевдоинтернациональными* и представляют собой лексические единицы в разных языках, которые близки по форме, но отличаются по значению. Их также называют «ложными друзьями переводчика». Согласно В.В. Акуленко, «ложные друзья переводчика» можно разделить на два типа: межъязыковые омонимы (слова, звучащие одинаково, но имеющие разные значения в разных языках) и межъязыковые паронимы (слова, которые не совпадают по звуковой форме, но могут вызвать неправильные ассоциации) [2, с. 37]. Их появление связано с историческими взаимовлияниями языков, случайными совпадениями или родственными словами в близкородственных языках. Еще один источник появления «ложных друзей переводчика» – калькирование слов из другого языка, когда берется одно, какое-то второстепенное значение.

В.Г. Прозоров также считает, что псевдоинтернациональные слова появились в результате заимствования. По его мнению, слово было взято либо не во всех значениях, а только в одном, либо два языка заимствовали одно и то же слово от какого-то третьего, но в разных значениях, или, наконец, в процессе заимствования слово подверглось коренному переосмыслению [3, с. 200].

Другой отечественный ученый В.Н. Комиссаров предлагает следующее определение явления: «Псевдоинтернационализмы — это лингвистические омонимы, затрудняющие правильную интерпретацию текста на иностранном языке» [1, с. 149].

Однако, по нашему мнению, наиболее полное определение понятию дает А.В. Федоров: «псевдоинтернациональная лексика или «ложный эквивалент» — это слово, которое звучит похоже или похоже на иностранный термин, и имеет полную этимологическую связь с ним, но имеет другое

значение, несмотря на смысловую близость и отнесенность к одной области применения.» [5, с. 109].

Р.А. Будагов ввел категорию «ложных друзей» переводчика и разделил их на 4 группы [4, с. 39]:

- слова фонетически схожие, но различные по значению (пр. *magazine* не магазин, а журнал; *sites* не сайты, а объекты);
- слова, которые имеют хотя бы одно схожее значение (пр. *advocate* может переводиться, как и адвокат, так и сторонник);
- лексические единицы, одна из которых имеет несколько значений и полностью совпадает с другой лексической единицей лишь в одном из них, при этом другое не совпадает ни на одном уровне;
- различные меры измерения и величины (*billion* в английском — миллиард, и не соответствует русскому «биллион»).

В рамках нашего исследования мы провели анализ текстов экономической направленности из различных англоязычных СМИ. Нами было проанализировано 55 статей экономической направленности, в 32 из которых было обнаружено 35 примеров ложных друзей переводчика. Далее предлагаем рассмотреть несколько примеров ложных друзей переводчика, а также способы их перевода:

If two firms borrow in dollars at different rates, *the implication* is that the one with the lower rate is the more creditworthy. — *Предполагается*, что, если две фирмы берут кредиты в долларах по разным ставкам, то более кредитоспособной является та, чья ставка ниже.

Выделенную лексему следует перевести как «предположение». Также в данном предложении при переводе была использована грамматическая трансформация (сущ. — глагол).

As central banks race to tame inflation, they are raising *interest* at the fastest pace — Так как центральные банки стремятся обуздать инфляцию, они повышают *проценты* быстрыми темпами.

В большинстве экономических текстов слово «*interest*» переводится как «процент». Вне их данное слово может переводиться как «интерес».

The standard *deduction*, which most filers claim, will go up to \$900. — Стандартное *отчисление*, на которое претендует большинство заявителей, увеличится до 900 долларов.

Слово «*deduction*» имеет различные значения — «вычет», «отчисление», «скидка». Значение «дедукция» применяется в художественных текстах, в частности в детективах. Так как наша статья относится к экономическим текстам и имеет иной контекст, мы перевели данную псевдоинтернациональную лексему как «отчисление».

Dissent has been clamped down on- Раскол был подавлен.

Данное слово похоже на русское «диссидент», и своей формой и звучанием может запутать переводчика. Его следует передать как «раскол».

Все вышеприведенные примеры красноречиво свидетельствуют о сложности перевода псевдоинтернационализмов в зависимости от их контекста.

Таким образом, мы выяснили, что при переводе псевдоинтернациональных слов больше всего использовались грамматические трансформации (замена частей речи, изменение порядка слов в предложении), а также описательный перевод.

В заключение необходимо отметить, что, несмотря на отчетливо прослеживающуюся в последние несколько лет тенденцию к сближению значений интернационализмов, проблема перевода «ложных друзей переводчика» остается весьма актуальной и требует дальнейшего систематического и всестороннего исследования.

Список использованных источников

1. Андреева, Е.Д. Теория перевода. Технология перевода: учеб. Пособие / Е.Д. Андреева – Оренбург: ОГУ, 2017. – 152 с.
2. Брагина, Ю.Д. О "ложных друзьях переводчика" как о проблеме межъязыкового явления / Ю.Д. Брагина – Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сборник статей по материалам LXXI студенческой международной научно-практической конференции: Ассоциация научных сотрудников "Сибирская академическая книга", 2018. – С. 37-43.

3. Куликов, В.П. Теоретические предпосылки изучения «ложных друзей переводчика» в немецком и русском языках /А.П. Куликов, Н.Т. Арабидзе. – Вестник Таганрогского института имени А.П. Чехова, 2019. – С. 199-203.

4. Тимошенко, Е.С. О специфике «ложных друзей переводчика» в английском и русском языках. / Е.С. Тимошенко, А.Н. Литвинов – ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет им. Т. Шевченко», 2017. – С. 137-139.

5. Томилова, А.И. Явление межъязыковой псевдоэквивалентности в русском и французском языках: теоретические и прикладные аспекты [Текст]: монография /А.И. Томилова – Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2018. – 219 с.

УДК 81-22

IDIOMS WITH A COMPONENT 'WEATHER'

В.В. Мелюх, Н.А. Кухарчук, 2 курс

Научный руководитель – **Л.А. Изотова**, преподаватель

Полесский государственный университет

The English language being very flexible constantly enriches its vocabulary with words invented by language speakers, making it more colourful with new idiomatic expressions, and, at times, refills its stocks with the borrowings and neologisms [1]. Thus, English just amazes by its extraordinary linguistic diversity.

According to New Webster's Dictionary, an idiom is 'a construction or expression having a meaning different from the literal one or not according to the usual patterns of the language' [2]. In addition, in accordance with the definition given in Collins Dictionary an idiom is 'a language, dialect, or style of speaking peculiar to a people' [3]. Thus, idioms are always something special about any language; they build up some distinctive features that differ one language from another. What is more, idioms reflect certain cultural traditions and describe the national character. Idioms are the phrases that cannot be understood directly word by word, it is an integrity of words that can refer completely another meaning of a particular word [4, p.57].

Idioms are not the same thing as a slang, they are the combination of normal words. People also need to learn idioms separately because certain words together or at certain times can have different meanings. In order to understand an idiom, one sometimes needs to know the culture from which the idiom comes from. To know the history of an idiom can be useful and interesting, but it is not necessary to be able to use the idiom properly [4, p.57]. In the English language there are more than 15,000 idioms which are generally used in informal speech and are of value to study. The idiomatic expressions can be divided into several groups according to the component that they contain, for example, weather, food, animals, colors, parts of the body and so on. The problematic issue of our study is the peculiarities of the translation of the idiomatic expressions with the component 'weather', as they are one of the most popular and actual lexical groups for research.

Weather is one of the favourite topics of conversation in the UK and America. That's probably why there are so many idioms in the English language related to various weather phenomena.

While analyzing 'weather' idioms it has been found out that there is a large group of idioms including various weather phenomena, such as rain, cloud, storm, wind, rainbow, thunder and lightning, snow and ice.

Idiomatic expressions with the component 'rain' are the most popular idioms describing different weather phenomena (e.g., 'take a rain check' ('сдвинуть сроки', 'отложить на потом', 'перенести до лучших времен'), 'rain cats and dogs' ('лёт как из ведра'), 'save for a rainy day' ('откладывать что-либо на черный день'), etc.). So, for instance, the idiom 'take a rain check' is used to tell someone that you cannot accept an invitation now, but would like to do so at a later time ('Mind if I take a rain check on that drink? I have to work late tonight'). Another example is the idiom 'rain cats and dogs' which means to rain very heavily ('Don't forget to take your umbrella - it's raining cats and dogs out there') [5].

The next group of idioms describing different weather phenomena is formed by idiomatic expressions with the component 'cloud' (e.g., 'be on cloud nine' ('быть на седьмом небе от счастья'), 'have one's head in the clouds' ('летать в облаках'), 'every cloud has a silver lining' ('нет худа без добра'), etc.).

For example, the idiom *'be on cloud nine'* means to be extremely happy and excited (*'Was Helen pleased about getting that job?' 'Pleased? She was on cloud nine!'*) [5]. We use the idiom *'have one's head in the clouds'* when we are talking about the person who is thinking about something that is not connected with what he is doing or who has ideas, plans, etc. that are not realistic (*'The boy has his head in the clouds and doesn't think about what is going on around him'*) [6].

Idiomatic expressions with the component 'storm' are also widely spread in English (e.g., *'the calm before the storm'* (*'затишье перед бурей'*), *'storm in a teacup'* (*'делать из мухи слона'*), *'to weather the storm'* (*'пережить сложные времена'*), etc.). For instance, the idiom *'calm before the storm'* means a quiet or peaceful period before a period during which there is great activity, argument, or difficulty (*'I like to get everything done before the guests arrive and relax for a moment in the calm before the storm'*). Another example is the idiom *'storm in a teacup'* which means a lot of unnecessary anger and worry about a matter that is not important (*'It seems to me to be a storm in a teacup about these business letters'*) [5].

Another group of idioms describing different weather phenomena are idiomatic expressions with the components 'thunder' and 'lightning' (e.g., *'steal one's thunder'* (*'украсть чужие лавры'*; *'погреться в лучах чужой славы'*), *'have a face like thunder'* (*'лицо мрачнее тучи'*), *'be as fast as lightning'* (*'быстрый, как молния'*), etc.). For example, the idiom *'steal one's thunder'* means to do what someone else was going to do before they do it, especially if this takes success or praise away from them (*'Sandy stole my thunder when she announced that she was pregnant two days before I'd planned to tell people about my pregnancy'*). We use the idiom *'have a face like thunder'* when we are talking about a person who looks extremely angry (*'She suddenly came into the room with a face like thunder'*) [5].

Idiomatic expressions with the component 'wind' are also widely spread (e.g., *'get wind of something'* (*'пронюхать'*), *'windfall'* (*'неожиданная удача'*), *'to throw caution to the wind'* (*'отбросить сомнения'*), etc.). For instance, the idiom *'get wind of something'* means to hear a piece of information that someone else was trying to keep secret (*'I don't want my colleagues to get wind of the fact that I'm leaving'*). *'Windfall'* is an amount of money that you win or receive from someone unexpectedly (*'Investors each received a windfall of £3,000'*) [5].

Among the idiomatic expressions describing weather phenomena there is a group of idioms with the component 'rainbow' (e.g., *'a pot of gold at the end of the rainbow'* (*'несбыточная мечта'*), *'chase rainbows'* (*'знаться за недостижимым'*), *'life isn't all rainbows and unicorns (or sunshine)'* (*'жизнь прожить – не поле перейти'*), etc.). *'A pot of gold at the end of the rainbow'* is something that is very attractive that you will probably never achieve (*'At the moment, finding a good plumber is like finding a pot of gold at the end of the rainbow'*) [5]. The idiom *'chase rainbows'* means to waste time trying to get something that you can never have (*'You are chasing rainbows. You cannot alone change the system of education'*) [3].

Last but not least, idiomatic expressions with the components 'snow' and 'ice' (e.g., *'to break the ice'* (*'сделать первый шаг'*), *'snowed under'* (*'быть заваленным работой'*), *'tip of the iceberg'* (*'верхушка айсберга'*), etc.). For instance, the idiom *'to break the ice'* means to make people who have not met before feel more relaxed with each other (*'Someone suggested that we play a party game to break the ice'*). Another example is the idiom *'snowed under'* which means to have too much to do (*'I am totally snowed under at school'*) [5].

Having analyzed idioms with the component 'weather', it must be admitted that names of weather phenomena are not frequently used in Russian idioms and, moreover, word-by-word rendering of a source phrase is impossible in most cases. Some of the idioms have equivalents in other languages, others are unique and original. Thus, idioms help us make our speech more colourful, it is really gripping to use them rather than repeating simple phrases and words. There are many reasons explaining the popularity of using idioms about the weather in daily conversations.

Literature

1. New Idiomatic Expression Sites [Electronic resource] / Blogger. – Mode of access: <https://greatidioms.blogspot.com/2014/02/new-idiomatic-expression-sites.html>. – Date of access: 21.03.2023.

2. Webster's New World Dictionary [Electronic resource] / Cambridge University Press. — Mode of access: <https://www.cambridge.org/core/journals/english-today/article/abs/websters-new-world-dictionary>. – Date of access: 21.03.2023.

3. Collins Online Dictionary [Electronic resource] / Collins. — Mode of access: <https://www.collinsdictionary.com/>. — Date of access: 21.03.2023.
4. Bobojonova, B. Idioms and their importance / B. Bobojonova // Science and Education. Scientific Journal. — 2020. — V. 1 (2). — С. 57 – 61.
5. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus [Electronic resource] / Cambridge University Press & Assessment. — Mode of access: <https://dictionary.cambridge.org/ru/>. — Date of access: 21.03.2023.
6. Oxford Lerner's Dictionaries [Electronic resource] / Oxford University Press. — Mode of access: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. — Date of access: 21.03.2023.

УДК 811.111

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТНЫХ СТАТЕЙ)

А.Р. Метёлкина, 4 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Экономика является неотъемлемой частью жизни любого человека. Любое экономическое явление может быть описано с помощью определённых лексических средств и конструкций, средств образности и особого экономического лексикона. Всё это лежит в основе экономического дискурса [4, с. 6].

Экономический дискурс – это особый процесс создания текста, имеющий целью воздействие на читателя и его сознание. Экономический дискурс зачастую встречается в средствах массовой информации (СМИ), например, в печатных изданиях или электронных ресурсах сети Интернет [1, с. 150].

Можно с уверенностью заявить, что тексты экономической направленности обладают двумя характерными особенностями. С одной стороны, они изобилуют *терминами*, эмоционально-нейтральными словами, передающими названия точно определённых понятий, которыми оперируют специалисты в определённой области науки [2, с. 220]. А с другой стороны, экономические тексты содержат средства выразительности, в том числе – фразеологические единицы.

Фразеологические единицы на практике представляют особую трудность для переводчиков, но и вызывают повышенный интерес в силу своих различий в семантических и стилистических функциях в разных языках с сохранением одной и той же смысловой ценности. Можно даже сказать, что именно во время перевода выявляется специфика сочетаний, присущая данному языку, которая в противном случае могла бы и не быть замечена [10, с. 153]. Лингвокультуролог М.Л. Ковшова даёт следующее определение: фразеологизм – это лексически неделимая единица языка, существующая в отдельно взятой культуре и характерная только для неё, наделяющая речь оценочностью и экспрессивностью, а также эффективно воздействующая на сознание читателя либо слушателя.

Приступая к переводу фразеологических единиц, нельзя не затронуть понятие фразеологической эквивалентности. По словам Ю.А. Долгополова, *фразеологические эквиваленты* – это фразеологизмы, совпадающие по семантике, образу и стилистической окраске в языке оригинала и языке перевода [5, с. 160]. С точки зрения структурно-типологических и семантических сходств/различий фразеологических единиц в сопоставляемых языках лингвисты выделяют два типа эквивалентов: полные и неполные (частичные).

Полные фразеологические эквиваленты – это фразеологизмы, которые имеют одинаковое значение, несут ту же оценочную окраску и экспрессивную коннотацию, а также набор компонентов. Помимо всего прочего, полные фразеологические эквиваленты имеют идентичную внутреннюю форму [6, с. 160].

Неполные фразеологические эквиваленты имеют общую семантику, но незначительно различаются в плане выражения и внутренней форме [6, с. 160].

Выделяют также *относительный фразеологический эквивалент* – фразеологизм в языке перевода, который отличается от фразеологического образования оригинала по некоторым показателям, например, наличию синонимичного компонента, модификации формы или синтаксического по-

строения фразеологизма. Однако семантический компонент фразеологизма в языке оригинала при переводе сохраняется [3, 227].

Существует также категория, именуемая фразеологическими аналогами. *Фразеологический аналог* – это явление, при котором фразеологизм исходного текста заменяется в тексте перевода фразеологическим эквивалентом на иной метафорической основе. В таких фразеологизмах происходит полная либо частичная замена образа. Однако смысл выражения остаётся таким же, как у фразеологического выражения из оригинального текста [3, с. 228]. Например, к фразеологизму «the last straw» можно подобрать аналогичное выражение в русском языке, которое звучит как «последняя капля».

В случае, когда фразеологический перевод невозможен, переводчик имеет право воспользоваться средствами нефразеологического перевода. При таком переводе исходные фразеологические единицы переводятся за счёт более нейтральных лексических средств. Из главных недостатков данного способа перевода можно выделить утерю должной экспрессивности, а также образности и артистичности. К методам нефразеологического перевода относят лексический перевод, калькирование, описательный и контекстуальный перевод.

Переводя текст, переводчик должен придерживаться двух основных принципов перевода фразеологических единиц: перевод должен отвечать требованиям адекватного перевода и быть идиоматичным. *Адекватный перевод* – это передача исходного текста на язык перевода с сохранением его смыслового содержания, стилистической и эмоциональной окраски [10, с. 155].

Рассмотрим несколько примеров:

*He was **born with a silver spoon** but can't go through life sucking on it [8].*

В русском языке для данного фразеологизма есть свои аналоги, среди которых можно выделить такие фразеологические выражения как «получать всё на блюдечке с голубой каёмочкой» и «родиться в сорочке». Для перевода предложения мы используем второй вариант для большей образности и идиоматичности перевода:

*Он, может, и **родился в сорочке**, но однажды он из неё вырастет.*

*It can be done and it won't **break the bank** ... but it will require real urgency from policy-makers, from business leaders and from investors and financiers [7].*

Хоть выражение «to break the bank» и переводится дословно как «огрбить банк», речь идёт только про грабёж со стороны тех, кто продаёт свой товар или услугу по слишком высокой стоимости. Перевести данный фразеологизм средствами фразеологического перевода не представляется возможным, поэтому имеет смысл прибегнуть к методам нефразеологического перевода. В данном случае можно использовать описательный перевод для сохранения идиоматичности и достижения более сжатого и ёмкого перевода. Предложение мы переведём следующим образом:

*Это можно сделать и не **обанкротившись**, но для этого необходимо привлечь силы политиков, экономических лидеров, а также инвесторов и финансистов.*

Далее проанализируем довольно распространённое фразеологическое выражение «to make one's ends meet». Мы можем без проблем перевести данное выражение с помощью фразеологического перевода, так как в русском языке имеется полный фразеологический эквивалент, который звучит как «сводить концы с концами».

*«There are social workers and people in the NHS who just can't **make ends meet**, and certainly can't afford the rents that are being asked for at the moment,» she said [9].*

*Она заявила, что в Национальной службе здравоохранения (НСЗ) работают люди, которые не могут **свести концы с концами**, а потому никак не могут позволить себе платить за аренду столько, сколько с них сейчас требуют.*

Таким образом, для достижения адекватного перевода экономического дискурса переводчику мало хорошо знать только тот язык, с которого он переводит. Ему необходимо владеть языком перевода и иметь достаточные познания не только в сфере экономики и профессиональной лексики, но и в фразеологии.

Список использованных источников

1. Зотова, И.А. Особенности перевода бизнес-идиом в англоязычном экономическом дискурсе / И.А. Зотова, А.В. Гузова // Успехи в химии и химической технологии. Том 32. – 2018. – № 4. – С. 150–152.

2. Ивукина, Е.С. Особенности перевода экономических текстов / Е.С. Ивукина // Иностранные языки и литература в международном образовательном пространстве: материалы пятой международной научно-практич. конф., Екатеринбург, 3 марта 2015 г. / Изд-во УМЦ УПИ. – Екатеринбург, 2015. – С. 219–223.
3. Науменко, Н.П. Особенности перевода фразеологизмов в публицистических текстах экономической тематики / Н.П. Науменко // Репозиторий НАУ [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://er.nau.edu.ua>. – Дата доступа: 25.03.2023.
4. Петушинская, Е.Г. Язык популярного экономического дискурса (на материале англоязычной публицистики): автореф. дис. на соиск. учён. степ. канд. фил. наук: 10.02.04 / Е.Г. Петушинская; Коломенск. гос. пед. инст-т. – Москва, 2008. – 28 с.
5. Щитова, О.Г. Межъязыковая фразеологическая эквивалентность и лакуарность: этнокультурный аспект (на материале русского и китайского языков) / О.Г. Щитова, А.Г. Щитов // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. – 2020. – № 65. – С. 158–179.
6. Farmonova, N.F. The concept of phraseology and the basic types of phraseological units / N.F. Farmonova // Universum. Филология и искусствознание. – 2021. – №6. – С. 55–57.
7. Climate change: Report raises new optimism over industry // BBC [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bbc.com/news/business-46263770>. – Date of access: 25.03.2022.
8. «If you don't need money, what do you do?» // The Times [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.thetimes.co.uk/article/if-you-dont-need-money-what-do-you-do-j3smmnm7>. – Date of access: 25.03.2022.
9. Rent Crisis Leaves Brits Paying for Rooms With Household Work // Bloomberg [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-11-22/uk-rental-market-crisis-lodgers-trade-menial-work-for-housing>. – Date of access: 25.03.2022.
10. Saidova, Z.K. Modern Methods of Translating Phraseological Units / Z.K. Saidova // Eurasian Research Bulletin. – 2022. – № 4. С. 153–158.

УДК 811.111-26

РОЛЬ ФРАНЦУЗСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

С.С. Полешук, Е.Р. Окуленко, 2 курс

Научный руководитель – **Л.А. Изотова**, преподаватель

Полесский государственный университет

Английский язык во многом состоит из слов, пришедших из других языков. Всего 30% слов в нём истинно английских, и 70% - заимствованных. Большинство заимствований имеют латинское и германское происхождение, а около 30% английских слов восходят к французскому языку, через который, помимо этого, в английский язык проникли многие латинские слова.

Целью данной работы является анализ влияния французской культуры на формирование английского языка.

История проникновения французского языка в английский началась в 1066 году после завоевания Англии норманнами во главе с герцогом Нормандии Вильгельмом. Именно тогда языком знати стал французский, а простолудинов – английский. На протяжении трех столетий (XI-XIV) эти два языка конкурировали друг с другом. Французский явно доминировал, привнося в английский все новую и новую лексику. Его распространенность в кругах аристократии обусловила тематику заимствований. Так, например, наибольшее их количество было связано с военным делом, торговлей, наукой, искусством и т. д.

Самыми распространёнными суффиксами, встречающимися в заимствованиях, являются такие, как –ation (population, participation), -tion (instruction, function), -ssion (passion, expression), -able (durable, desirable), -ism (hedonism, capitalism), -ive (productive, fictive).

Большое количество слов с этими суффиксами пришли во французский язык из латыни. Они звучат одинаково во всех европейских языках с некоторыми исключениями, например, instruction — инструкция, hedonism — гедонизм, productive — продуктивный и так далее.

Все слова можно разделить по тематике заимствования. Например, политика и юриспруденция (title (титул), empire (империя); jury (присяжные), judge (судья), court (суд)); военное дело (battle (сражение), army (армия), victory (победа), soldier (солдат)); торговля и кулинария (merchant (торговец), benefit (выгода), profit (прибыль), pork (свинина), to roast (печь)); религия, наука и искусство (prayer (молитва), saint (святой); science (наука), experiment (эксперимент); artist (художник),

paint (краска)); мода и быт (fashion (мода), dress (платье); leisure (досуг), pleasure (удовольствие)) [1, с. 149].

Слова могут отличаться написанием, например, fictive на французском будет fictif, hedonism – hédonisme, однако слово все равно остаётся узнаваемым.

Кроме того, заимствования различаются по степени адаптации. Так, можно выделить полностью ассимилированные заимствования, изменившиеся фонетически, грамматически и семантически (например, французское table, латинское wall, скандинавский глагол take и пр.), и заимствования, ассимилировавшиеся частично, в том числе, не ассимилировавшие графически (tête-à-tête, ciao), не ассимилировавшие фонетически (regime, ballet, cuisine), не ассимилировавшие грамматически могут сохранять некоторые грамматические формы (genius — genii, criterion — criteria) [2, с. 302].

В английском языке насчитывается большое количество не ассимилировавших французских заимствований, например, из области кулинарии, моды и балета, (tête-à-tête [ˈteɪtəˈteɪt] — один на один, тет-а-тет (Tomorrow I'm going to have a dinner tête-à-tête with him); à la mode [ɑː laː ˈmɒd] — модно, по моде (She is always dressed à la mode); comme il faut [kɔm il fo] — надлежащий, комильфо Her manners were elegant and so beautifully comme il faut); déjà vu [ˈdeɪzə ˈvuː] — дежавю, уже виденное (I couldn't get rid of the sense of déjà vu); vis-à-vis (de) [ˌviːzɑːˈviː] — лицом к лицу (с) (He was there vis-à-vis with his enemy); Voilà! [vɔləˈlaː] — вуаля! ('Voilà!' she said showing ten tickets to the game) [3].

Таким образом, в формировании английского языка большую роль сыграла французская культура. Как было сказано, многие французские слова попали в английскую речь вследствие увлечения английской аристократии и буржуазии французскими нравами, обычаями и вкусами и продолжают пополнять словарный запас английского языка по сей день. Сейчас заимствования носят преимущественно книжный характер, а также употребляются при непосредственном общении. Англичане, в свою очередь, подстроили чужую лексику под себя, изменив произношение, тем самым придавая ей национальную изюминку.

Список используемых источников

1. Вахтин, Н.Б. Социоллингвистика и социология языка: учебн. пособие / Н.Б. Вахтин, Е.В. Головкин. – СПб, 2004. – 336 с.
2. Добродомов, И.Г. Лингвистический энциклопедический словарь / под общ. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов энциклопедия, 1990. – 682 с.
3. Гак, В.Г. Французско-русский и русско-французский словарь: пособие для учащихся / под ред. В.Г. Гака. – М.: Просвещение, 1992. – 448 с.

УДК 81:373.235

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МОДЕЛИ ЭТНОХОРОНИМОВ БЕЛАРУСИ КАК ОСНОВА СОЗДАНИЯ «СЛОВАРЯ ЭТНОХОРОНИМОВ БЕЛАРУСИ»

Я.А. Северина, X класс

Научный руководитель – А.А. Кравцова, учитель русского языка и литературы
ГУО «Средняя школа № 3 г. Пинска»

В повседневной жизни мы часто сталкиваемся с тем, что не можем правильно образовывать имена существительные, называющие людей по месту жительства. Мы успешно образуем существительные от названий городов, которые часто слышим по телевидению, например, Москва – москвич, Минск – минчанин, Брест-брестчанин и т.д. Наиболее трудными для образования оказываются слова, обозначающие жителей небольших городов и деревень родной Беларуси. Поэтому возникают вопросы: каким способом образуются подобные существительные? Есть ли закономерности в образовании существительных, обозначающих людей по месту жительства?

Мы, сами носители языка, порой встречаем большие затруднения в образовании и использовании в речи слов данной категории. Речь идёт об этнохоронимах, т.е. названиях местных жителей. Мало того, что в русском языке существует сразу несколько типовых способов образования таких

названий, так ещё и наличествует множество исключений, исторически сложившихся форм, о которых многие никогда даже не слышали.

Цель – определение словообразовательных моделей этнохоронимов как основы создания наименований жителей населенных пунктов Беларуси и их систематизация в словаре.

Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

1) найти в словарях этнохоронимов и других источниках наименования жителей населенных пунктов Республики Беларусь;

2) изучить способы образования имен существительных, обозначающих наименования жителей населенных пунктов;

3) составить словарь наименований по месту жительства и интерактивную карту Республики Беларусь с гиперссылками на населенные пункты.

При образовании названий жителей от наименований населенных пунктов нередко возникают трудности, разрешить которые помогают специальные словари. Нами были изучены 6 словарей, вот некоторые из них: «Словарь названий жителей РСФСР» под редакцией А. М. Бабкина. В него включено около 6000 именованных жителей 2000 населенных пунктов Российской Федерации. Названия жителей приводятся с ударением, стилистическими пометками, иллюстрациями. Но из белорусских городов в данном словаре в Приложении 1 представлены только жители Минска: минчане/минчанин/минчанка и устаревшее – меняне [3, с.315].

«Словарь названий жителей СССР» 1975 года под редакцией А. М. Бабкина и Е. А. Левашова [4]. В нем помещено около 10 000 названий лиц по месту жительства (по названиям городов, сел, рек, озер, островов и т.п. Этнолингвистический словарь-справочник Р. А. Агеевой «Какого мы роду племени?» [1]. В этом словаре-справочнике дана этноисторическая и лингвистическая информация, среди которой представлена статья «Белорусы», где автор пишет: белорусы – белорус – белоруска, самоназвание: белорусы [1, с.68].

Мы остановились на словаре-справочнике Городецкой И.Л., Левашова Е.А. «Русские названия жителей: словарь-справочник» [2]. В данном словаре-справочнике представлено более 14 000 названий жителей России, республик бывшего СССР и зарубежных стран. В нем имеется 115 названий жителей населенных пунктов Республики Беларусь, включая этнохоронимы некоторых городов, поселков городского типа, деревень. Жителям некоторых населенных пунктов дается несколько названий, например:

Береза (Брестская область, Березовский район): берёзовцы/березовец/ж.р. нет [2, с. 47];

Береза (Брестская область, Березовский район): берёзовчане/березовчанин / березовчанка [2, с. 47];

Браслав (Витебская область, Браславский район): браславцы/браславец/ж.р. нет [2, с. 56].

Рассмотрев словообразовательные модели этнохоронимов, мы можем сделать следующие выводы:

1) производящим словом является название населенного пункта;

2) образования с суффиксами -ан- + -ин-, -ян- + -ин- заимствованы, на протяжении последних столетий наблюдалась их замена суффиксом -ец, допускается словообразование с обоими суффиксами;

3) у ряда городов нет названий жителей женского рода (названия не описаны в словарях, отсутствует информация в специализированной литературе, можно использовать описательную форму: жительница Черикова, жительница Гродно и так далее;

4) в названиях городов с дефисами и пробелами (Будо-Кошелёво, Каменная Горка, Давид-Городок) названия жителей пишутся без дефиса и включают либо все слова из названия города.

Во время исследования нас заинтересовали этнохоронимы деревень Пинского района.

Проанализировав собранный материал, мы пришли к выводам:

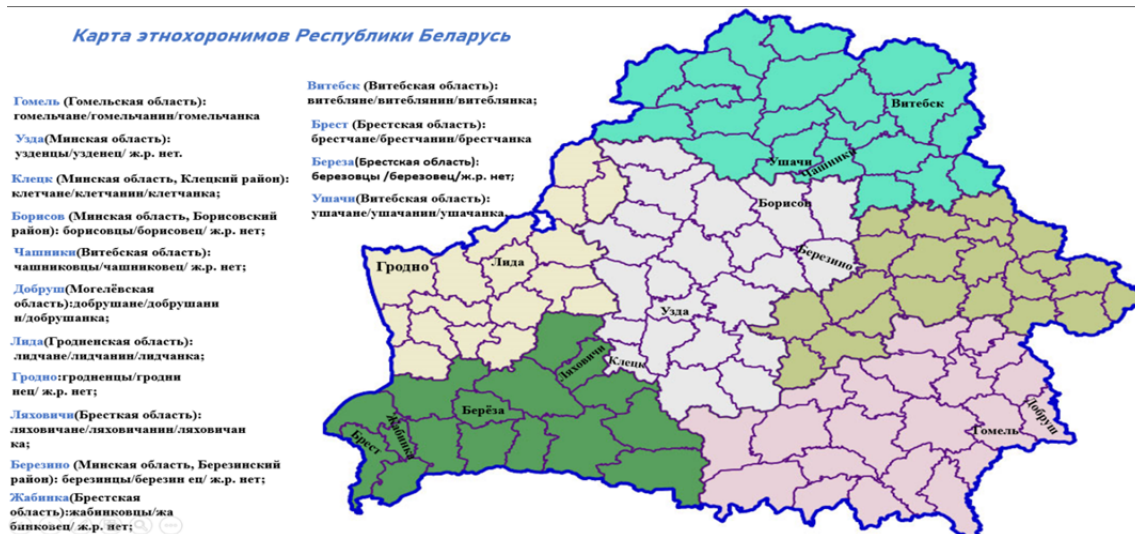
1) для одной группы этнохоронимов мужского рода единственного числа сохраняется словообразовательная модель: производящая основа от названия местности + суффикс –ец-/ или производящая основа от названия местности + суффикс –ец-/ + суффиксы -ан-/-ян- / -ин- / -ов-;

2) для другой группы для образования этнохоронима требуется знать историю возникновения населенного пункта или род занятий жителей.

Таким образом, данная работа дает возможность ознакомиться с особенностями образования этнохоронимов, почерпнуть новую и полезную информацию, развить интерес читателей к истории

и культуре нашей страны и использовать данный материал не только в учебной деятельности, на уроках русского языка, белорусского языка, географии и истории, но и, конечно, в быту.

Интерактивная карта этнохоронимов некоторых населенных пунктов Республики Беларусь



Теоретическая и практическая значимость исследования: информация об образовании существительных, обозначающих жителей, расширит кругозор учащихся; понимание морфологических особенностей данных имён существительных поможет правильно употреблять их в устной и письменной речи, а интерактивная карта и словарь облегчат поиск правильного варианта названия жителя того или иного населенного пункта.

Список использованных источников

1. Агеева Р.А. Какого мы роду-племени? Народы России: имена и судьбы. Словарь-справочник. – М.: «Academia», 2000.
2. Городецкая И. Л., Левашов Е. А. Русские названия жителей: Словарь-справочник. – М.: «Русское слово», 2003.
3. Словарь названий жителей РСФСР. // Под ред. А.М. Бабкина. – М.: «Советская энциклопедия», 1964. – 398 с.
4. Словарь названий жителей СССР. // Под ред. А.М. Бабкина, Е.А. Левашова. –М.: «Русский язык», 1975. – 616 с.

УДК 81'27:177.3

ПРАГМАТИКА ЛЖИ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

К.М. Семак, К.М. Павлова, Т.А. Новогран, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н.**
Полесский государственный университет

«Все лгут» – это высказывание доктора Хауса из популярного сериала «Доктор Хаус» [2] может процитировать любой, даже тот, кто сериал не смотрел. Ложь действительно неотъемлемая составляющая человеческого существования. Это не только социально-психологический компонент жизнедеятельности людей, но и своеобразный коммуникативный код, который всё чаще попадает в центр исследований таких наук, как социология, философия, психология, лингвистика и юриспруденция. Стоит признать, что феномен лжи занимает очень важную роль в нынешнем обществе. Он распространён в политике, экономике, искусстве, иногда даже в науке, в межгрупповых и межличностных отношениях.

Объектом исследования выступает ложь. Цель работы – рассмотреть причины и мотивы использования лжи в коммуникации. Для реализации цели нами определены задачи: 1) найти и изучить понятие лжи, определить составляющие лжи в научных трудах по прагматике; 2) выявить

причины проникновения лжи в речевой акт; 3) определить мотивы использования лжи в коммуникации.

Для начала обозначим, что мы понимаем под определением «ложь». Согласно «Новому словарю русского языка Т.Ф. Ефремова», ложь – намеренное искажение истины; неправда [3].

Лингвист и философ Г.П. Грайс в работе «Логика и речевое общение» [1] утверждает, что основу речевой коммуникации составляет принцип кооперации, предполагающий готовность собеседников действовать в соответствии с принятой целью и направлением разговора. Принцип кооперации – это готовность партнёров к сотрудничеству. Он обуславливает основные правила речевой коммуникации. Учёный определяет их как четыре категории (максимы):

- максима количества (полноты) информации;
- максима качества информации;
- максима отношения (релевантности);
- максима способа выражения (манеры).

К категории качества относится общий постулат «Старайся, чтобы твоё высказывание было истинным», а также более конкретных постулатов: «Не говори того, что считаешь ложным», «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований». Выполнение максимы качества является обязательным и неизменным условием сосуществования всех остальных максим [1].

Ложь может быть спровоцирована неожиданным вопросом или, наоборот, заранее продумана и звучать так искренне и убедительно, что позволяет создать иллюзию совпадения коммуникативных намерений коммуникантов, что в свою очередь дает им возможность продолжать общение в сфере действия принципа кооперации (человек занят чем-то и внезапно получает какой-то важный звонок, и на вопрос «Вам удобно сейчас говорить?» отвечает «Да, конечно.»).

Американский психолог П. Экман детально анализирует составляющие лжи, кроме умолчания и искажения: сообщение правды в виде обмана; полуправда; недосказанность. Его работа «Психология лжи» получила признание в качестве фундаментального исследования. Ложь он трактует «как обман, как действие, которым один человек вводит в заблуждение другого, делая это умышленно, без предварительного уведомления о своих целях и без отчетливо выраженной со стороны жертвы просьбы не раскрывать правды» [6, с.23].

«Люди прибегают ко лжи по множеству причин, и перечислить их все вряд ли реально, однако можно выделить несколько типичных мотивов», считает П. Экман. Он перечисляет девять мотивов, приводящих к тому, что человек лжет; самые частые из них – желание избежать наказания и стремление получить награду, которую нельзя получить другим способом (пример – заявить на собеседовании о наличии опыта некоей работы, хотя его нет, чтобы повысить шансы получить должность). Среди других причин лжи, которые упоминает учёный, – необходимость обезопасить себя (пример – находящийся один дома ребенок говорит незнакомцу, что его отец сейчас спит); стремление завоевать восхищение окружающих; желание выйти из неловкой социальной ситуации (человек может солгать, что занят, чтобы завершить неприятный телефонный звонок); попытка сохранить конфиденциальность и не раскрывать свои планы; стремление обеспечить себе власть над другими, ограничивая им доступ к информации, которой располагает тот, кто лжёт [6, с.331–332].

Российский эксперт по вопросам лояльности и идеологии бизнеса К.В. Харский в своей книге «Мрак. Мир, построенный на лжи» [5] даёт классификацию лжи и обмана, которой придерживаемся в нашей работе:

- Заблуждение.
- Умолчание.
- Искажение. Человек тем или иным способом искажает информацию. При этом она происходит осмысленно, преднамеренно.
- Демонстративная ложь. Если человек искажает правду, делает это сознательно и при этом знает, что может быть разоблачён прямо сейчас, не сходя с этого места, – это демонстративная ложь.
- Демагогия. За ней часто стоит большая ложь. Обычно используется, чтобы скрыть что-то от открытого обсуждения за общественными интересами, высокими мотивами. Демагог призывает

в свидетели разнообразные, часто вымышленные авторитеты, приводит данные, которые нельзя тут же проверить.

- Коварство и предательство.
- Необходимая ложь.
- Самообман. Иногда человек искренне верит во что-то, он искренне обманывается. Такой самообман может возникнуть в результате обучения, человек может ошибиться в трактовке информации [5].

Исходя из изученных материалов, мы определили следующие причины проникновения лжи в речевой акт: недостаточность информации или сведений, желание оставить информацию в секрете, необходимость ввиду обстоятельств, корыстные мотивы, а также самообман.

Часто «повседневная» ложь – такая как, вежливо сказать маме, что новая одежда всем очень понравилась в школе, – не вызывает беспокойства или сожаления, никто не считает такую ложь серьёзной, не планирует её заранее и не беспокоится, что кто-то об этом узнает. Нечестное поведение считается предосудительным и нежелательным, но в определённых обстоятельствах ложь признаётся приемлемой и даже необходимой – например, «белая ложь» врача, утешающего пациента.

«Лжец, убедивший себя в собственной искренности, сам начинает верить в нее, и распознать ложь уже невозможно: разоблачить можно только того, кто лжет и при этом знает, что лжет» [5, с.139]. Ни у кого не вырастает нос, как у Пиноккио. Нет никакого знака, который присутствует, когда кто-то говорит неправду, и отсутствует, если человек правдив.

Изученные материалы позволяют нам выделить наиболее частые мотивы обмана: желание получить выгоду или превосходство над обманутым, мера защиты себя или кого-либо другого, желание избежать наказания или возникновения неловкой ситуации.

Люди воспринимают ложь как такой феномен межличностного, межгруппового и межнационального общения, на который нельзя закрывать глаза, но с которым практически невозможно бороться, её нужно принимать как данность [4].

Таким образом, ложь – неотъемлемая составляющая нашей коммуникации и её функционирование в речи каждого человека отрицать невозможно. Понимание причин и мотивов, по крайней мере собственной лжи, может помочь сократить частоту её использования, что несомненно сделает процесс общения для всех коммуникантов успешнее.

Список использованных источников

1. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 217–237.
2. Доктор Хаус [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/series/178710/>. – Дата доступа: 15.03.2023.
3. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный : в 2 т. / Т. Ф. Ефремова. – М. : Рус. Яз., 2000. – Т. 1: А–О. – 1209 с.
4. Знаков, В. В. Неправда, ложь и обман как проблемы психологии понимания / В. В. Знаков // Вопросы психологии. – 1993. – № 2. – С. 9–16.
5. Харский, К. В. Мрак. Мир, построенный на лжи / К. В. Харский; ред. А. Черникова. – М. : ЛитРес : Самиздат, 2021. – 334 с.
6. Экман, П. Психология лжи. Обмани меня, если сможешь / П. Экман. – СПб. : Питер, 2021. – 384 с.

УДК 81'276.3:316.772.5

ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИКИ В МОЛОДЁЖНЫХ ПЕРЕПИСКАХ СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА ПОЛЕССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

А.Н. Смирская, 1 курс

Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н.**

Полесский государственный университет

Современный мир не стоит на месте, вместе с ним динамично развивается и язык. Все события, которые происходят в жизни общества, находят своё отражение в речи, привнося новые выраже-

ния и фразы в словарный запас носителей. На наш взгляд, язык и речь – две стороны одного и того же явления.

На современном этапе язык рассматривается как мощнейшее орудие регулирования взаимоотношений людей в различных сферах. Являясь главным средством общения, язык даёт информацию о его носителях, культуре страны и её истории, а также отражает все изменения в обществе. В этом смысле, язык молодёжи наиболее полно отражает высокий темп жизни. Уже в средние века молодёжь создавала постоянно меняющиеся слова и фразы, дабы подчеркнуть свою принадлежность к подобным себе, и обособиться в отдельную группу. Характерной чертой молодёжного языка является использование стилистически нейтральной и сниженной лексики, большого числа сокращений и аббревиатур, поскольку они направлены на экономию языковых средств.

Проблема сленга среди современных подростков и молодёжи является актуальной в лингвистике. В центре нашего материала стоят особенности употребления сленга студентами как неотъемлемой части их повседневной письменной речи. В связи с этим, **объектом исследования** выступает сленг в молодёжной среде студентов первого курса Полесского государственного университета. **Цель исследования:** рассмотреть сленг в молодёжной среде как социальное явление. Для реализации цели нами определены следующие **задачи:** 1) изучить причины проникновения сленга в лексику студенческой молодёжи; 2) найти и изучить словари молодёжного сленга; 3) провести наблюдение за письменной речью студентов; 4) выделить тематические группы молодёжного (студенческого) сленга.

В лингвистике молодёжный язык часто ассоциируется с термином «сленг». Сленг, являясь частью языка и речи, воссоздаёт лингвокультурные особенности социума, который его употребляет. Лексикон сленга – система очень динамичная, не отстающая ни на шаг от жизни общества, непрерывно обрастающая новыми сленговыми единицами, новыми коннотациями уже существующих слов. Современный толковый словарь русского языка определяет сленг как «1. Речь социальной или профессиональной обособленной группы; жаргон. 2. Элементы речи, совпадающие с нормами литературного языка (обычно экспрессивно окрашенные)» [1, с. 755]. Одним из первых, кто сделал попытку в толковании этимологии слова «slang», был английский учёный Дж. Хоттенем. Он утверждал, что это слово происходит от цыганского «slang», что означает «тайный язык», или даже «воровской язык» [6, с. 5]. Это одна из самых близких трактовок данного термина. Часто встречается мнение о том, что сленг – это слова-однодневки, которые живут ровно столько, сколько существует на них мода. С другой стороны, сленг является показателем жизни, обновления, развития языка. Так, американский лингвист С. И. Хаякава отмечает сленг как «поэзию повседневной жизни» [2, с. 12], а его коллега Ф. Дж. Уилстэк понимает сленг как «выражение концентрированной жизненной силы (vitality) языка» [2, с. 12].

Интернет-сленг не богат лексическими единицами, часто употребляются наиболее популярные для лексики молодёжи слова. Вся интернет-лексика, присущая общению в сети, достаточно однообразна. Нельзя не отметить факт обеднения языка за счёт популярного общения в сетях, а затем сохранения и закрепления в лексике данных слов (сленг, жаргонизмы, сокращения). На сегодняшний день студенческий сленг может быть введён как самостоятельная дисциплина на филологических факультетах. Охватывая большое количество лингвистических словообразований, сленг современной молодёжи поражает распространённостью и популярностью в различных сферах повседневной жизни. Хоть этот феномен и имеет название – «молодёжный» сленг, его нельзя разграничить ни по возрасту, ни по социальной среде применения, его использует большинство категорий людей на планете. Как правило, носителями молодёжного сленга являются подростки и молодёжь (11-25 лет). Согласно проведённому нами опросу среди студентов первого курса Полесского государственного университета, в социальных сетях примерами тех, кто задаёт тенденции сленговой лексике студентов, являются блогеры и влогеры (видеоблогеры), популярные аккаунты Инстаграм, Твиттер, TikTok и т.д. Источниками являются также «вирусные видео», цитаты из которых в секунду разбирают и используют в качестве сленговой лексики.

На обогащение сленга влияет невероятно быстрое развитие информационных технологий, что приводит к множеству англоязычных заимствований. Этот процесс настолько быстр, что словари не успевают фиксировать все новые сленговые единицы. Употребление иногда происходит неосознанно (на поводу у языковой моды). Поэтому использование «более продвинутой» лексики выстраивает барьер между поколениями. Среди русскоязычных сленговых словарей мы можем

назвать онлайн-словари: «Словарь молодёжного сленга онлайн», «Словарь молодёжного сленга» А. Бурцевой и другие.

Проанализировав сленг в наших личных переписках и переписках одноклассников, которыми они поделились для исследования, отметим, что подростки искажают слова в интернет-общении. Это, например, использование слов «сибки» и «спс» вместо «спасибо», слов «пазвуста» и «пажэ» вместо «пожалуйста». Присутствуют и такие сокращения как: «Я тя лю», «Я тебя лавки» вместо «Я тебя люблю». Данные выражения напоминают детский лепет, когда малыши ещё не произносят слова целиком или специально опускают часть слова.

В связи с быстрым ростом темпа общения, в Интернете есть потребность передачи максимального количества информации в единицу времени, что сильнее выражается в использовании огромного количества аббревиатур, сокращений и звукоподражательных слов: «норм» – нормально, «оч» – очень, «чд» – что делаешь, «нзчт» – не за что, «сис» – сестра, «хз» – не знаю, «поч» – почему, «зач» – зачем и др.; также происходит заимствование слов с английского языка: «байтить» – провоцировать, «скамить» – разыгрывать кого-либо, «юзать» – использовать, «задонатить» – пожертвовать, «криповый» – ужасный, пугающий, «пранк» – розыгрыш, шутка, «хейт» – ненависть и др.

Приветствие и прощание в молодёжном сленге		Чувства, поведение, настроение	Характеристики человека	Виды деятельности и времяпрепровождения
Здорова! Хай! Хаюшки Пис! Ёу! Ку! Кого я вижу! Здоровеньки булы! Здорово, братуха! Всем здрас- ти! Здорово, чел!	Пока, чувак. Покеда. Давай, бра- тан. Дуй, давай. Шуруй. Ну, поскакал. Топай. Гуд бай! Чао-какао! Покедушки. Поки – чмоки в обе щеки. Будут деньги – заходи, а не будут – по- звони!	ржач/лол/угар (сло- ва, выражающие смех); стебать/троллить (высмеивать чело- века); стрёмный (по отношению к чело- веку - некрасивый, пугающий; депрес- сник/депрессуха (депрессия); кайф/кайфовый (выражение эйфо- рии, симпатии); в лом (неохо- та/неприятно/лень); улёт (когда что-то нравится).	ботан (умный чело- век, отдающий все свое время учебе); хейтер (человек, которому вы нена- висны); старпер (старый человек); доска (очень худая девушка); бомжара (у молоде- жи - человек, у ко- торого на данный момент или перио- дически нет или не хватает денег);	пост/перепост/запостить (опубликовать что-то на веб- странице/сайте); френд/зафрендить (добавить в друзья); блочить (заблокировать доступ к вашей интернет- стра- нице); туса (вечеринка/встреча с други- ми людьми); фанфик (собственный рассказ с использованием персонажей из каких-либо книг/фильмов); госы (государственные экзаме- ны); препод (преподаватель); училка (учительница); зачетка (зачетная книжка); скипнуть/скипать (про- пустить, уехать).

Таким образом, сленг является исторически сформированным нестандартным разговорным, подвижным и экспрессивно окрашенным пластом лексики, который часто носит шутливо-грубоватый оттенок.

Состав словаря каждого живого языка постоянно движется и развивается, непрерывно пополняется новой лексикой. В настоящее время есть словари молодёжного сленга, которые регулярно обновляются, в связи с новыми трендами и сменой поколений. В моей группе студенты довольно часто используют молодёжный сленг в своей речи, а всё потому, что некоторым из них так легче общаться, некоторым помогает лучше и точнее выразить свои мысли или же вовсе такие слова делают их речь понятнее для друзей. Исследуя причины использования сленга в речи студентов, мы провели опрос. Ответы были следующими: «Я считаю, что это модно и современно», «Мне все равно, как я говорю», «Все так говорят», «Мне это помогает самоутвердиться». В таблице нами приведены такие тематические группы сленга как «Приветствие и прощание в молодёжном сленге», «Чувства, поведение, настроение», «Характеристики человека», «Виды деятельности и времяпрепровождения».

Язык постоянно развивается и не может оставаться статичным, потому что новые идеи, предметы и события требуют новых слов для своего описания. Кроме того, молодёжи необходимо новые выражения для старых вещей. Так язык развивается и обогащается появлением новых слов.

Список использованных источников

1. Лексико-семантические особенности современного молодежного сленга в социальных сетях (на примере английского и русского языков) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/languages/00811737_0.html#text. – Дата доступа: 22.03.2023.
2. Розенталь, Д. Э. Современный русский / Д. Э. Розенталь, И. Б. Голуб, М. А. Теленкова. – М. : Айрис-пресс, 2010. – 448 с.
3. Смирницкий, А. И. Лексикология современного английского языка / А. И. Смирницкий. – М. : Редакционно-издательский совет филологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, 1998. – 255 с.
4. «Словарь молодежного сленга» Анны Бурцевой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/776484-anna-burceva/228877-slovar-molodezhnogo-slenga>. – Дата доступа: 22.03.2023.
5. «Словарь молодежного сленга онлайн» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.onlineslovari.ru/dic-young.html>. – Дата доступа: 22.03.2023.
6. Современный толковый словарь русского языка / [гл. ред. С. А. Кузнецов]. – М. : Рипол-Норинт, 2008. – 959 с.
7. Hotten, J. C. The slang dictionary / J. C. Hotten. – London : New York Public Library, 1865. – 353 p.

УДК 811.581

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГЛАГОЛОВ «ОБЩАТЬСЯ»/ «TO COMMUNICATE» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

А. Самирская, 1 курс

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.фил.н., доцент
Полесский государственный университет

Глаголы «общаться» и «to communicate» – это глаголы положительного эмоционально-оценочного отношения. Они могут быть отнесены к лексико-семантической группе глаголов межличностных отношений. Эта группа обозначает ситуации, в которых проявляются отношения между людьми в повседневной жизни. Межличностные отношения – неотъемлемая часть человеческого бытия. «Общение» обозначает «взаимная коммуникация, связь между кем-нибудь, обращающаяся на какой-нибудь почве».

Несомненно, что термин «общаться» присущ как русскоязычной, так и англоязычной культурам. Разумеется, что носители англоязычной культуры тоже общаются, то есть имеется определенное значение, однако при этом в английском языке на месте русского активного глагола «общаться», вероятнее всего, находится «условный пробел» [1, с. 12].

Цель данного исследования – осуществить сравнительно-типологический анализ семантических значений глаголов «общаться» и «to communicate» в русском и английском языках.

Объект анализа – языковое понимание носителей русского и английского языков. **Предмет** – контексты употребления глаголов «общаться» и «to communicate».

Мы изучили лексикографические источники, чтобы узнать, каким образом трактуются глаголы «общаться»/ «to communicate» в русском и английском языках. Мы пришли к выводу, что в русских словарных статьях акцентируется внимание на таких элементах общения, как «связь», «взаимодействие», «передача» [2], в английских словарных статьях – указывается на неформальность таких отношений, доверие [3, 4]. Примечательно, что в английском языке в толковых словарях определяется понятие «общение» и от обратного – это обмен мнениями людей, неподдельно заинтересованных в точке зрения друг друга [5]. Более того, в англоязычной картине мира «communicator» – это еще и союзник. В современном русском языке – «собеседник», так как значение «сторонник, единомышленник» идет в слове с пометкой «книжное» [2].

При анализе литературы, посвященной исследованию понятия «общение», мы отмечаем разницу в семантической наполненности составляющих данного понятия. Именно это делает оправданным более подробное изучение глаголов «общаться» / «to communicate» как элементов значений «общение» в двух языках.

Анализируя способ проявления общения как процесса с помощью слов, входящих в непосредственный контекст употребления исследуемых глаголов, определенную сложность составила классификация полученных данных. Руководствуясь семантикой слов, которые в контексте были непосредственно связаны с глаголами «общаться» и «to communicate», мы выделили следующие

группы для характеристики общения как процесса. Во-первых, контекст употребления глаголов в большинстве случаев характеризовал внутреннее отношение субъекта к общению как к процессу: (не) хотеть общаться, нужно/надо общаться, нельзя общаться, *would like to communicate, want to communicate, need to communicate*. [6] Стоит отметить, что «хотеть общаться» и, соответственно, ее англоязычный эквивалент «*want to communicate*» оказались самыми частотными по результатам анализа нашей подборки. Во-вторых, контекст указывал также и на протяженность общения как процесса во времени – будущем, прошлом, настоящем: буду/будем общаться, перестать общаться, *to be going to communicate, continue to communicate*. [5] В-третьих, «общение» в русскоязычных и англоязычных контекстах было представлено как двусторонний процесс: этот вывод мы можем сделать, анализируя такие контексты, как «предложить общение», *agree to communicate, ask to communicate*. Итак, это – три характеристики общения как процесса, которые могут быть применены в равной степени и к русскоязычным, и англоязычным контекстам.

Что касается различий, то их можно выделить несколько. В русскоязычных контекстах довольно частотными были такие варианты, как «*уметь общаться, не уметь общаться, научиться общаться*». Мы определили их в группу контекстов, характеризующих общение как умение, требующее приложения сил. Из этого может быть сделан вывод о том, что в понимании русскоязычных говорящих общаться – это непростое умение, которым владеет каждый, нужно иметь определенные качества для того, чтобы общаться.

Таким образом, данные контексты подчеркивают значимость необходимых навыков, которые делают человека хорошим собеседником. Русский глагол «общаться» может быть охарактеризован следующим образом. «Общение» – межличностное взаимодействие людей при обмене информации познавательного или аффективно-оценочного характера». Английскому глаголу «*to communicate*» можно дать следующую характеристику. «*To communicate*» – это бытийный объектно-субъектный глагол, который находится далеко на периферии. «Общаться» – это состояние. Нам ежедневно требуется общение с кем-либо. Это связано с потребностью делиться своими знаниями, эмоциями, мыслями, любой информацией. Зачастую общение приносит много удовольствия. Конечно же, так бывает не всегда. Но даже если разговор с кем-либо расстраивает, это тоже важно. Коммуникация помогает развиваться, познавать мир и даже решать некоторые проблемы.

Итак, проведя сравнительно-семантический анализ, мы можем сделать вывод о том, что глаголы «общаться» и «*to communicate*» различаются по нескольким признакам. Главное различие состоит в том, что русскому глаголу присуще свойство протяженности во времени, в то время как английский глагол относится к бытийным. Характеризуя данные различия, мы должны отметить, что они являются немотивированными, т.е. их нельзя объяснить отсутствием явления как такового в англоязычной культуре.

Мы полагаем, что русский глагол «общаться» является относительной термином в английском языке: выражение «*to communicate*» является ближайшим, но не равноценным семантическим эквивалентом. На выявление различий и было направлено данное исследование. Русский глагол «общаться» является своеобразным фиксатором того, что важно для русскоязычной культуры – важен сам процесс общения, так как существует глагол, близкий к центральной части глагола как части речи.

Список использованных источников

1. Бухарова Т. Г. Сопоставительный анализ глагольной синонимии английского и русского языков: на материале глаголов говорения : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.00.00. – Одесса, 1979. – 22 с
2. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. – М. : Сов. Энцикл. ; ОГИЗ ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940.
3. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british>. – Дата доступа: 28.03.2023.
4. Collins Dictionary [Electronic Resource] / Definition. – Mode of access: <https://www.collinsdictionary.com>. – Date of access: 28.03.2023.
5. Macmillan Dictionary [Electronic Resource] / Definition. – Mode of access: <https://www.macmillandictionary.com>. – Date of access: 28.03.2023.
6. Oxford Dictionary [Electronic Resource] / Definition. – Mode of access: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>. – Date of access: 28.03.2023.

Е.А. Смирнова, А.А. Деканчук, 3 курс
Научный руководитель – Н.Н. Базар, к.ф.н.
Полесский государственный университет

В русском и английских языках существует большое количество слов, которые мы используем для приветствия. Каждый народ в процессе своего развития закладывает в слова определенный смысл, связанный с образом и укладом жизни, традициями, верованиями и обычаями. Все эти особенности нашли отражения в языке, в том числе в словах приветствия. Чтобы увидеть отличия и сходства слов-приветствий в русском и английском языках, мы проанализировали их этимологию.

Цель работы: изучить этимологию слов-приветствий в русском и английском языках. Задачи: 1) найти слова-приветствия в русском и английском языках и исследовать их этимологию; 2) определить способы образования слов-приветствий в русском и в английском языках.

Этимология слова «здравствуй». Здравствуй – сокращение формы 1 лица ед. ч. здравствую, то есть «приветствую тебя». Слово здравствую, сказанное при встрече, означало «приветствую, желаю здравия». По другой версии, это повелительное наклонение от здравствовать – «быть здоровым». Буквально это «будь(те)здоровы». Здоровье – исконно русская форма, здравие – это старославянизм. Отсюда «здравия желаю».

Этимология слов «привет» и «приветствую». Вместе со словом «здравствуйте» начало обживаться слово «привет» и речевые формулы с ним. Образовано от общеславянского *privĕtiti (приветствовать), *vĕtiti (говорить), от этого же корня пошли завет, совет, вече и вития (оратор). Со временем «привет» стало ещё и междометием, которое мы говорим при встрече. В этом втором значении оно начало использоваться в русской литературе уже в первой половине XIX в. Приставка «при» показывает идею приближения [3].

Приветствие «Добрый день». В качестве второго универсального, официального приветствия утвердилось «добрый день». Оно не так активно употреблялось в XIX в., зато прочно закрепилось в XX. Здесь под словом «день» подразумеваются целые сутки, а не только их светлая часть. К тому же у нас нет чёткого понимания, когда заканчивается день, начинается вечер, да и границы утреннего времени суток у людей довольно размытые. Формально считается, что день длится с 12:00 до 18:00, утро – до 12:00, а вечер после 18:00 [1].

Этимология слова «Hi» (русс. привет). «Hi» сегодня используется для неформального приветствия между друзьями, хорошими знакомыми или родными.

Впервые в качестве приветствия его стали использовать в Америке. Как раз после Гражданской войны, когда очень остро встал вопрос о самоидентификации американского английского и его отмежевании от британского. Лингвисты предполагают, что «hi» – это видоизменённые среднеанглийские восклицания «hu», «heu» или «heу», которые использовались для привлечения внимания и выражения эмоций в Англии.

Этимология слова «Hello» (русс. здравствуйте, привет (более формально)). «Hello» – это самое популярное приветствие в английском языке. Однако, истинную популярность оно получило после изобретения телефона в 1876 году. Правда, изначально Александр Грэхем Белл – именно он создал телефон – предлагал, чтобы для начала разговора использовали слово «Ahoу», но «Hello» победило. И уже в 1920-х, оно стало настолько обычным, что превратилось в приветствие не только по телефону, но и в реальной жизни [2].

Выражение «Good day» (русс. добрый день) в начале двенадцатого века имело форму «fortunate day», но чаще употреблялось «good fortune». Good + day как приветствие произошло от прощания «have godne day», «have good day». «Day» и его эквиваленты в германских языках произошли от германского «dagaz». Скорее всего, он происходит от индоевропейской основы «dhegh-», которая положила начало санскритскому «dah»- «гореть» и «nidagha» – «жара, лето». Этимологическое значение лексемы «day» – время, когда солнце горячее [4].

Приветствие «Good evening» (русс. добрый вечер). появилось в середине четырнадцатого века. Лексема evening (вечер) образовалось из основы «-even». Эта основа имеет индоевропейское основание, главное значение которой «опоздание» схоже с другими основами, такими как сан-

скритское *apara* – «later, western» (поздний, западный), греческое «opse»-«latter» (поздний). Выражение «Latter part of the day» (поздняя часть дня) возникло в германских языках, где оно представлено в немецком как «abend», и так же, возможно, в шведском «afton» Древнеанглийское слово было «aefon», которое легло в основу глагола «aefnian» («become evening») наступает вечер). Так, появилось англоязычное слово «evening».

Выражение «Good morning» (русск. доброе утро) употребляется с четырнадцатого века. Оно произошло от good + morning. До этого употреблялось выражение «good more», производное от «morrow» (уст. «утро»). Поскольку выражения приветствия «Good morning», «Good afternoon», «Good evening» также ограничены временем, то рассмотрим их время употребления. Выражение «Good morning» употребляется примерно до 12 часов дня, а после полудня считается неуместной формой выражения приветствия, после этого времени принято говорить «Good afternoon». Выражение «Good afternoon» может употребляться днем, до 17-18 часов вечера, а после употребляется «Good evening» [5].

Таким образом, несмотря на то, что русский и английский языки относятся к разным группам и ветвям языков: английский язык – язык англо-фризской подгруппы западной группы германской ветви индоевропейской языковой семьи, русский язык – язык восточнославянской подгруппы славянской группы индоевропейской языковой семьи, – выделяются определенные сходства в этимологии вышеперечисленных слов приветствия. Основными способами образования слов, как в русском, так и в английском языках, является приставочный, суффиксальный, а также слияние двух слов в одно, с сохранением корня, в котором заложен основной смысл слова.

Список использованных источников

1. Откуда произошло «здравствуйте». История наших приветствий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lgram.ru/otkuda-proizoshlo-zdravstvujte-istoriya-nashih-privetstvij/#otkuda-proizoshlo-zdravstvujte> – Дата доступа: 29.03.2023.
2. Почему мы говорим hello и hi: история английских приветствий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/englishdom/blog/529116/> – Дата доступа: 29.03.2023.
3. Этимология слова привет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://proza.ru/2021/10/25/749/> – Дата доступа: 29.03.2023.
4. Языковые средства выражения этикетных форм приветствия в английском диалоге. [Электронный ресурс]. Режим доступа: tverlingua.ru – Дата доступа: 29.03.2023.
5. Online etymology dictionary. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.etymonline.com/> – Дата доступа: 29.03.2023.

УДК 174.4

BUSINESS ETIQUETTE AND ITS COMMUNICATIVE FEATURES

К. Тіпун, Т. Копалешвілі, Lyceum, 10th form
Scientific supervisor – **М.В. Татареви́ч**, university teacher
Polesky State University

Business meeting is the most common form of international business communication and it is a convenient business platform for successful people. It is a place for making profitable deals, discussing cooperation prospects, exchanging of innovative solutions, ideas and experience. The world of business has unwritten rules, business etiquette or business courtesy. Partners and customers, of course, do not specify them in the contracts, but expect a demonstration of tact from those who work with them. Business etiquette is the principles and rules of conduct in the business world in frequent recurring situations. A polite person always enjoys great respect. He has dignity, intelligence, calm, education. In any problem, it is easier to support a person, addressing him with tact and respect.

Why should we follow the etiquette of the business communication?

1. Mastering of etiquette will certainly help to succeed in business. And neglecting it may ruin your career
2. Learning something new is never too late. Any skill is always useful in business
3. Following the rules of business etiquette, you will set an example to other interlocutors. You will be respected, you will be noticed [4].

The following rules should be followed at a business meeting:

1. Greeting

Business etiquette has nuances that are important to know. For instance, first to greet is the person below the rank, an older female accountant should be the first to greet the young male chief. It would seem that everything is simple and logical, but etiquette is a delicate and sometimes difficult matter. If a young boss greets a respectable lady first, showing that he respects her as an experienced professional, would that be a mistake and a violation of the rules? Not in any way!

If you sit down, if possible stand up at the greeting. Doing it, be guided by common sense. If suddenly you can't stand up (for example, because of cramp and inconvenience), greet other people sitting, but apologize: «*Sorry I can't stand up, there is a bit crowded here*». In addition, elderly people or people with disabilities may not stand up. You should say «*Hello!*» or «*Good morning!*». In the business sphere the usual «*Hi!*» is unacceptable. We can add such expressions as «*Very glad to see you!*» and «*Welcome!*» - They set a positive overall tone for the meeting [1].

2. Handshaking

Historically, handshakes are considered a symbol of openness. The outstretched palm indicates that there is no weapon in the hand, and therefore no latent hostility or danger to the interlocutor. In our time, handshake plays an important role in establishing a relationship. Even if a person is unpleasant for you, respond with a handshake on the outstretched hand. Not giving a hand is a serious insult.

3. Submission

If you are surrounded by strangers, do not be shy, boldly introduce yourself, do not wait to be introduced. In cases where you are visiting a work or personal institution before you start a business conversation, you must introduce yourself.

4. How to finish the meeting?

When you leave a stranger, you don't have to personally say goodbye to everyone. And if you leave a crowded reception before the rest of the guests, say goodbye only to the hosts of the meeting. Otherwise, your departure could be a signal for other participants to go home. The farewell should be short, for example, the exchange of handshakes, as in a meeting. Finish the conversation politely, with the help of universal phrases, for example: «*It was nice to see you*», «*Thank you for your time*» [2].

5. Listening Skills

The key to the art of communication is listening. When your interlocutor speaks, you should give the impression of an interested, open and attentive listener. Show that every word is important, confirming it with any gesture: you can periodically nod your head, maintain visual contact, smile in appropriate cases, from time to time pronounce: «*I understand*», «*What can I do for you?*» [1]. Working on your ability to be an active listener, you will gradually become a good interlocutor.

6. Mobile etiquette

It is necessary to call on the mobile phone on business issues during working hours, on weekdays there are considered a time period from 9:00 to 21:00. Mobile phone at work can be used only to solve business issues - do not devote everyone to your personal affairs. It is also undesirable to talk on the phone in public transport, in a restaurant and in other places where strangers will be forced to witness your personal conversations. If you've been called and there are other people in your area, step out of the room and talk.

7. Dress code

Dress code of business clothing - these are standards and requirements for the appearance of employees of the company. According to employers, such a set of rules helps to work more productively, without being distracted by individuality and gender differences, contribute to maintaining a gender-sensitive style. General requirements for the appearance of office workers:

- Concise and strict clothing with quiet shades
- Classic, restrained shoes, accessories and decorations
- Neat hairstyle, discreet makeup

In business communication it is recommended to show such qualities as:

- Modesty. Modesty has always decorated a person. Such a person never focuses on himself. Does not require special treatment. He does not want to show his best qualities, excellence
- Correctness. This is the expression of neutral, restrained politeness
- Nobility. Do noble deeds without seeking any form of profit

- Accuracy. Talk about the essence of what is being discussed. Appreciate the time of others. After all, not for nothing people say that time is money.

Undesirable qualities of business communication etiquette include:

- Vocal habits
- Too much gesture
- Sloppy appearance, wrinkled clothing
- Rudeness. Ill will towards others
- Outsmarting
- Restraint. Inability to hide your irritation, discontent

Remember the «golden» rule of business communication etiquette: «Treat others as you want to be treated».

References

1. Ключевые фразы для повседневного делового общения на английском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ienglish.ru/blog/business-angliiskiy-po-skype/bisness-angliiskiy-dlia-nachinauschikh/kluchevye-phrazi-dlia-povsednvnogo-delovogo-obschenia-na-angliiskom>. – Дата доступа: 01.04.2023.

2. 77 выражений для делового общения на английском [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lifehacker.ru/77-vyrazhenij-dlya-delovogo-obshheniya-na-angliiskom>. – Дата доступа: 03.04.2023.

3. Деловой этикет: почему сейчас модно быть вежливым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.likeni.ru/analytics/delovoy-etiket-pochemu-seychas-modno-byt-vezhlyvym>. – Дата доступа: 30.02.2023.

4. Правила деловой вежливости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uprav.ru/blog/pravila-delovoy-vezhlivosti>. – Дата доступа: 01.04.2023.

5. Этикет бизнес общения: основные правила [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://activesales.by/blog/etiket-biznes-obshheniya-osnovnye-pravila>. – Дата доступа: 03.04.2023.

УДК 811.11-112

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НЕМЕЦКИХ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК О ЖИВОТНЫХ

Ю.С. Фурса, А.А. Браим, 1 курс

Научный руководитель – Е.А. Селиванова, м. пед. н., преподаватель

Полесский государственный университет

Каждая страна богата пословицами и поговорками, они составляют важную часть национального культурного наследия. Немецкий язык также имеет множество пословиц и поговорок, применяемых в повседневной жизни.

Пословица – это краткое народное изречение с назидательным содержанием, народный афоризм [1, стр 527].

Поговорка – это краткое устойчивое выражение, преимущественно образное, не составляющее в отличие от пословицы, законченное высказывание [1, стр 495].

Использование пословиц в речи говорящего делает её более выразительной, красноречивой, понятной для окружающих. Пословицы в отличие от поговорок очень просто перефразировать.

Немецкие и русские поговорки и пословицы похожи по смыслу, однако построены на разных мотивах, поэтому передаются на совершенно разных языках. Но не все поговорки и пословицы, которые присутствуют в нашей жизни, точно соответствуют таким же пословицам и поговоркам в языках других стран. Это основывается на том, что каждая страна прошла свой индивидуальный путь развития. Пословицы и поговорки отображают старинную народную мудрость. Чаще всего они запоминаются с легкостью.

Целью данной работы является исследование немецких пословиц и поговорок о животных и анализ особенностей перевода данных пословиц и поговорок на русский язык.

Объект исследования: 30 пословиц и поговорок. Они были отобраны из двух источников: [4], [5]. Перевод был взят из русско-немецкого словаря пословиц и поговорок [3].

Поговорки и пословицы о животных отражают многовековые наблюдения людей за действиями животных и их внешним видом. Рассмотрим немецкие поговорки и пословицы, как с дословным переводом, так и русскую интерпретацию выражений:

- *Wenn man den Wolf nennt, kommt er gerennt.* Дословный перевод: про волка речь, а он навстречь. Русский эквивалент: легок на помине.
- *Bär bleibt Bär, fährt man ihn auch über das Meer.* Дословный перевод: медведь останется медведем, даже если его за море отвезти. Русский эквивалент: горбатого могила исправит.
- *Bei Nacht sind alle Katzen grau.* Дословный перевод: ночью все кошки серые. Русский эквивалент: ночью все кошки серы.
- *Bei Wölfen und Eulen lernt man das Heulen.* Дословный перевод: у волков и сов (люди) учатся выть (ухать). Русский эквивалент: с волками жить – по-волчьи выть.
- *Not lehrt den Bären tanzen und Affen geigen.* Дословный перевод: нужда из медведя танцора, а из обезьяны скрипача делает. Русский эквивалент: нужда научит кузнеца сапоги тачать.
- *Da liegt der Hund begraben!* Дословный перевод: вот где собака зарыта! Русский эквивалент: так вот где собака зарыта!
- *Das Ei will klüger sein als die Henne.* Дословный перевод: яйцо хочет быть умнее наседки (курицы). Русский эквивалент: яйца курицу не учат.
- *Den toten Löwen kann jeder Hase an Barte zupfen.* Дословный перевод: мёртвого льва каждый заяц может дергать за бороду. Русский эквивалент: подстреленного сокола и ворона носом долбит.
- *Den Vogel erkennt man an den Federn.* Дословный перевод: птицу узнают по оперению. Русский эквивалент: видна птица по полёту.
- *Der Wolf stirbt in seiner Haut.* Дословный перевод: волк умирает в своей шкуре. Русский эквивалент: как волка ни корми, он все в лес смотрит.
- *Der Esel und die Nachtigall haben beide ungleichen Schall.* Дословный перевод: голоса у осла и соловья звучат по-разному. Русский эквивалент: соловей с вороной в одном лесу живут, да по-разному песни поют.
- *Die Fische streben nach tiefem Grunde, der Mensch ist gern mit dem Glück im Bunde.* Дословный перевод: рыбы стремятся уйти на глубину, а человек – к счастью. Русский эквивалент: рыба ищет, где глубже, а человек – где лучше.
- *Die Katze lässt das Mäusen nicht.* Дословный перевод: кошка не прекратит ловить мышей. Русский эквивалент: как волка не корми, он все в лес смотрит.
- *Die Katze weiss, wo sie genascht hat.* Дословный перевод: кошка знает, откуда она утащила еду. Русский эквивалент: знает кошка, чьё мясо съела.
- *Die Schweine fühlen sich im Dreck am wohlsten.* Дословный перевод: свиньи лучше всего чувствуют себя в грязи. Русский эквивалент: свинья грязь найдёт.
- *Den Adler fliegen lehren.* Дословный перевод: учить орла летать. Русский эквивалент: учить ученого.
- *Ein Affe bleibt ein Affe, werd' er König oder Pfaffe.* Дословный перевод: обезьяна, хоть король, хоть поп,- все обезьяна. Русский эквивалент: осла хоть в Париж, все будет рыж.
- *Einem geschenkten Gaul schaut man nicht ins Maul.* Дословный перевод: подаренному коню в пасть не заглядывают. Русский эквивалент: дареному коню в зубы не смотрят.
- *Wer ein Kalb stiehlt, stiehlt eine Kuh.* Дословный перевод: кто крадет теленка, украдет и корову. Русский эквивалент: кто крадет яйцо, украдет и курицу.
- *Einen Katzensprung.* Дословный перевод: кошачий прыжок. Русский эквивалент: недалеко.
- *Was der Löwe nicht kann, das kann der Fuchs.* Дословный перевод: чего не может лев, то сможет лиса. Русский эквивалент: где силой не возьмешь, там хитрость поможет.
- *Schwein haben.* Дословный перевод: иметь свинью. Русский эквивалент: повезти, быть удачливым. (дословно: иметь свинью)
- *Das trägt die Katze auf dem Schwanz weg.* Дословный перевод: это уносит кошка на хвосте. Русский эквивалент: кот заплакал.

- *Zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen*. Дословный перевод: убить двух птиц одним выстрелом. Русский эквивалент: убить двух зайцев сразу.
- *Jemandem ein Kuckucksei ins Nest legen*. Дословный перевод: подложить кукушкино яйцо в чье-то гнездо. Русский эквивалент: подложить свинью кому-либо.
- *Den Hund nach Bratwurstern schicken*. Дословный перевод: отправить собаку за сосискам. Русский эквивалент: пустить козла в огород.
- *Da müsste ja eine Kuh lachen*. Дословный перевод: это могло бы рассмешить корову. Русский эквивалент: курам на смех.
- *Ein Adler fängt keine Fliegen*. Дословный перевод: орел не ловит мух. Русский эквивалент: лев мышей не давит.
- *Die Arbeit ist kein Hase, läuft nicht in den Wald*. Дословный перевод: работа - не заяц: в лес не убежит. Русский эквивалент: работа - не волк: в лес не убежит.
- *Adler brüten keinen Tauber*. Дословный перевод: у орлов голуби не рождаются. Русский эквивалент: орёл орла родит, а сова сову.

Анализируя, сравнивая и сопоставляя поговорки и пословицы на немецком и русском языках, было установлено, что образ животных имеет совершенно разный эмоциональный подтекст. У немцев и русских свой подход к поговоркам и пословицам о животных. Таким образом, немецкие пословицы и поговорки могут быть по-разному похожи на русские, а смысл один и тот же.

Список использованных источников

1. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка/ С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: ИТИ Технологии; Издание 4-е, доп., 2015.-944с.
2. Цвиллинг М.Я. Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок // 1984. – 138с.
3. Шалагина В.К. Немецкие пословицы и поговорки // Редакционный совет ИМО. – 1962. – 89с.
4. Graf A.E. 6000 deutsche und russische Sprichwörter. 3. Auflage, Halle, 1960.

УДК 81:005.57

ПЕРФОРМАТИВНЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ В МАТЕРИАЛАХ БЕЛОРУССКИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

А.Ю. Юркевич, Н.С. Пальчик, Е.С. Доморад, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н.**
Полесский государственный университет

Обещая что-то собеседнику, подразумевается, что сначала мы словесно выразим свои намерения, а после физически их выполним. А что если есть слова, которые эквивалентны совершению действия? «Слово есть дело» (Дж. Остин) – выражение, прямо относящееся к перформативным глаголам. Так, «эксплицитно-перформативные высказывания репрезентируются перформативными глаголами – такими, которые в момент их произнесения не только и не столько описывают действие, а являются самим действием, совершаемым говорящим путем произнесения этого глагола» [5, с. 17].

Область изучения перформативности выходит за пределы лингвистической науки, чем вызывает интерес и филологов, и представителей других наук. Именно уникальностью перформативов как класса слов обусловлена актуальность предложенной темы, а работа посвящена особенностям использования перформативных глаголов в современной публицистике. Цель: рассмотреть особенности функционирования перформативных глаголов в материалах белорусских средств массовой информации. Задачи: 1) изучить работы лингвистов, посвященные категории перформативности, определению перформативного глагола; 2) найти в текстах белорусских средств массовой информации перформативные глаголы и проанализировать особенности их употребления; 3) классифицировать перформативные глаголы, употребляемые в СМИ; 4) выявить роль перформативных глаголов в высказывании.

Ранее язык не рассматривался в контексте речевого акта, его изучали отдельно. Труд Ф. де Соссюра «Курс общей лингвистики» (1916 г.), наряду с работами Ч. С. Пирса и Ч. У. Морриса, стали материальной базой семиотики. 70-е гг. XX в. – период становления прагматики. В качестве ос-

нового объекта рассмотрения стали использовать язык не научный, а обыденный. Дж. Остин опубликовал труд «Как производить действия при помощи слов?», 1962 г., где прокомментировал распространенное заблуждение, когда «утверждение» может только «описывать» ситуацию или «утверждать нечто о каком-либо факте», который при этом должен быть либо истинным, либо ложным» [3, с. 15]. Была выведена концепция перформативных глаголов, получившая дальнейшее развитие среди американских философов (Дж. Сёрл и др.). Базой концепции стала теория речевых актов, занимающаяся «выбором наиболее оптимальных из имеющихся в языке средств для наиболее успешного воздействия на слушающего или читающего, для эффективного достижения намеренной цели в конкретных обстоятельствах речевого общения» [3].

Изучением свойств перформативности занимались Э. Бенвенист, Ю. Апресян, Ю. Степанов, Н. Арутюнова и др. Перформатив – «высказывание, эквивалентное действию, поступку» [1, с. 372]. Перформативы (например, *требую, клянусь*) имеют специфическое понимание. Исследователи часто пишут об условной интерпретации перформатива, что может затруднять его понимание и привести к недопониманию собеседниками друг друга.

В. Богданов [2] указывает на особенности перформативов: 1. Должен удовлетворять условию искренности говорящего: говорящий не притворяется и не разыгрывает слушающего. 2. Не должен быть истинным/ложным, а только удачным/неудачным. 3. Глагол речевой деятельности со значением вопроса, утверждения, побуждения, обещания и т.д. 4. Не может содержать в себе отрицательных или модальных слов. 5. Обычно выражается в наст. вр., 1 л., ед. ч., изъявит. накл.

Перформативный глагол – это глагол, для которого возможна форма 1 л., ед. ч., наст. вр., изъявит. накл., активного залога, что равняется однократному выполнению действия, обозначаемого этим глаголом. Но их морфологическая составляющая уходит дальше первого лица, что будет показано на примерах. В рамках перформативных высказываний имеют место и другие перформативные формулы, включающие глаголы в формах 3-го л. мн. ч. и их причастные эквиваленты, например: «Я приказываю» – «Я вынужден приказать»).

Российский учёный Ю. Апресян составил классификацию, которая позволяет разобраться в лексическом наполнении перформативных глаголов: специализированные сообщения и утверждения; признания; обещания; просьбы; предложения и советы; предупреждения и предсказания; требования и приказы; запреты и разрешения; согласия и возражения; одобрения; осуждения; прощения; речевые ритуалы; социализированные акты передачи, отчуждения, отмены, отказа и т.п.; названия и назначения. Классификация взята как база для примеров использования перформативов в материалах белорусских СМИ.

Таблица «Перформативные глаголы в языке белорусских СМИ»

Тип	Перформативные глаголы	Примеры из белорусских СМИ
1	2	3
специализированные сообщения и утверждения	докладывать, заявлять, объявлять, отрицать, подтверждать, уведомлять	После вдумчивого рассмотрения я объявляю о своем уходе из профессионального футбола. Как и прежде, со всей ответственностью заявляю ...
признания	виниться, признаваться, каяться, сознаваться	Однако, признаюсь , происходящее на льду несколько огорчило.
обещания	гарантировать, давать слово (давать честное слово, давать обет, клясться, обещать, присягать;	Обещаю гордиться своим паспортом и быть достойным гражданином большой семьи белорусского народа. Обязуюсь и клянусь выполнить все то, что от меня требуют...
просьбы	заклинать, молить, просить, умолять, ходатайствовать	«Но я вас заклинаю и прошу: не отказывайтесь от русского языка, от своего родного».
предложения и советы	вызывать, советовать, приглашать, предлагать	«Мы помним и призываем помнить всех», – говорится в сообщении МИД.
требования и приказы	настаивать, поручать, приказывать, требовать	«Это мизер, я и не поручаю считать, потому что дорожке будет посчитать».

Окончание таблицы

1	2	3
запреты и разрешения	запрещать, позволять, разрешать, воспрещать	«Я, может, больше себе позволяю открыто говорить об этом. Это уже в силу моего характера».
согласия и возражения	признавать, возражать, протестовать, спорить	«Мы оспариваем правомерность перевода Брессана в дубль».
одобрения	благословлять, одобрять, рекомендовать (кого-л.)	Вышло оно в пользу потерпевших, суд удовлетворил все требования истца...
осуждения	осуждать, порицать, проклинать, обвинять, приговаривать	«Я приговариваю вас к трем одновременным пожизненным срокам...» «Я совершенно не порицаю фанатов тюленьего отдыха, матрасничества».
прощения	оправдывать, прощать, извинять	«Мы как матери не снимаем с себя и с них вину».
речевые ритуалы	благодарить, поздравлять, соболезновать, желать удачи, извиняться, приветствовать, прощаться	Поздравляем девушек с победой! «Желаю успехов в достижении новых целей, стабильности в поступательном развитии, здоровья и счастья вам и вашим близким».
социализ. акты отмены, отказа передачи	брать назад свое слово, возвращать свое слово, доверять, завещать, сдаваться	«Мы подаем в отставку, чтобы наши братья и сестры, госслужащие, не подвергались нападкам и угрозам».
называния и назначения	назначать, провозглашать, объявлять, посвящать, провозглашать (республику)	«Ради того, чтобы вновь сделать Америку великой и величественной, сегодня вечером я объявляю о выдвижении своей кандидатуры на пост президента США».

Данные таблицы свидетельствуют, что перформативные глаголы редко используются в языке белорусских СМИ. Перформативные выражения можно встретить при цитировании в статье, поэтому, перформативы более характерны для интервью или репортажей с места событий. В случае, если это не цитата, перформативы чаще употреблены в форме 3-го л. ед./мн. ч. наст. вр. активного залога индикатива, например, *Беларусь поддерживает кандидатуру Саудовской Аравии в качестве хозяйки «ЭКСПО-2030»*. Здесь перформативный глагол «поддерживает» употреблён в форме 3-го лица ед. числа наст. вр. активного залога индикатива. В контексте глагол означает гарантию в том, что действующее лицо находится на стороне объекта высказывания.

Часто встречаются перформативы с инфинитивом в составе: *Важно отметить, что четверть проектов резидентов индустриального парка «Великий камень» реализуется в сфере НИОКР*. Инфинитив «отметить» здесь находится в составе перформативного высказывания.

Всегда рады принять международные соревнования самого высокого уровня... – перформативный глагол в виде инфинитива в составе перформативного выражения с оттенком вежливости.

Перформативы характеризуются равносильностью действия, недлительностью, интенциональностью, уникальностью. Исключительное свойство – способность глаголов являться самим действием: «...Есть в жизни человека такие действия, которые возможно совершить только с помощью речи, иначе говоря, речь является единственным инструментом для их исполнения. Как выполнить такие действия, как «обещать», или «благодарить» или «советовать»? Во всех этих случаях необходимо произнести: Обещаю...; Благодарю...; Советую... Здесь, как мы видим, действие и речь оказываются равными, т. е. перед нами речевое действие, или речевой акт» [4, с. 67]. Семантически перформативы не только равны действию, но и обладают свойством направленности на слушателя. Отсюда ещё одно свойство перформатива – адресованность. При изучении выясняется, «что в высказываниях подобного типа не обозначается протекание действия в момент речи: попрошу – это не действие просьбы в процессе его протекания, а самый акт просьбы, выполненный одним произнесением слова» [6, с. 93].

Перформативные глаголы – частое явление в человеческой коммуникации. Было просмотрено около трёхсот статей из белорусских СМИ на наличие перформативов. Отметим, что в СМИ не так много примеров их использования, как ожидалось изначально. Такие глаголы более характерны для живой человеческой речи, при коммуникации между людьми, при разговоре с самим собой. Конкретно в СМИ перформативы используются в интервью, в репортажах, при цитировании.

Выявленные выражения употребляются в форме «неклассической» для перформатива: 3-го л. ед. ч. наст. вр. активного залога индикатива либо с инфинитивом в составе.

В белорусских СМИ частотны следующие типы перформативов: названия и назначения; осуждения; социализированные акты передачи, отчуждения, отмены, отказа; речевые ритуалы; согласия и возражения; запреты и разрешения; требования и приказы; предложения и советы; обещания; специализированные сообщения и утверждения.

Перформативные глаголы, являясь и словом, и «действием» одновременно, создают специфическую коммуникативную, социальную и межличностную ситуацию, которая является отражением ожидаемых событий, будь то поздравление, обещание или объявление войны. Концепция перформативных глаголов – уникальнейший и интереснейший случай, когда слово, действительно, не воробей, вылетит – не поймаешь.

Список использованных источников

1. Арутюнова, Н. Д. Перформатив // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 372–373.
2. Богданов, В. В. Речевое общение. Прагматические и семантические аспекты / В. В. Богданов. – М. : Ленинградский университет, 1990. – 90 с.
3. Остин Дж., Как производить действия при помощи слов? / Дж. Остин // Избранное. – Пер. с англ. Л. Б. Макеевой. В. П. Руднева. – М. : Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. – 332 с.
4. Остин Дж., Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.17. / Дж. Остин. – М. : Прогресс, 1986. – С. 22–129.
5. Россолова, О. А. Перформатив как координатор коммуникативного взаимодействия и средство адресованности : дис. ... канд. филол. наук / О. А. Россолова. – М. : Москва, 2008. – 194 с.
6. БЕЛТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by>. – Дата доступа: 22.03.2023.
7. ЗАО «Второй национальный телеканал» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ont.by>. – Дата доступа: 22.03.2023.
8. СБ. Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by>. – Дата доступа: 22.03.2023.
9. СТВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ctv.by>. – Дата доступа: 22.03.2023.
10. Полесский государственный университет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.polesu.by>. – Дата доступа: 22.03.2023.
11. Радио Мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://radiomir.by>. – Дата доступа: 22.03.2023.
12. FOOTBALL.BY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://football.by/public>. – Дата доступа: 22.03.2023.

СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИВИЛИЗАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА: ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ

УДК 327.8

ПРАКТИКА ДВОЙНЫХ СТАНДАРТОВ В МИРОВОЙ ПОЛИТИКЕ КАК ИСТОЧНИК УГРОЗЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.М. Бранцевич, 3 курс

Научный руководитель – В.А. Евстафьев, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Глобальное реформирование общепринятых международных взаимоотношений и правил, перестраивание мирового порядка и активное стремление развивающихся стран к установлению многополярного мира обусловили возникновение ряда серьёзных транснациональных конфликтов, как фактических, так и юридических [1, с.108].

Политика двойных стандартов основывается на асимметричной деформации содержания политико-экономических и иных информационных потоков, которая находит своё выражение в форме неадекватной оценки характеристик и действий страны-оппонента. Двойные стандарты имеют место, когда государство, которое выступает информационным агрессором, выстраивает свою политику на основе анализа происходящей ситуации, в рамках которого интересы его господствующих групп возводятся в статус абсолютного императива.

В современной политической науке данной теме посвящены публикации А.Н.Михайленко, Е.В.Булипоповой, А.Ф.Тузовой, В.В.Ковалёва, Н.С.Лабущ, С.Кара-Мурзы, Дж. Рассела.

Реализация политики двойных стандартов является одним из наиболее значительных нарушений существующих норм международного права. Применение подобных политических практик в международных отношениях приводит к критическим осложнениям в протекании международных процессов, имеющих высокую вероятность перспектив трансформирования в угрозы национальной безопасности для той страны, против которой направлена данная политика.

В целях формирования более глубоких представлений об используемых практиках двойных стандартов в международных отношениях, а также об их негативных последствиях, представляется целесообразным обратиться к актуальным примерам реализации данной политики. Полагаем, что в обозначенном контексте показательной является сравнительная характеристика событий, произошедших в Республике Беларусь и в Соединенных Штатах Америки в 2020 году, поскольку проведённые в этих странах президентские выборы предоставляют достаточно фактического материала для сопоставления тех аспектов политических процессов, в рамках которых проявление двойных стандартов проявилось особенно четко.

В августе 2020 года президентские выборы были проведены в Республике Беларусь. По зафиксированным в соответствии с национальным законодательством результатам победу одержал действующий Президент А.Г. Лукашенко. Избирательный процесс проходил под наблюдением международной миссии СНГ, которая в последствии постановила, что выборы были проведены в соответствии с законом и конституцией Республики Беларусь и признаны легитимными [2].

Однако политические элиты коллективного Запада данный исход событий не удовлетворил и, в Республике Беларусь ими была предпринята попытка осуществления сценария «цветной революции», в целом совпадавшего по своим основным алгоритмам с аналогичными событиями на Украине в 2014 году. Государственный переворот в Беларуси подготавливался задолго до президентских выборов и получил всестороннее обеспечение со стороны политических структур ряда западных государств.

Так называемая «демократизация» Беларуси со стороны международных субъектов, самовольно присвоивших право вмешательства в политические процессы не западной части мира, начина-

лась с контакта «экспортеров демократии» с национальной «оппозицией» [3]. Однако данный сценарий не сработал и все противоправные действия были эффективно локализованы и предотвращены органами правопорядка страны.

Однако западные элиты не оставили попыток повлиять на положение дел в Республике Беларусь и прибегли к использованию наиболее известного инструмента реализации Западом политики двойных стандартов – санкций. К настоящему времени со стороны США и Евросоюза было введено против Республики Беларусь несколько пакетов санкций, которые призваны затруднить функционирование наиболее значимых отраслей белорусской экономики [4].

В США в 2020 году также были проведены выборы президента страны. По результатам голосования победу на них одержал кандидат от Демократической партии Дж. Байден. Однако на протяжении всего избирательного процесса выборов появлялись неоднократные заявления представителей политического лагеря республиканцев и отдельных журналистов о многочисленных нарушениях, допущенных на всех этапах избирательной кампании, а также в ходе процедур голосования и подсчета голосов. Так, например, был выявлен факт пропажи 288 тыс. бюллетеней, произошедший 3 ноября. Было обнаружено также, что около 100 тыс. бланков бюллетеней для голосования были датированы задним числом, а в штатах Мичиган и Пенсильвания бюллетени с голосами за Д.Трампа были отсортированы в корзины с надписью «Недоставленная деловая почта», сообщает Washington Examiner [5].

Отметим, что несмотря на выявленные факты нарушений никакой публичной реакции от представителей западной элиты не последовало. С победой на выборах Д.Байдена поздравили такие главы государств и правительств как В.Зеленский, Д.Трюдо, А. Меркель, А.Дуда, Й.Столтенберг и другие лидеры европейских стран [6].

В описываемой ситуации, по нашему мнению, достаточно четко прослеживается использование элементов политики двойных стандартов, проявляющихся в том, что на политические ситуации, имеющие схожие сущностные особенности, представители политических элит западного блока, публично реагируют диаметрально противоположным образом, обнаруживая следование не столько моральным и правовым принципам, сколько блоковым и политико-корпоративным интересам.

При этом необходимо отметить, что несмотря на исключительно вымышленный и искусственный характер претензий западного политического истеблишмента к руководству Республики Беларусь, экономический ущерб, который был нанесён стране посредством санкционного давления имеет вполне осязаемый и ощутимый характер. Первый заместитель премьер-министра Беларуси Н.Снопков в ходе совместного заседания обеих палат Национального Собрания РБ привёл информацию о том, что прямое воздействие западных санкций затронуло порядка 20% белорусской экономики и косвенно распространилось на её остальную часть. По его словам, с июня белорусский экспорт потеряет еще около 1,8 млрд. долл. из-за вступления в силу ограничений на импорт в ЕС отечественных древесины, черных металлов, цемента и шин [8]. В целом, по прогнозам правительства, экспорт к концу года должен снизиться на 30% – в денежном выражении это примерно 14 млрд. долл. Объем поставок нефти и нефтепродуктов, а также различных удобрений, экспорт которых нельзя перенаправить в короткие сроки, достигает 12 млрд. долл.

Поскольку политика двойных стандартов фактически сводится к прикрытию национальных интересов определенных государств и межгосударственных блоков фасадом международного права, то для Республики Беларусь единственной гарантией обеспечения национальной безопасности может быть ясная и четкая артикуляция собственных общенациональных интересов. По мнению политолога В.В. Ковалёва это не означает, что Республика Беларусь должна отказаться от норм международного права, стремиться к выходу из ООН и проводить агрессивную региональную политику. Речь идёт о необходимости оттачивать умения защищать свои интересы юридически и политически, и не подставляться непродуманными действиями под обвинения своих оппонентов [7, с.59].

Список использованных источников

1. Долгиева, М. М. Двойные стандарты Совета Европы / М. М. Долгиева, М. М. Долгиев // Вестник Московского университета МВД России. – 2022. – № 5. – С. 108-112.

2. Выборы прошли строго в соответствии с законодательством – наблюдатели [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/politics/view/vybory-proshli-strogo-v-sootvetstvii-s-zakonodatelstvom-nabljudateli-402255-2020/>. – Дата доступа: 16.03.2023.

3. Кто из ранее помилованных участвовал в попытке государственного переворота [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/pomilovat-nelzya-prostit.html>. – Дата доступа: 14.03.2023.

4. В Евросоюзе согласовали продление санкций против Лукашенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tochka.by/articles/policy/v-evrosoyuze-soglasovali-prodlenie-sanktsiy-protiv-lukashenko/>. – Дата доступа: 14.03.2023.

5. «Никто не будет разбираться»: в США пропали почти 300 тыс. бюллетеней [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2020/12/02_a_13383541.shtml. – Дата доступа: 14.03.2023.

6. Китай и ряд мировых лидеров поздравили Байдена с победой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://24tv.ua/ru/reakcija-mira-na-rezultaty-vyborov-v-ssha-2020-detali_n1446685. – Дата доступа: 14.03.2023.

7. Ковалев, В.В. Практика двойных стандартов в мировой политике: угрозы национальной безопасности России / В.В. Ковалев, Магомедгаиб Магомедов, Сергей Самыгин // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2016. — №6-7. — С. 55-60.

8. «Санкции затронули 20% белорусской экономики». Первый вице-премьер – о миллиардных потерях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/userb-na-milliardy-no-osnovnye-poteri-vperedi-pervyj-vice-premer-belarusi-ob-effekte-sankcij-i-putah-ih-preodolenia>. – Дата доступа: 17.03.2023.

УДК 159.9.072

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПЕРФЕКЦИОНИЗМА

О.Н. Горина, 1 курс

Научный руководитель – М.Л. Шульга, ст. преподаватель
Полесский государственный университет

Феномен перфекционизма является объектом изучения во многих исследованиях отечественной и зарубежной психологии. Понятие «перфекционизм» (от лат. *perfectio* – совершенство) впервые стало употребляться в протестантской среде XIX века.

В философии И. Канта и Г. Лейбница понятие «перфекционизм» подразумевало, прежде всего, духовно-нравственное совершенствование личности.

Философию «сверхчеловека» Ф. Ницше также можно считать разновидностью перфекционизма. По Ницше сверхчеловек – это личность, в которой воля к жизни, к увеличению жизненной и творческой силы достигает наивысшей точки развития. Человек, представляя собой единство «твари и творца», преодолевает себя и «рождает» творца, победив в себе тварь. Регулярная работа над ваянием творца постепенно возвышает индивида к идеалу сверхчеловека. [1]

И только с конца XX столетия данный феномен стал предметом исследований клинической психологии.

В настоящее время многие ученые считают, что компульсивное (навязчивое) стремление человека к совершенству связано с высоким риском психических расстройств и значительно снижает продуктивность его деятельности.

Одним из вариантов такого подхода считается многомерная модель перфекционизма, предложенная канадскими исследователями Г. Флеттом и П. Хьюиттом в 1990 году и включающая следующие параметры.

1. Я-адресованный перфекционизм: высокие стандарты, постоянное самооценивание и мотив стремления к совершенству.

2. Перфекционизм, адресованный к другим людям: нереалистично завышенные стандарты по отношению к окружающим, постоянное оценивание других и ожидание человеческого совершенства.

3. Перфекционизм, адресованный к миру в целом: убежденность в том, что в мире все должно быть идеально и аккуратно, причем все мировые проблемы должны получать правильное и своевременное решение.

4. Социально предписываемый перфекционизм: потребность и стремление соответствовать стандартам и ожиданиям значимых других. [2]

Не менее актуальной на сегодняшний день проблемой является развитие депрессивных расстройств личности. Это психическое расстройство, проявляющееся тоскливым, подавленным

настроением с осознанием собственной никчемности, пессимизмом, снижением побуждений, заторможенностью движений, различными соматическими нарушениями. [2]

Общей чертой перфекционизма и депрессии является самокритицизм. Человек постоянно критикует себя, сосредоточен на проблемах достижений с перманентным чувством вины. А. Бек провел анализ автоматизированных мыслей депрессивных пациентов и пришел к выводу, что требования этих пациентов к себе крайне высоки и ригидны. Ученый составил список перфекционистски-депрессивных «долженствований»: «я всегда должен быть в хорошей форме», «если я не на пике удачи, значит я полный неудачник», «ошибка означает провал» и др. При этом их высказывания носят исключительно императивный характер с определенной жесткостью используемых речевых конструкций («должен», «всегда-никогда» и т. д.). [3]

А. Бек выделил два личностных типа, предрасположенных к депрессии: «социотропный», который фиксирован на проблемах привязанностей и «автономный», фиксированный на проблеме достижений

Результаты проведенного нами теоретического исследования показывают, что такая личностная черта как «перфекционизм» существенно повышает риск возникновения психопатологических расстройств (в первую очередь, депрессии).

Кроме того, перфекционизм в здоровом виде положительно влияет на тенденцию к самоактуализации, в то время как его невротическая разновидность снижает стремление индивида к самоактуализации.

Перфекционистов невротического (тревожного) типа к деятельности толкает страх перед неуспехом. Опасаясь невозможных ошибок и неудач, они часто могут не приступить к делу и откладывают его начало (прокрастинируют). Они руководствуются крайне высокими ожиданиями в отношении себя и поэтому испытывают тревогу, стыд, вину. При осуществлении работы фокусируют внимание на собственных недостатках и мыслях о возможной ошибке. Даже если работа с точки зрения здравого смысла выполнена превосходно, перфекционисты-невротики не испытывают удовлетворения. [4]

Перфекционисты здорового типа в своей деятельности руководствуются надеждой на успех, легко приступают к делу, учитывают собственные ресурсы и ограничения, выдвигают реалистичные цели. Это позволяет им радоваться своей силе, повышать качество деятельности и добиваться отличного результата. В ходе работы здоровые перфекционисты могут испытывать легкую степень волнения или азарт. Они сконцентрированы на собственных ресурсах и на том, как правильно выполнить задачу. Они способны чувствовать глубокое удовлетворения достигнутым и на основе этого повышают самооценку. [4]

Изучив материалы исследования по данной проблеме, можно сделать следующие выводы:

1. Пациенты с депрессивными расстройствами характеризуются значимо более высокими показателями всех параметров перфекционизма в сравнении со здоровыми испытуемыми.

2. У пациентов с депрессивными расстройствами сильнее выражены когнитивные параметры перфекционизма «восприятие других людей как делегирующих высокие ожидания (при постоянном сравнении себя с ними)» и селектирование информации о неудачах и ошибках.

3. Существует связь между выраженностью симптомов депрессии и различными параметрами перфекционизма.

Представляется перспективным исследовать структуру и выраженность общего перфекционизма, а также частные его формы при отдельных категориях расстройств.

Список использованных источников

1. Османова, С.А. Модель сверхчеловека по Ф. Ницше: основные предпосылки и их анализ / С. А. Османова, Ф. С. Цинпаева. - Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 40 (226). – С. 235-242.

2. Перфекционизм и самоактуализация у лиц с разным уровнем депрессии // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37420139> Дата доступа 26.02.2023.

3. Перфекционизм и депрессия // [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46684758> Дата доступа 28.02.2023

4. Взаимосвязь депрессии и перфекционизма // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49810049> Дата доступа 28.02.2023

УДК 159.9

БИЛИНГВИЗМ КАК ТЕНДЕНЦИЯ ЯЗЫКОВОГО РАЗВИТИЯ

СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

А.Д. Джумалиева

Научный руководитель – Е.Б. Микелевич, к.п.н., доцент

Полесский государственный университет

Изучение билингвизма (двуязычия) является актуальной междисциплинарной проблемой. Эта тема привлекает лингвистов и психологов со всего мира. Каждый год публикуется множество статей: как локальных – по региону, так и масштабных – в пределах разных стран. Миграция огромных масс людей, наблюдаемая во всех странах современного мира, браки представителей разных национальностей и другие факторы привели ко всеобщей заинтересованности данного явления.

В современной науке существует множество трактовок понятия «билингвизм» [1; 5; 7], но определения разных школ и направлений сходятся в главном: билингвизм (двуязычие) – это *свободное владение* двумя языками одновременно. Проблема билингвизма в науке стала изучаться недавно. Исследования были начаты в 1960-е годы. Основы научной разработки лингвистических проблем билингвизма заложены в трудах известных российских ученых И.А. Бодуэна де Куртене, Л.В. Щербы, Ф.Ф. Фортунатова, А.А. Шахматова, Е.Д. Поливанова и др., а также в работах выдающихся зарубежных языковедов А.Мейе, У.Вайнрайха, Г. Шухардта, А. Мартине, Э. Хаугена, С. Сводеша, С. Эдвина, Ч. Осгуда и др.

Цель научной работы – изучить билингвизм с точки зрения овладения вторым языком, рассмотреть влияние билингвизма на межкультурную коммуникацию.

Принято считать, что в основном люди, живущие на земле манолингвы, а билингвизм – исключение. Оказывается, все ровно наоборот: на планете стран, где люди говорят на одном языке, немного. Огромное количество людей пользуется двумя и даже тремя языками в своей повседневной жизни [4]. Так в Индии дети изучают сразу 2 или 3 из 23 национальных языков. В белорусских школах ученики изучают 3 языка: русский, белорусский и иностранный язык (английский, немецкий, испанский, китайский).

В России билингвизм появляется еще в XVIII–XIX, когда дворянским детям нанимали преподавателя из Франции. Так проявляется русско-французский билингвизм. Сейчас же принято говорить об русско-английском билингвизме. Английский язык стал своего рода «lingua franca» (итал. «франкский язык», язык, используемый как средство межэтнического общения в определенной сфере деятельности) языком международного общения.

Существуют две основные теории, объясняющие овладение вторым языком:

бихевиористские теории (1950 – 1980 годы) объясняли овладение вторым языком в соответствии с общими законами влияния разных факторов на человеческое поведение (имитация, опыт, пробы и ошибки);

нативисты (1960 – 1990 годы) считали, что существует врожденная универсальная грамматика, благодаря которой человек понимает, как функционирует язык, что позволяет выделять в потоке поступающего языка важные параметры и использовать их при конструировании языка. К настоящему времени эта теория потеряла свое значение. Однако, процесс овладения вторым языком и функционирования нескольких языков у билингвов еще не раскрыт [3, с. 4].

Л.П. Крысин (советский и российский лингвист), говоря о билингвизме, выделяет уровни владения вторым языком:

1. Собственно лингвистический: умение строить тексты на данном языке и преобразовывать их друг в друга.

2. Ситуативный: умение применять языковые знания сообразно с ситуацией.

3. Лингвострановедческий: владение национально обусловленной спецификой использования языковых знаков, в частности владение системой коннотаций, сопровождающих употребление языковых единиц [6].

Тенденции лингводидактики привели ученых к созданию специальных учебников для освоения второго языка как иностранного (английского). Так в 2007 году вышла уникальная серия учебников для учебных заведений начального, среднего и высшего профессионального образования «English Result» (I, II уровни), издательства Oxford University Press, авторы W. Hancock и A. McDonald [8]. Издания этой серии полезны и интересны не только студентам вузов, но и всем

профессионалам, которые хотели бы изучать английский язык с учетом специфики своей деятельности. Авторы учебных пособий ориентировались именно на удобство использования пособий даже для начального уровня, затем базового уровня владения языком, на интерес и актуальность материала и проблем для обсуждения. Своей целью по окончании курса данная серия книг ставит, в частности, умение понимать, высказывать свое мнение, участвовать в диалоге, грамотно писать на английском языке. Например, обучающиеся должны уметь писать сообщения, тезисы, резюме и многое другое. Данная серия книг состоит из учебника для студента, книги для учителя, диска с аудио-, видеоматериалом.

Привлекает структура учебного пособия, которая включает в себя 12 основных тем, необходимых для элементарного общения: «Personal Identification», «Personal relations», «Countries and places», «Everyday life», «Relations with others», «Food and drink», «Review and entertainments», «Going out», «Places, transport and travel», «Personal histories», «House, home and environment», «Planning the future». Учебные пособия «English Result» – это новые образовательные ресурсы для людей, которые хотят улучшить свои знания в области английского языка. Каждый блок в данных сериях включает в себя разнообразные тематические диалоги, в том числе с лексикой по профессиональной тематике.

Межкультурные контакты становятся явлением повседневной жизни. Международный обмен студентами и специалистами, получение или продолжение образования в зарубежных вузах, отсутствие нужной информации на родном языке, отсутствие многих рекомендаций – все это требует от современного специалиста компетентного владения иностранным языком для профессионального общения. Именно билингвизм представляет одно из наиболее ярких проявлений межкультурной коммуникации. [1]

Билингвизм способствует формированию адекватной картины мира в сознании личности. Э. Кассирер пишет: «Проникновение в «дух» нового языка всегда порождает впечатление приближения к новому миру – миру со своей собственной интеллектуальной структурой. Соотносительные термины двух языков редко приложимы к одним и тем же предметам и действиям. Они покрывают различные поля, которые, взаимопроникая, создают многоцветную картину и различные перспективы нашего опыта» [2, с. 107]. Зная другие языки, человек получает возможность для пересечения границы своей родной культуры и встречи с другими культурами. Происходит диалог культур.

Таким образом, можно отметить, что билингвизм является актуальной тенденцией языкового развития современного общества, двуязычие помогает общению, сотрудничеству, сближению народов; может свести к минимуму языковые барьеры в общении людей разных национальностей. Поэтому приоритетом сегодняшнего дня в условиях глобализации является подготовка к реальной межкультурной коммуникации. Только общаясь, личности соприкасаются с явлениями культуры и через культуру познают мир в богатстве взаимодействий предметов и людей.

Список использованных источников

1. Двуязычие: проблемы, поиски. / М.М. Михайлов [Электронный ресурс]. – Чебоксары, 1989, 159 с. – Режим доступа: <https://goo.su/TRCmnz> – Дата доступа: 10.03.2023.
2. Избранное. Опыт о человеке / Э. М. Кассирер [Электронный ресурс]. – 1998. 211с. – Режим доступа: <https://goo.su/vUrOIX> – Дата доступа: 08.03.2023
3. Контактная лингвистика. Взаимодействие языков и билингвизм / Жером Багана, Е. В. Хапилина [Электронный ресурс]. – 2016. 160 с. Режим доступа: https://sharlib.com/read_240053-1 – Дата доступа: 10.03.2023
4. Лекция известного нейролингвиста, профессора СПбГУ Татьяны Черниговской / «Татьяна Черниговская и билингвальный Интеллект» [Электронный ресурс] // YouTube – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=u7jnc4hNaaA> – Дата создания: 27.07.2021 – Дата доступа: 19.03.2023
5. Психолингвистические проблемы учебного двуязычия / А.А. Залевская, И.А. Медведева [Электронный ресурс]. – Тверь, 2002. 322 с. Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001860278> – Дата доступа: 10.03.2023
6. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка / Л.П. Крысин [Электронный ресурс]. – 1989. 188 с. – Режим доступа: <https://goo.su/WKeH> – Дата доступа: 13.03.2023
7. Языковые контакты / У. Вайнрайх [Электронный ресурс]. – Киев, 1979, 123 с. – Режим доступа: <https://www.booksite.ru/fulltext/vainraih/text.pdf> – Дата доступа: 12.03.2023.
8. Hancock W., McDonald A. English Result. Oxford University Press. 2007. Oxford English, ISBN 978-0-19-412954-1. 160 p.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ К ПРОБЛЕМАМ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА (на примере города Пинска)

М. Китель, X класс

Научный руководитель – Т.И. Марковская

Государственное учреждение образования «Средняя школа № 1 г.Пинска»

В современном мире социальная реклама обладает широкими возможностями распространения духовных, эстетических, нравственных и социальных ценностей. Её главным предназначением является привлечение внимания к социально значимым проблемам и возможностям их решения.

Цель исследования – выявление особенностей развития социальной рекламы в городе Пинске и её роли в решении проблем современного социума.

В соответствии с целью поставлены следующие **задачи**:

- 1) раскрыть сущность и основные характеристики социальной рекламы, нормативно-правовую основу социальной рекламы в Республике Беларусь;
- 2) определить проблематику и особенности развития социальной рекламы в городе Пинске;
- 3) выявить отношение учащихся и их родителей к социальной рекламе на основе социологического опроса.

Автор предположил, что социальная реклама как вид коммуникации является частью политики государства и способствует привлечению внимания населения к проблемам современного общества

Тему исследования считаем актуальной, так как у социальной рекламы есть потенциал развития, она является своеобразным зеркалом, отражающим готовность человека решать возникающие проблемы.

В ходе исследования была изучена литература, интернет-ресурсы, материалы местных средств массовой информации, организованы встречи и проведены беседы с сотрудниками местных телеканалов, печатных изданий, рекламных агентств, осуществлялось наблюдение и фотографирование на улицах города. Проведён социологический опрос среди учащихся нашего учреждения образования и их родителей.

В результате работы была раскрыта сущность и история возникновения социальной рекламы, дана её характеристика и классификация, изучена нормативно-правовая база, касающаяся социальной рекламы в Республике Беларусь, выявлена проблематика и особенности развития социальной рекламы в городе Пинске, сделаны выводы по результатам анкетирования.

Под социальной рекламой подразумевается вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания к проблемам социума. Социальную рекламу можно классифицировать по нескольким направлениям: объект рекламы, субъект рекламы, цель, масштаб деятельности, характер воздействия, формат и средства распространения социальной рекламы. Её развитие в современной Беларуси связано с появлением официального законодательства в данной сфере. Нормативно-правовой основой по вопросу регулирования социальной рекламы в нашей стране является Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе». Рекламодателями могут быть государственные органы, производство рекламы осуществляется за счёт рекламодателя.

В городе Пинске главное место занимает визуально-графическая наружная реклама на городских улицах и видеореклама на местных телеканалах. Большая часть социальной рекламы размещается на главных улицах: Первомайская, Солнечная, Иркутско-Пинской Дивизии, Рокоссовского, Брестская, проспекте Жолтовского. Крупнейшими распространителями наружной социальной рекламы являются рекламные агентства «Оранжевый дельфин» и «Пина Принт», аудиорекламы – Пинский автобусный парк. В качестве рекламодателей выступают государственные структуры: Пинский горрайотдел по чрезвычайным ситуациям, подразделения Пинского городского исполнительного комитета, прокуратура, Госэнергонадзор, Пинский центр гигиены и эпидемиологии, Инспекция по налогам и сборам по г. Пинску и другие. Объектами социального рекламирования в городе Пинске являются: безопасность жизнедеятельности человека, охрана здоровья человека и

окружающей среды, энергосбережение, поддержка государственного суверенитета, престижа Беларуси, реклама к праздникам и памятным датам.

Значительное место в наружной рекламе занимает реклама на остановках городского транспорта, конструкции которых были обновлены с помощью рекламного агентства «Оранжевый дельфин» и более 40 из них стали площадками для рекламы, в том числе и социальной. Одним из главных объектов социального рекламирования стала безопасность жизнедеятельности человека. Заказчиком чаще всего выступает Пинский горрайотдел по чрезвычайным ситуациям, а рекламный материал разработан Министерством по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь. Большая часть рекламы представлена в виде анимации и основной целевой аудиторией являются дети. Тему безопасности детей и ответственности родителей, проблему употребления подростками наркотиков поднимают в социальной рекламе Генеральная прокуратура и Министерство внутренних дел. Билборды, ситилайты, баннеры становятся средствами распространения рекламы, направленной на поддержание престижа института медицины, пограничной службы, любви к родной стране, приуроченной к республиканским и городским праздникам.

Кроме наружных средств распространения рекламы, важную роль играют местные телевизионные каналы «Пинск» и «Варяг». Социальная реклама там представлена, прежде всего, видеороликами, предоставленными различными службами города. В местных печатных средствах массовой информации, социальная реклама представлена статьями и заметками, где поднимаются злободневные проблемы. В городском общественном транспорте самой распространённой является аудиореклама, но её тематика довольно однообразна и посвящена защите от коронавирусной инфекции.

Таким образом, в социальной рекламе города находят отражение актуальные проблемы и важные мероприятия республиканского и местного уровня. Недостаточно внимания уделяется проблемам развития белорусской культуры, борьбы с алкоголизмом и наркоманией, соблюдения правил дорожного движения, защите животных. Отмечается достаточно высокий уровень социальной рекламы, но процесс её производства и размещения носит несколько стихийный, разрозненный характер.

С целью изучения осведомлённости учащихся и их родителей о понятии «социальная реклама» и отношения аудитории к социальной рекламе, был проведён социологический опрос в виде анкетирования. Социологический опрос показал, что большинство респондентов слышали о социальной рекламе и знают, что это такое. Значительная часть относится к рекламе положительно и считает такой способ привлечения внимания к проблемам общества эффективным. Наиболее актуальной считают рекламу, направленную на охрану здоровья, безопасность жизнедеятельности, защиту детей. Если сравнить ответы учащихся и их родителей по предложенным вопросам, то в вопросах об отношении к социальной рекламе и её эффективности, больше положительных ответов среди родителей учащихся, в остальных вопросах принципиальных расхождений нет.

Подводя итог исследования, пришли к выводу, что социальная реклама даёт возможность определить приоритетные темы и направления социального информирования граждан Беларуси исходя из их значимости для белорусского государства. Она осваивает разные сферы информационного пространства и выступает как действенное средство социализации личности. Социальная реклама как вид коммуникации является частью политики государства и становится одним из инструментов влияния на модель поведения личности, в том числе и молодёжи.

Список использованных источников

1. Голуб О.Ю. Социальная реклама: учебное пособие / Голуб О.Ю.. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 178 с.
2. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы: учебное пособие/ Ю.В. Гусаров. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. – 527 с.
3. Дмитриева, Л.М. Социальная реклама / Л. М. Дмитриева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 271 с.
4. Мандель Б.Р. Социальная реклама: Учебное пособие. – М.: Вузовский учебник ИНФРА-М, 2012. – 302 с.
5. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225>–Дата доступа: 07.07.2022.

ПЕРФЕКЦИОНИЗМ И ДЕПРЕССИЯ

Т.С. Козел, 4 курс

Научный руководитель – М.Л. Шульга, ст. преподаватель кафедры экономики и бизнеса
Полесский государственный университет

Феномен перфекционизма многомерен и включает в себя как личностные, так и социальные компоненты, а эти компоненты, в свою очередь, оказывают непосредственное влияние на нашу психику.

Исследователи выделяют три измерения перфекционизма: перфекционизм, ориентированный на себя, или субъектно-ориентированный; перфекционизм, ориентированный на других, или объектно-ориентированный; перфекционизм, предписанный обществом, или социально предписанный и то, как они связаны с психическими процессами человека.

Несмотря на то, что психолог Дональд Хамачек описывал перфекционистское поведение как позитивный фактор адаптации или достижения целей, оно обычно рассматривалось как распространенный невротический стиль поведения (Флетт, Хьюитт, Дик, 1989). [1, с.27]

В настоящее время ни одно определение перфекционизма не является общепринятым. И, тем не менее, по мнению голландского психолога Я. Холландера, в широком смысле, перфекционизм - это стремление к совершенству и тенденция устанавливать высокие личные стандарты.

Субъектно-ориентированный перфекционизм включает в себя самонаправленное перфекционистское поведение. Ориентированный на себя перфекционизм включает в себя важный мотивационный компонент. Эта мотивация отражается, прежде всего, в стремлении достичь совершенства в своих начинаниях, а также в стремлении избежать неудач. [2, с.428]

По определению, самоориентированный перфекционизм должен быть связан с такими формами самонаправленного поведения, как уровень стремления и самообвинения (Хьюитт, Миттельштедт, Воллерт, 1989). [2, с.430]

Кроме того, самоориентированный перфекционизм связан с различными показателями дезадаптации, включая тревогу (Флетт, 1989), нервную анорексию (Купер & Файрберн, 1985) и субклиническую депрессию (Хьюитт и Дюк, 1986; Хьюитт и Флетт, 1990; Хьюитт, Миттельштедт и Флетт, 1990; Пирот, 1986). [2, с.428-438]

Один из компонент субъектно-ориентированного перфекционизма - несоответствие между реальным «я» и идеальным «я», был связан с депрессивным аффектом (Хиггинс, Бонд, Кляйн и Страуман, 1986; Страуман, 1989) и низкой самооценкой (Хоге и Маккарти, 1983; Лаззари, Фиораванти, Гоф, 1978).

Другое важное измерение перфекционизма связано с убеждениями и ожиданиями относительно способностей других - объектно-ориентированный перфекционизм. Считается, что перфекционист, ориентированный на других, придерживается нереалистичных стандартов в отношении других людей, придает большое значение их совершенству и строго оценивает их работу.

В то время как перфекционизм, ориентированный на себя, должен порождать самокритику и самонаказание, перфекционизм, ориентированный на других, должен приводить к обвинению, направленному на других, отсутствию доверия и чувству враждебности по отношению к другим. Кроме того, это измерение может быть связано с межличностными разочарованиями, такими как цинизм и одиночество, а также с супружескими или семейными проблемами (Бернс, 1983; Холландер, 1965). [3, с.1]

С положительной точки зрения, перфекционизм может ассоциироваться с такими качествами, как способность к лидерству или стимулирование мотивации других.

Третье предлагаемое измерение перфекционизма включает в себя осознанную необходимость соответствовать стандартам и ожиданиям, предписанным значимыми другими людьми. Предписанный обществом перфекционизм влечет за собой либо веру или восприятие людьми того, что значимые другие предъявляют к ним нереалистичные стандарты, строго оценивают их и оказывают на них давление, требуя, чтобы они были идеальными. [3, с.1]

Интуитивно понятно, что предписанный обществом перфекционизм должен приводить к целому ряду негативных последствий. Из-за стандартов, навязанных значимыми другими людьми, гнев, тревога и депрессия являются довольно распространенными состояниями. Эти негативные

эмоции могут быть результатом осознанной неспособности угодить другим, убеждения в том, что другие нереалистичны в своих ожиданиях и др.

Поскольку люди с высоким уровнем социально предписанного перфекционизма озабочены соответствием стандартам других, они должны проявлять больший страх перед негативной оценкой и придавать большее значение привлечению внимания, в то же время, избегая неодобрения других. В настоящее время систематических исследований социально предписанного перфекционизма не проводилось. Однако исследования выраженных эмоций подтвердили, что восприятие людьми того, что значимые другие возлагают на них чрезмерно высокие ожидания, иногда бывает связано даже с рецидивом шизофрении (Vaughn & Left, 1983). [4, с.10]

Из вышесказанного можно проследить связь между феноменом перфекционизма и депрессивными настроениями. Для установления непосредственной корреляции между этими явлениями, клиническим психологом Полом Хьюиттом был проведен комплексный анализ перфекционизма и депрессии.

В эксперименте участвовали 150 студентов университета, которые выполнили три измерения симптоматики депрессии и несколько измерений перфекционизма, включая перфекционизм, ориентированный на себя, перфекционистскую мотивацию, перфекционизм, ориентированный на других, и перфекционизм, ориентированный на мир. Депрессия измерялась с помощью шкалы депрессии Бека, многомерной шкалы перфекционизма и опросника перфекционизма. В соответствии с прогнозами, все показатели перфекционизма в той или иной степени положительно коррелировали с тяжестью депрессии. [4, с.9-11]

Из данного исследования можно сделать вывод, что факторами развития депрессивных состояний являются не высокие требования к себе и окружающим людям, а наличие дисфункциональных когнитивных схем, а также искажение социальной перцепции других людей.

Необходимо разрабатывать и внедрять в практику специальные программы, направленные не на снижение уровня перфекционизма личности, а на формирование его конструктивного типа. [5]

Список использованных источников

1. Namachek, D. Psychodynamics of normal and neurotic perfectionism / D. Namachek // *Psychology.*, 1978. - №15. - P. 27-33
2. Hewitt, P. Perfectionism and depression: a multidimensional study/ P. Hewitt, G. Flett // *J SocBehaviorPers*, - 2011. - №5. - P.423-438
3. Ясная, В.А. Современные модели перфекционизма [Текст] / В.А. Ясная, С.Н. Ениколопов // *Психологические исследования*, 2013. - Т. 6, - № 29 - С.1
4. Гаранян, Н.Г. Психологические модели перфекционизма / Н.Г. Гаранян // *Вопросы психологии*, 2009. - №5 - с. 9 - 11
5. Ларских, М.В. Особенности обучения студентов с высоким уровнем перфекционизма / М.В. Ларских // *Педагогическое образование: вызовы XXI века: материалы VI всероссийской конференции, посвященной памяти В.А. Сладстенина*. - Москва: МПГУ, 2015. - С. 83-89

УДК

РОДОВОЕ ИМЕНИЕ ДОСТОЕВСКИХ: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНАЯ ЦЕННОСТЬ И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ВОССТАНОВЛЕНИЯ

Д.Н. Котковец, 9 класс

Научный руководитель – **А.М. Котковец**, учитель

ГУО «Достоевская средняя школа имени Ф. М. Достоевского»

Введение. В литературно-краеведческом музее Государственного учреждения образования «Достоевская средняя школа имени Ф. М. Достоевского» есть многое, что указывает на особую значимость великого русского писателя Ф. М. Достоевского. Всё это успешно функционирует и востребовано. Однако для полноты выражения особого почтения к литературной величине мирового масштаба не хватает существенного: родового поместья, ставшего колыбелью родоначальников великого классика.

Содержание. Работу, которая проводится в Государственном учреждении образования «Достоевская средняя школа имени Ф. М. Достоевского» по популяризации личности и творчества До-

стоевского высоко ценят прямые потомки классика, знаменитые достоевисты, деятели искусств и многие другие, кто увлечён Достоевским и его творчеством.

Идея восстановления родового имения Достоевских долгое время казалась неосуществимой. Однако заявление археолога, кандидата исторических наук А. А. Башкова, сделанное после раскопок в Достоево о том, что усадьба в Достоево принадлежала роду Достоевских [1; с. 200], возродило надежду на то, что восстановление родового имения Достоевских возможно.

Исследование ориентировано на изучение целесообразности восстановления родового имения Достоевских как объекта исторического и культурного наследия.

Актуальность исследования состоит в необходимости изучения историко-культурного наследия малой родины, определения его специфики и значимости для социокультурной жизни региона.

Цель исследования: обосновать через изучение нематериальных характеристик необходимость восстановления объекта «Родовое имение Достоевских».

Возможно, что изучение нематериальных ценностных характеристик объекта «Родовое имение Достоевских» - это наиболее эффективный метод объяснения его историко-культурной ценности и целесообразности восстановления.

В Достоевской средней школе уже более 45 лет ведётся поисково-восстановительная деятельность по изучению и популяризации наследия Ф. М. Достоевского. С 1965 г. по 1968 г. велась переписка с внуком Ф. М. Достоевского Андреем Фёдоровичем Достоевским. В апреле 2007 года музей посетил правнук писателя Дмитрий Андреевич Достоевский. Десятого февраля 2023 года на родину своих предков приезжал праправнук великого русского писателя Алексей Дмитриевич Достоевский с женой и детьми.

Анкетирование о целесообразности восстановления родового имения Достоевских среди различных групп населения дало основания сделать вывод о том, что идея восстановления имения Достоевских находит поддержку у общественности.

Понимая, что ценность объекта может быть установлена только экспертами, рассмотрим объект «Родовое имение Достоевских» на основании характеристик, изложенных в работах С. В. Зеленовой [4], И. Э. Мартыненко [6], А. В. Слабухи [9, 10].

На то, что на месте предполагаемого восстановления объекта «Родовое имение Достоевских» действительно располагались постройки усадьбы, отнесённые к 16 – 17 вв. указывают:

- записи во второй актовом книге «Ревизия Пущ и переходов в бывшем Великом Княжестве Литовском» от 1554 года [8; с. 116-117].;
- упоминания об этой жалованной грамоте в княжеском привилее, от 1519 г. [3; с. 16];
- выводы археолога Башкова, проводившего раскопки на месте бывшей усадьбы в агрогородке Достоево [1; с. 200].

Изучение и анализ работ ведущих достоевистов позволяют с уверенностью говорить о том, что:

- род великого классика русской литературы Достоевского пошёл из деревни Достоево [3; с. 24];
- родоначальником рода Достоевских является Данила Иртышев [3; с. 19];
- усадьба в деревне Достоево является родовой усадьбой Достоевских, и связана со знаменитыми фамилиями Беларуси: Стравинскими, Ордами, Гедройцами [1; с. 184].

Всё вышесказанное объясняет историческую ценность исследуемого объекта.

На уникальность объекта «Родовое имение Достоевских» указывают следующие факты:

- во всём мире, на данный момент открыто всего 8 музеев Достоевского. Один из них (и единственный в Беларуси) - это музей в ГУО «Достоевская средняя школа имени Ф. М. Достоевского»;
- в «Википедии» упоминается о 18 памятниках, установленных Достоевскому во всём мире. Один из них – это памятник, установленный на территории Достоевской школы;
- во время раскопок на месте бывшей усадьбы Достоевских было найдено множество артефактов, относящихся к предкам Достоевского, датируемые 16 - 17 веками [1; с. 193].

Таким образом, можно сделать вывод, что восстановленный объект «Родовое имение Достоевских» будет единственным в Беларуси музейным комплексом, посвящённым Ф. М. Достоевскому.

Объект «Родовое имение Достоевских» можно рассматривать как источник краеведческого материала, так как:

- находки, найденные на месте раскопок относятся к 16 – 19 вв. [1; с. 193];

- все находки отражают быт людей, характерный для данной местности в указанный период времени [1; с. 193-196];
- найденные свинцовые пули и ядра свидетельствуют о войнах, проходивших на территории имения и близлежащих территорий [1; с. 196];
- керамические изделия говорят о том, что на территории имения существовало собственное производство [1; с. 194-195];
- проведённые раскопки и инвентарь 1754 г., обнаруженный в Центральном Государственном архиве Украины, позволяют сделать реконструкцию внутренней планировки и внешнего вида здания, относящегося, к постройке 16 века [5; с. 189].

Всё вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что объект «Родовое имение Достоевских» можно рассматривать как источник исторической и этнографической информации. Изучение пространённости подобных музейных комплексов на территории Беларуси и за её пределами и научно-познавательной составляющей объекта даёт возможность объяснить его культурологическую ценность.

Заключение. Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Идея восстановления Родового имения Достоевских находит поддержку у общественности.
2. Анализ полученных результатов объясняет историческую и культурологическую ценности объекта.
3. Изучение нематериальных ценностных характеристик объекта позволяет дать аргументированное обоснование его историко-культурной ценности, необходимости и целесообразности восстановления как объекта историко-культурного наследия.

Гипотеза подтвердилась: изучение нематериальных ценностных характеристик объекта позволило объяснить его значение в социокультурной жизни региона и необходимость восстановления.

Продолжая работу по данной теме, решено с помощью специальных компьютерных программ по имеющемуся описанию воссоздать интерьер господского дома Достоевских.

Для популяризации личности Ф.М. Достоевского и его творчества, а также для привлечения внимания к идее восстановления родовой усадьбы Достоевских информация о деятельности школьного музея, интересных событиях и лицах размещается на наших страничках в Instagram и TikTok.

Список использованных источников

1. Башков, А. А., Пилипович, В. Ю., Мороз, И. М. Родовая усадьба Достоевских в свете археологических исследований / А. А. Башков // нав. зб. / НАН Беларусі, Ін-т гісторыі.— Мінск. — 2015. — Вып. 26 : Вынікі даследаванняў першабытных і сярэднявечных помнікаў на тэрыторыі Беларусі (да 120-годдзя з дня нараджэння А. М. Ляўданскага). — С. 182—201
2. Богданов, Н.Н. «Михаил Волоцкой и его «Хроника рода Достоевского» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mihail-volotskoy-i-ego-hronika-roda-dostoevskogo> – Дата доступа: 10.02.2023.
3. Волгин, И. Л. Хроника рода Достоевских / И. Л. Волгин // Родные и близкие: историко-биографические очерки. – М.: Фонд Достоевского, 2012. 1232 с., илл.
4. Зеленова, С. В. Формирование системы критериев оценки историко-архитектурного наследия в России: автореф. Дис. ...канд.архитект. :18.00.01 / [Электронный ресурс] С. В. Зеленова Режим доступа: <https://new-disser.ru/avtoreferats/01004480336.pdf?ysclid=lelfbdalx64927786> – Дата доступа: 12.01.2023.
5. Калечиц, Е.Г., Горбацкий, А.А. Города и районы Брестчины: история и современность. Ивановский район. / Е.Г. Калечиц, А.А. Горбацкий и др.; – Брест: ОАО «Брестская типография», 2017. – 840 с.
6. Мартыненко, И. Э. Понятие и состав историко-культурного наследия Республики Беларусь [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://elib.grsu.by/katalog/467552pdf.pdf?d=true>– Дата доступа: 12.01.2023.
7. Об историческом прошлом, настоящем и будущем — через призму патриотических ценностей (sb.by) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/gordost-za-belarus-issledovanie.html?ysclid=lebbi1shdy718045476> – Дата доступа: 07.01.2023.
8. Ревизия пущ и переходов звѣриных в бывшем Великом Княжествѣ Литовском с ... - Григорий Богданович Волович - Google Книги [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://books.google.by/books?id=g8BfAAAAcAAJ&pg=PA34&dq#v=onepage&q&f=false> – Дата доступа: 05.01.2023.
9. Слабуха, А.В. Установление историко-культурной ценности объектов архитектурного наследия (часть 1): организационно-методические проблемы [Электронный ресурс] / А. В. Слабуха // Человек и культура. –

2016. – № 6. – С. 1 – 8 Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=20712 – Дата доступа: 07.01.2023.

10. Слабуха, А.В. Установление историко-культурной ценности объектов архитектурного наследия (часть 2): критерии и метод в современной экспертной практике [Электронный ресурс]/ А. В. Слабуха // Человек и культура. – 2016. – № 6. – С. 9 Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=20767 – Дата доступа: 07.01.2023.

УДК 316.624.2

ПРЕСТУПНОСТЬ КАК ФОРМА ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ СРЕДИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

Н.А. Кухарчук, В.В. Мелюх, 2 курс

Научный руководитель – **Э.Н. Каленчук, старший преподаватель**

Полесский государственный университет

В последние годы проблема девиантного поведения несовершеннолетних, включая криминальное, в Беларуси сохраняет актуальность и общественную значимость.

Так, по данным судебной статистики в 2019 году, который отмечен как год начала вспышки пандемии COVID-19, за совершение различных преступлений осуждено 727 несовершеннолетних. В 2020 году, когда были приняты кардинальные меры борьбы с пандемией, количество несовершеннолетних преступников составило 608 человек, то есть судимость несовершеннолетних уменьшилась на 16,8 %. По данным судебной статистики в 2021 году за совершение различных преступлений осуждены 874 несовершеннолетних, что на 44,5 % больше, чем в 2020 году. Касательно прошедшего 2022 года за совершение различных преступлений осуждены 927 несовершеннолетних, что на 6,1% больше, чем в 2021 году [1].

Не менее значимыми показателями при оценке преступности несовершеннолетних является особенность видовой структуры преступности, которая не демонстрирует значительных изменений. Наиболее частыми преступлениями в отношении несовершеннолетних являются преступления против собственности и порядка осуществления экономической деятельности (кража, грабёж, вымогательство, мошенничество, хищение путем использования средств компьютерной техники, угон транспортного средства); преступлений против общественного порядка и общественной нравственности осуждены (хулиганство, осквернение сооружений и порча имущества); преступлений против общественной безопасности и здоровья населения (незаконные действия в отношении наркотиков, нарушение правил дорожного движения).

Также следует отметить, что за период с 2019 по 2022 г. наиболее криминогенной выглядит возрастная группа 16–17 лет. Данный возраст является стадией полового созревания со значительными психическими изменениями. Молодой человек пытается получить независимость от взрослых и, следовательно, имеет тенденцию быть агрессивным, несдержанным, застенчивым или проявлять другие черты [2, с. 33].

По мнению учёных (Ю.Н. Антоняна, А.А. Бакина, Ж.Ю. Вологина, Д.В. Замышляева, С.А. Корягиной и др.), причины преступности несовершеннолетних могут иметь различный характер, однако есть общая черта: в большинстве случаев подростки совершают преступления, находясь вне контроля со стороны семьи, системы образования и общественных институтов.

Исходя из статистики последних лет, можно отметить демонстрацию значительного снижения количества несовершеннолетних преступников в период пандемии, когда были введены карантинные меры, а также был осуществлен переход на дистанционное обучение. Стоит отметить, что все больше подростков склонялись к такой форме преступности, как кибермошенничество (вишинг, фишинг, сваттинг, грумминг и буллинг), пришедшее на смену ранее перечисленных преступлений, которые большинство подростков не имели возможности совершать, находясь на карантине. В связи со снятием многих ограничений, с 2021 года наблюдается тенденция кардинального повышения количества несовершеннолетних преступников.

Таким образом, рост численности в обществе несовершеннолетних преступников с проявлениями девиаций в поведении препятствует повышению уровня жизни населения в целом, тормозит

государственное развитие и грозит обществу пополнением криминальных структур и ростом преступности, особенно с учётом снижения численности населения [3, с. 54].

Девиантное поведение подростков является актуальной проблемой современного белорусского общества, которую необходимо решать.

Список использованных источников

1. Верховный суд Республики Беларусь [Электронный ресурс] / 2014-2023. Верховный Суд Республики Беларусь. – Режим доступа: https://court.gov.by/ru/justice_rb/statistics/children/. – Дата доступа: 27.03.2023.

2. Буренкова, Е.О. Современное состояние и тенденции преступности несовершеннолетних в Российской Федерации / Е.О. Буренкова // Вестник Пензенского государственного университета. – 2020. – № 1 (29). – С. 30–35.

3. Томаева, Д.М. Определение понятия «девиантное поведение». Существенные социально-педагогические особенности личности несовершеннолетнего с отклоняющимся поведением / Д.М. Томаева // Научное мнение. – 2021. – № 4. – С. 50–55.

УДК 78.085.22

ПОЛЬКА ДАСТОЕЎСКАЯ. ПРАБЛЕМЫ ВЫВУЧЭННЯ І УСПРЫМАННЯ МЕТАДАМ ДЭМАНСТРАТЫЎНАЙ АНТРАПАТЭХНІКІ

В.Ю. Лесюк, Ф.І. Рацык
ДУА “Дастоеўская сярэдняя школа імя Ф. М. Дастаеўскага”

У мэтах кансалідацыі беларускага народа, умацавання ў грамадстве ідэй міру і стваральнай працы як галоўных умоў развіцця беларускай дзяржавы Прэзідэнтам Рэспублікі Беларусь 2023 год аб'яўлены годам міру і стварэння. Усё ў прыродзе падвяргаецца згубнаму ўплыву часу: дрэва, металы, нават нязломная, здавалася б, каменная цвярдзіна. Але існуе такая ўнікальная субстанцыя, як памяць. Пільна аберагаемая яе носьбітамі, няўхільна перадаваемая з пакалення ў пакаленне, яна можа перажыць стагоддзі, тысячагоддзі, уваскрашаючы глыбінную гісторыю, адраджаючы старажытныя абрады і традыцыі, старадаўнія рамёствы, аднаўляючы з руін забыцця разбураныя архітэктурныя збудаванні.

Заходняе Палессе – адзін з рэгіёнаў Беларусі, дзе «жывая фальклорная памяць» народа жыве дагэтуль; а скарбы народнай культуры (звычаі, абрады, спевы, танцы, інструментальнае выканальніцтва) перадаюцца паміж пакаленнямі вусным шляхам (з голаса на голас, з нагі на нагу, з рукі на руку), без пісьмовай фіксацыі і развучвання па пісьмовых (акадэмізаваных, апрацаваных чужымі і часам вельмі далёкімі ад сапраўднай традыцыі спецыялістамі) крыніцах.

Мэта даследавання: выяўленне актуальных праблем пераймання і захавання скрыпічнага найгрыша да заходнепалескага традыцыйнага танца «Полька Дастоеўская» ў сучасным грамадстве.

Мэта дасягаецца вырашэннем наступных задач:

- апісаць паходжанне і адлюстраванне ў навуковых даследаваннях скрыпічнага найгрыша «Полька Дастоеўская» з рэпертуару Капэлы в. Ляхавічы Іванаўскага раёна;
- выявіць асаблівасці праяўлення традыцыі скрыпічных найгрышаў да побытавых танцаў у наш час;
- вызначыць магчымыя шляхі пераймання скрыпічных найгрышаў да побытавых танцаў метадам дэманстратыўнай антрапатэхнікі.

Аб'ект даследавання: скрыпічныя найгрышы да заходнепалескіх побытавых танцаў з рэпертуару інструментальнай Капэлы в. Ляхавічы Іванаўскага раёна.

Прадмет даследавання: праблема захавання і пераймання скрыпічнага найгрыша «Полька Дастоеўская» ў сучасным грамадстве метадамі, якімі найгрыш і танец збераглі носьбіты традыцыі.

Музыкі з Іванаўскага раёна неаднаразова прыцягвалі ўвагу даследчыкаў і папулярызатары традыцыйнага мастацтва. Дзякуючы намаганням вядомага беларускага этнахарэографа Мікалая Аляксеевіча Козенкі ўдалося больш поўна зафіксаваць для гісторыі на магнітафонную ленту ігру ляхавіцкіх музыкаў. Некалькі запісаў з гэтай экспедыцыі трапілі у выданне Традыцыйная мастацкая культура беларусаў. У 6 т. Т. 4. Брэсцкае Палессе. У 2 кн. Кн. 1. – Мінск, 2008. У ім можна

знайсці і паслухаць на кампакт-дыску запіс самой “Полькі Дастоеўскай” і “таксама” нотныя расшыфроўкі некаторых найгрышаў, якія запісаў М. А. Козенка.

У 2018 годзе ў офісе РМГА “Студэнцкае этнаграфічнае таварыства” адбылася прэзентацыя электроннага выдання “Апошні бас”. Наведнікаў пад час імпрэзы чакала дэманстрацыя ўнікальных аўдыязапісаў капэлы з басам, з архіва прафесара Іны Назінай і Мікалая Аляксеевіча Козенкі, эксклюзіўны прагляд фрагмента фільму “Старыя вясковыя музыкі” (1988 г.), выстава фотаздымкаў з сямейных архіваў ляхавіцкіх музыкаў і прэзентацыя альбома запісаў Капэлі з Ляхавіч скрыпача Віктара Прыбышчука Важнай часткай імпрэзы стала жывое гучанне і выкананне сучаснымі выканаўцамі скрыповай музыкі наігрышаў “Полька-Галоп” і “Латышка” [1].

Віктар Калістратавіч Прыбышчук (1902–1993), па-мясцовому “Вітё”, “дід Вітё”, нарадзіўся ў вёсцы Ляхавічы, Кобрынскага павету Гродзенскай губерні. Мужчыны ў ягонай сям’і ўмелі граць і майстраваць смыковыя інструменты. У сямейнай капэле малы “Вітё” падбіваў на “барабане” (бубне), пасля перасеў за басэтку, на скрыпцы пачаў граць у 10 год. У дваццацігадовым узросце стаў рабіць інструменты самастойна, зрабіў уласную басэтку, на якой пасля басаваці без перапынку амаль 70 гадоў.

У выніку – скрыпак Прыбышчук, найстарэйшы з апошняга складу капэлы і яе фактычны кіраўнік, пакідае для нашчадкаў свой багаты меладычны запас, які каранямі сягае самага пачатку мінулага стагоддзя, вядзе радавод ад колішняга грання разам з бацькам-музыкам.

Надзвычай падрабязнае і акуратнае, як для вясковага музыкі-самавука, іменаванне полечна-вальсавых найгрышаў – полькі Агоўская (“Огово”), Дастоеўская (“Достоево”), Ляхавіцкая (“Ляховічы”) і Сушанская (“Сухэ”), вальс Бараўскі (“Боровая”), вальс Бродніцкі (“Бродніца”). Гэткімі назвамі, што нададзеныя самім выканаўцам з Гараваты, уганараваныя суседнія вёскі.

Каштоўны здабытак запісаў Ляхавіцкай Капэлі можна паслухаць дзякуючы сучасным інтэрнэт тэхналогіям. Запісы для праслухоўвання размешчаны [2] на платформе <https://soundcloud.com> па запыце “Прыбышчук”

Куратар праекта “Апошні бас” Аляксей Крукоўскі перадаў нам запіс з архіву І. Дз. Назінай, ў якім апытваюцца Віктар Прыбышчук і Мікалай Лукашэвіч. Пад час пошуку інфармацыі аб Ляхавіцкай капэлі нам удалося пазнаеміцца з дачкой аднаго з удзельнікаў гурта Мікалая Міронавіча Лукашэвіча Марыяй

Наша даследаванне разглядае скрыпку як універсальны інструмент для навучання і пераймання традыцыйнай музыкі метадам дэманстратыўнай антрапатэхнікі. Антрапатэхніка (утворана ад грэчаскіх слоў: *ἄνθρωπος* — чалавек; *τέχνη* — мастацтва, майстэрства, уменне) [3]. Такі складаны тэрмін можна абагуліць для простага чалавека, як “паўтары за мной”. Адна з прычынаў, чаму скрыпка ўжывалася для грання архаічных твораў — яе шырокія магчымасці. На ёй можна сыграць тыя народныя песні, якія не атрымаецца сыграць на гармоніках ці дудзе.

Музычную фальклорную спадчыну трэба пачынаць вяртаць праз дзіцячыя калектывы. А ўсё з-за таго, што амаль не знайсці тых людзей, якія валодаюць інструментамі, на якіх акампанавалі для гэтых танцаў у даўніну. У той перыяд, калі яны пераймаюць ад дарослых, бацькоў — носьбітаў сваёй рэгіянальнай культуры — мясцовыя танцы, спевы, музыку, павінна ісці і навучанне ігры на гэтых старажытных беларускіх інструментах. Але мала проста навучыць іграць на тым ці іншым інструменце, да разумення і жадання займацца традыцыйнай культурай трэба яшчэ духоўна дараваць. Калі ж знаёмства з фальклорам адбываецца ў дзяцінстве, дык закладваецца ўстойлівая этнічная аснова, няхай нават потым чалавек і не будзе займацца мастацтвам, творчасцю [3]. А фальклор, між тым, - невычэрпная крыніца для самарэалізацыі і выхавання асобы.

Па выніках даследавання можна зрабіць наступныя высновы.

1. Сярод актуальных праблем пераймання і захавання скрыпічнага найгрыша да заходнепале-скага традыцыйнага танца «Полька Дастоеўская» ў сучаснасці можна акрэсліць адсутнасць носьбітаў традыцыйнай культуры, ад якіх можна натуральна пераняць найгрыш (пры ўсёй цікаўнасці да яго), што вымушае пераемнікаў засяродзіцца на вывучэнні навуковых крыніц і эксперыментальных метадах пераймання.

2. Скрыпічны найгрыш «Полька Дастоеўская» з рэпертуару Капэлы в. Ляхавічы Іванаўскага ра-ена мае аўтахтоннае мясцовае паходжанне і адлюстраванне ў навуковых даследаваннях І. Назінай, М. Козенкі і іншых спецыялістаў у галіне фальклору Беларусі.

3. Дзякуючы фальклорнаму руху Усходняй Еўропы традыцыі скрыпічных найгрышаў да побытавых танцаў у наш час сталі запатрабаванымі і папулярнымі ў асяродку адукаваных і зацікаўленых мастацтвам жыхароў Беларусі.

4. Магчымыя сёння шляхі пераймання скрыпічных найгрышаў да побытавых танцаў метадам дэманстратыўнай антрапатэхнікі (у тым ліку і найгрыша «Полька Дастоеўская») павінны апеліраваць да вывучэння аўдыя- і відэазапісаў з архіваў спецыялістаў, што, пры правільным падыходзе і падтрымцы дзяржаўных устаноў здольна даць плённы вынік (нават да поўнага аднаўлення інструментальнай капэлы выканаўцаў найгрыша «Полька Дастоеўская») у будучым.

Спіс літаратуры

1. Віктар Прыбышчук: скрыповыя найгрышы [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://set.ethno.by/?p=6249>. – Дата доступу: 01.02.2023.

2. Віктар Прыбышчук: скрыповыя найгрышы (з архіва Міколы Козенкі, 1984, в. Гаравата, Іванаўскі раён) [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://soundcloud.com/ethnoby/sets/viktar-prybyszczuk>. – Дата доступу: 01.02.2023.

3. Газета Культура. Экзатычная даўніна, альбо Калі ў вёсках загучаць гуслі і варган? [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://www.kimpress.by/index.phtml?page=2&id=944>. – Дата доступу: 01.02.2023.

УДК 004

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЮРИСТА

Е.В. Мазалевская, 3 курс

Научные руководители – **З.Р. Жукоцкая**, профессор кафедры общей теории права
и гуманитарных дисциплин, д. культурологии,

Т.Б. Ежова, доцент кафедры общей теории права и гуманитарных дисциплин
БИП – Университет права и социально-информационных технологий

Информация является единым объектом правоотношений в условиях применения данных технологий и информационных систем в профессиональной деятельности высококвалифицированного юриста. По мнению Чернышева П.М., «с ней связаны не только динамика развития процессов информатизации страны, состояние защищенности национальных интересов, но и функционирование, устойчивое развитие всех сфер жизнедеятельности общества в целом» [2, с. 34-36].

В связи с этим возникают новые условия работы в профессиональной юридической деятельности. Информационные технологии в юридической деятельности предназначены для того, чтобы юристы смогли овладеть способами, средствами и методиками использования информационных технологий и систем в процессе поиска какой либо информации, ее непосредственной обработки, а также оформления и форматирования соответствующих документов в бумажном или электронном виде. За счет этого происходит формирование базы знаний в области применения информационных процессов, систем и технологий, а также практических умений использования современных технологий в процессе соответственно поиска, обработки информации в правовой сфере, в справочных правовых системах и навыков по оформлению документов, связанных непосредственно с профессиональной деятельностью.

Специалист юридической отрасли, реализуя свою профессиональную деятельность, всегда обновляется на информации различного типа – научной, социальной, юридической, экономической или иного типа. Хранение этой информации велось с помощью обычных средств – карточек законодательных материалов: карточек по учету директив, распоряжений, приказов, журналов, папок с докладами, книг по анализу преступности и т. д., таким образом, возникала проблема хранения соответствующей информации. С ростом количества информации сразу же возникла такая ситуация, когда средства и предметы работы с информацией значительно устарели и стали отставать от современных технологий, что в совокупности приводит к перегрузке обычных работников, а также снижению качества работ и качества их труда. В связи с этим и возникает необходимость постоянного обновления технологий в этой сфере.

В юридической деятельности может использоваться программное обеспечение любого вида: от стандартных текстовых редакторов до специализированных программ обработки данных. Информационные технологии позволяют формировать у работников юридической деятельности теоретические знания в области применения процессов, систем и технологий информатизации, а также практические навыки использования этих технологий в процессе поиска или обработки информации в справочных системах права и навыков по формированию документов.

Организация правового регулирования отношений требует от работника юридической деятельности знаний, умений и навыков по работе с информацией и документацией в бумажном и электронном виде в профессиональной деятельности [2, с. 34-36]. Прудюс Е. В., отметила, что «информационные технологии являются составной частью информационного пространства, а использование информационных технологий служит средством обеспечения взаимодействия органов власти, организаций и граждан» [1, с. 68-71].

Основные структурные элементы информационного пространства – это информационный ресурс, информационные технологии и информационные системы, направленные на обеспечение информационных потребностей общества и государства.

Для юриста чрезвычайно важно умение быстро сориентироваться и выбрать из большого объема информации необходимые сведения. Важным является освоение программ узкоспециализированной направленности, когда специалист уже хорошо знаком с ПК, свободно владеет основными программными интерфейсами.

Юрист должен уметь пользоваться электронными справочниками, экспертными и информационно-поисковыми системами. И, конечно обязательным в программе подготовки юриста является изучение основ практической работы в компьютерных сетях, в частности, освоение Интернет пространства.

Качественным примером применения информационных технологий и использования информационных систем в юридической деятельности является судебная система. Судебная информация имеет специфический характер и связана со следующими видами информации: персональные данные, сведения, составляющие государственную, служебную и иную охраняемую законом тайну.

Обеспечение эффективного правосудия в судах предусматривает включение современных информационных технологий как непосредственно в процедуру осуществления правосудия, так и в деятельности по его обеспечению. Конструируя понятие «информационные технологии», законодатель не удалось дать определение, что объясняет с достаточной степенью теоретической ясности значение указанного института.

Поэтому на основе имеющегося законодательного понятия, а также определений, встречающихся в научно-методической литературе, можно сказать, что в судебной системе информационные технологии представляют собой «совокупность технических, программных, математических, организационных средств и методов, обеспечивающих в сфере деятельности судов общей юрисдикции поиск, сбор, хранение, обработку, предоставление, распространение судебной информации» [1, с. 68-71].

Таким образом, внедрение и развитие информационных технологий привели к качественному использованию информации в юридической деятельности, а также, способствуют переходу к новой общественной формации – информационного общества.

Список использованных источников

1. Прудюс, Е. В. Внедрение новых средств информационных технологий в юридическую деятельность / Е. В. Прудюс // Евразийский союз ученых. – 2016. – № 29. – С. 68–71.
2. Чернышев, П. М. Информационные технологии в юридической деятельности / П. М. Чернышев // Марийский юридический вестник. – 2016. – № 3. – С. 34–36.

БЕЛАРУСЬ И ФЕНОМЕН «ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА»: О ПРОЦЕССЕ ОБЩЕСТВЕННОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И МЕСТЕ ОРГАНИЗОВАННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ В НЁМ

Н.Ю. Рябченко

Научный руководитель – В.М. Мацель, д.ист.н., профессор
Академия управления при Президенте Республики Беларусь

Подобно всякому обществу, **общество Беларуси** — это суперсистема, самоуправляющаяся на основе вариативной культуры, которая включает и государственность как специализированную субкультуру.

Государственность — социальный институт и субкультура управления на профессиональной основе делами общественной в целом значимости.

{**Государство = [Население + Территория] * Государственность**}, обладающая исключительным суверенитетом (монополией на власть) в отношении находящихся на данной территории населения, природных и антропогенных объектов.

Во всяком государственно-организованном обществе **самоуправление** протекает на двух уровнях: *структурно* — на уровне органов власти и управления, в деятельности которых выражается текущая государственность, и *бесструктурно* — на уровне социальной психодинамики.

Социальная психодинамика — это процесс взаимодействия психики множества составляющих общество людей с потоком событий, обусловленный их *нравственностью, мировоззрением и миропониманием*. Социальная психодинамика способна оформляться организационно, порождая внутриобщественные виртуальные структуры под решение конкретных задач [1, с. 380]. В западной политической традиции совокупность таких структур, организационно отличных от социального института государственности, обозначается понятием «гражданское общество» (*civil society*).

Civil society: что стоит за этим явлением на Западе?

В современном нам виде явление *civil society* возникло и было описано в странах Западной Европы в эпоху буржуазных революций XVIII-XIX вв., в свою очередь объективно обусловленных первой промышленной революцией и последовавшим изменением информационного состояния западных обществ, что сделало невозможным устойчивое социальное управление старыми методами в новых условиях.

В западной культуре это явление выражало интересы главным образом третьего (буржуазного) сословия, оформившегося в тот исторический период, и опосредованно — интересы стоящих за буржуазией кураторов революционного процесса в Европе. Концептуально оно тесно связано с введёнными английскими и французскими философами-просветителями идеями естественных прав, общественного договора и разделения властей.

Управленческая суть социального института *civil society*, действующего в сочетании с идеей разделения властей на основе системы сдержек и противовесов (*checks & balances*), заключается в ослаблении дееспособности публичного контура государственного управления, что облегчает бесструктурное управление западными обществами с непубличного контура, неподотчётного *civil society* и не подверженного избирательным процедурам.

Для чего быть гражданскому обществу в Беларуси?

«Гражданское общество» (*civil society*, феномен западной культуры) — некоторая организованная часть (подмножество) граждан, выступающая в противовес государственности, ослабляя её дееспособность в осуществлении намерений, неприемлемых для координаторов «гражданского общества» или несовместимых с существенными интересами курирующей его непублично-политической элиты.

Структуры *civil society*, однажды возникнув как продукт социальной психодинамики, впоследствии могут курироваться с непубличного контура управления, превращаясь в структуры «двойного назначения»: в стандартном режиме своей деятельности они работают на достижение декларируемых целей, а в альтернативном режиме — на достижение целей кураторов, всегда остающихся в умолчаниях и существенно отличающихся от декларируемых.

В свою очередь, возможность кураторства *извне* в отношении структур *civil society* обусловлена массовой методологической и управленческой безграмотностью их представителей, не знающих объективных закономерностей, которым подчинена жизнь общества, и потому не способных адекватно оценить последствия своей деятельности, осознать её пагубность для общества, государства и природной среды. Поэтому следует иметь в виду, что среди рядовых представителей структур *civil society* преобладают благонамеренные введённые в заблуждение люди, с которыми можно и нужно беседовать [3], проводя методологический ликбез, чтобы вывести их из-под интеллектуальной опеки действительно злонамеренных кураторов.

В Республике Беларусь существует собственное юридическое определение гражданского общества, приведённое в статье 1 Закона «Об основах гражданского общества» от 14.02.2023. Согласно данному определению, «**гражданское общество** – это граждане Республики Беларусь, иностранные граждане и лица без гражданства, постоянно проживающие в Республике Беларусь (далее – граждане), выражающие свою гражданскую позицию посредством участия в общественных отношениях и институтах, не запрещенных законодательством» [2, с. 1].

По существу же, **гражданское общество** (созидательная гражданская инициатива) — это некоторая организованная часть (подмножество) граждан, проявляющих осмысленный интерес к протекающим в обществе процессам, владеющих методологией познания и на этой основе в меру своих сил содействующих государственности в выявлении и разрешении существующих, а также профилактике потенциальных проблем общественного развития.

Заключение: возвращая созидательную гражданскую инициативу — что надо делать?

Чтобы в обществе Беларуси процветала созидательная гражданская инициатива в определённом выше смысле, содержательно отличная от *civil society* как вредоносного для нас феномена западной культуры, необходимо:

◆ Государственности — принять для себя и огласить в обществе отчётливый курс общественного развития, выраженный в адекватной идеологии. Так, в ходе президентского Послания 31 марта 2023 года Глава государства отметил: «В центре решений, которые принимаем, — стремление к сохранению мира, созидание во благо будущего Беларуси, социальная справедливость. Это наши демократические ценности, истинные ценности. [...] Это основа нашей национальной идеи, которую рельефно определило нынешнее время. И служить этой идее должны мы все и словом, и делом. Особенно сейчас, когда на планете становится все меньше и меньше места для безопасной и достойной жизни.» [4];

◆ Науке и системе образования — обеспечить ясное и точное описание основных групп объективных закономерностей и на этой основе осуществлять ликвидацию управленческой безграмотности белорусского населения путём методической поддержки [3] семейного воспитания, академического (школьного и вузовского) образования, индивидуального и коллективного самообразования.

◆ Государственности и науке — систематически осуществлять выявление и всемерную (административную, финансовую, медийную) поддержку созидательных коллективов, возникающих как продукт социальной психодинамики и способных содействовать государственности в выявлении, разрешении и профилактике проблем общественного развития; обеспечивать планомерное вхождение наиболее способных представителей таких коллективов в контуры государственного управления с поручением им самых перспективных, стратегически важных направлений работы, требующих управленческого творчества.

Список использованных источников

1. Основы социологии: постановочные материалы учебного курса: в 6 т. / Коллектив авт. ВП СССР. – М.: Концептуал, 2021. – 6 т.

2. Об основах гражданского общества [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 14 февраля 2023 г., № 250-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2023.

3. О Программе патриотического воспитания населения Республики Беларусь на 2022-2025 годы [Электронный ресурс] : Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 29 декабря 2021 г., № 773 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2021.

4. Послание Президента Республики Беларусь белорусскому народу и Национальному собранию, 31 марта 2023 года. [Электронный ресурс] / Официальный сайт Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/events/poslanie-aleksandra-lukashenko-belorusskomu-narodu-i-nacionalnomu-sobraniyu-sostoitsya-31-marta>. – Дата доступа: 31.03.2023.

УДК 316.023.6

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ НА ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ

В.В. Сакович, С.С. Полешук, 2 курс
Научный руководитель – **Э.Н. Каленчук, старший преподаватель**
Полесский государственный университет

Система ценностных ориентаций рассматривается социологами как один из главных элементов структуры личности, выражающий избирательное отношение человека к социальным ценностям.

Ценностные ориентации оказывают значительное воздействие на профессиональное самоопределение индивидов. Их значимость состоит в том, что они обуславливают профессиональное поведение и обеспечивают содержание и направленность деятельности, придавая смысл профессиональным действиям.

В настоящее время особое внимание исследователей направлено на изучение проблемы взаимосвязи ценностных ориентаций и профессионального самоопределения обучающихся в вузе. Данный период обучения считается наиболее благоприятным для усвоения и установления ценностей профессиональной деятельности, а также для формирования профессиональной стратегии.

На формирование профессиональных ценностей студентов оказывают влияние множество факторов – условия, в которых прошло детство, социальный статус семьи, а также материальное положение родителей, наличие надлежащего образования и многое другое [1].

По анализам результатов социологического исследования (Белова О.Р., Боронина Л.Н., Вишневский Ю.Р), существенная доля студентов соотносит успех в жизни с интересной работой, которая будет им по душе. Ориентация на интересную работу взаимосвязана с достаточно высокой важностью таких ценностей, как компетентность, творческий процесс, образованность и реализация способностей [2].

На мезоуровне на рейтинговую структуру ценностей воздействует тип поселения, в котором проживали студенты до поступления в высшее учреждение образования. Студенты небольших городов и сельских местностей в меньшей степени демонстрируют статусные и престижные установки, стремление к свободе и независимости, направленность на реализацию творческих намерений и способностей. Для них большее значение имеют ценности личной жизни, такие как здоровье, семья, дети, а также проявление уважения к окружающим. Вместе с этим разные начальные условия проживания, несомненно, создают конкурирующие установки, связанные с получением хорошего образования и достижением высокого профессионального уровня [3].

Наибольшие различия в ценностных ориентирах присутствуют у выпускников разных средних учреждений образования. У студентов, закончивших специализированные классы, гимназии или средние профессиональные технические училища зафиксированы наибольшие различия в ценностных установках. Для них в большей степени характерными являются статусные ценности и ценности самореализации. В меньшей мере их волнуют оценки со стороны референтных групп и мнение общества. Выпускники неспециализированных классов склонны больше к общению с их окружением, чем к достижению высокого уровня профессионализма и образованности [4, с.74].

Важнейшим фактором, влияющим на структуру ценностных установок студентов, являются социально-экономические характеристики их семьи. В семьях с высоким материальным обеспечением и с крайне низким уровнем дохода наблюдаются наибольшие отклонения. Дети, привыкшие к достатку, и в будущем стараются сохранить высокий уровень качества жизни. Материальные ценности и открытие собственного бизнеса играет большую роль для их профессионального определения. Студенты из малообеспеченных семей в наибольшей степени ценят хорошие взаимоотношения среди членов семьи [5, с.34].

Значительное влияние на формирование и развитие профессиональных ориентаций и профессиональных стратегий молодых людей оказывает среда учебного заведения и образовательный

процесс, в рамках которых студенты, помимо профессиональных знаний, приобретают первый опыт профессионально-практической деятельности [6].

Таким образом, из вышеперечисленных факторов, влияющих на развитие профессиональной деятельности, формируются ценностные ориентации, которые способствуют профессиональному самоопределению обучающихся.

Характерной чертой современного студента является то, что ценностные ориентации индивидуальны и на первом месте оказываются материальные ценности.

Рассматривая уровень нормативных идеалов, поведения и убеждений, можно отметить, что одной из главных ценностей для студентов является самостоятельность, которая предполагает свободное действие и стремление мыслить в рамках творчества и исследовательской активности. Самостоятельность как ценностная ориентация происходит от потребности организма в самоуправлении и самоконтроле.

В свою очередь среди ценностных ориентаций студентов, как правило, выделяют доброжелательность, которая направлена на благополучие в повседневном взаимодействии с близкими людьми.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что в ситуации профессионального самоопределения личность опирается на систему сложившихся у нее ценностных ориентаций. Структура ценностных ориентаций личности выступает в качестве системы, характеризующей мотивацию поведения личности в профессиональной сфере, а также служит главной опорой для последующей деятельности.

Список использованных источников

1. Слободнюк, Е.Г. Профессионально-ценностные ориентации как фактор становления личности будущего учителя // Автореферат диссертации кандидата педагогических наук. –Магнитогорск, 2000. – 18 с.
2. Белова, О.Р. Студенчество: динамика ценностных ориентаций / О.Р. Белова, Л.Н. Боронина, Ю.Р. Вишневецкий // Академический вестник. – 2009. – № 3. – С. 19-36.
3. Буравлева, Н.А. Ценностные ориентации студентов / Н.А. Буравлева // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2011. – № 6. – С.124-129
4. Вишневецкий, Ю.Р. Профессиональные стратегии и ценностные ориентации молодежи в условиях экономического кризиса: информационно-аналитический отчет / под ред. Ю.Р. Вишневецкого, Л.Н. Банниковой, М.В. Певной. – Екатеринбург, 2010. – 194 с.
5. Батчаева, Х.Х. Этнопедагогическое пространство семьи // Сб. матер. Всерос. науч.-практ. конф. - Т. 1. – Майкоп, 2004. – 288 с.
6. Пузанова, Ж.В. Влияние обучения в вузе на изменение ценностных ориентаций обучающихся / Ж.В. Пузанова, Т.И. Ларина // Высшее образование в России: научно-педагогический журнал. – 2021. – № 4. – С. 99-111.

УДК 159.9.01

СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ СОВРЕМЕННЫХ БЕЛОРУССКИХ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Ю.В. Шаранович, магистрант

Научный руководитель – **А.Б. Демидов**, к.ф.н., доцент

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова

Понятие социальной установки возникло и развивается на стыке социальной психологии, социальной философии и социологии. Социальная установка – это латентное, устойчивое состояние predisposition индивида к положительной или отрицательной оценке объекта или ситуации, сложившееся на основе его жизненного опыта, оказывающее организующее влияние на перцептивные, эмоциональные, мыслительные процессы и выражающееся в последовательности поведения (как вербального, так и невербального) относительно данного объекта в данной ситуации. Социальные установки обуславливают субъективные ориентации индивидов как членов групп (или общества в целом) на те, или иные ценности, предписывающие индивидам определенные социально принятые способы поведения [2, с. 77].

Актуальность настоящего исследования состоит в том, что социальные установки вырабатываются почти в каждой сфере жизнедеятельности современного человека. Социальные установки

оказывают большое влияние на мотивацию, на профессиональное самоопределение. Но очень часто старшеклассникам не хватает имеющегося у них социального опыта, который помог бы адекватно воспринимать различные ситуации.

Социальные установки старшеклассников коррелируют с процессом их осознания своей роли, своих прав и обязанностей. Во время социализации формируется «взрослость». По словам Ф.Х. Лайпановой, переход во взрослую жизнь нуждается в пересмотре ценностей, убеждений, а также взглядов на многие вещи, а для этого нужны определенные усилия [3, с. 85].

Необходимая для развития социальных установок старшеклассников деятельность способствует становлению внутренних регуляторов и появлению навыков социально одобряемого поведения.

Процессы формирования социальных установок и корреляции между ними нередко исследуются современными учеными (Р.И. Газимагомедов, Л. Донога, Р. Терещук), но они преимущественно относятся к студенческому возрасту. У старшеклассников чаще всего исследуют профессиональные установки (А.А. Кокова, И.Ю. Панькина, Л.М. Хабаева) либо ценностно-мотивационные установки (С.П. Иванова, О.В. Мылласова) [1, с. 530]. Чтобы восполнить видимый пробел, мы провели среди старшеклассников социологическое исследование, направленное на изучение их социальных установок. Базой исследования послужила витебская средняя школа № 46 им. И.Х. Баграмяна. В опросе участвовали 52 учащихся 10-х классов.

На основе полученных данных готовятся рекомендации для психологов и социальных педагогов учреждений образования, направленные на оказание психологической помощи старшеклассникам в формировании социальных установок.

При изучении результатов были получены следующие данные. Так, 73 % опрошенных считают, что их поведение соответствует требованиям социально одобряемых правил и только 27 % ответили отрицательно. Таким образом, можно сделать вывод о том, что поведение старшеклассников, по их мнению, соответствует требованиям социально одобряемых правил.

Далее мы поинтересовались отношением старшеклассников к незначительным нарушениям определенных социальных норм и получили следующие ответы: 62 % опрошенных указали на то, что они не испытывают переживаний из-за совершения мелких нарушений и лишь 38 % чувствуют беспокойство по данному поводу. Интерпретируя полученные данные и соотношение между ними, следует обратить внимание педагогов на то, что преобладающая индифферентность к мелким нарушениям может способствовать дальнейшему развитию негативного отклоняющегося, девиантного поведения.

На вопрос о том, соблюдают ли они правила пересечения проезжей части улицы, 87 % ответили, что переходят улицу только на пешеходном переходе или светофоре, и только 13 % старшеклассников считают необязательными для себя эти требования безопасности. Таким образом, подавляющее большинство старшеклассников не пренебрегает личной безопасностью.

Следующий вопрос относился к нецензурным выражениям со стороны старшеклассников в общественных местах. 27 % респондентов ответили, что могут себе позволить нецензурные высказывания, 73 % дали отрицательный ответ. На основании полученных данных можно сказать о том, что этот показатель этической воспитанности старшеклассников относительно высокий.

Но уже при ответе на следующий вопрос мы получили несколько иное соотношение результатов. Из опрошенных старшеклассников 52 % признались, что способны нагрубить старшим, в отличие от остальных 48 %. Таким образом, поведение и отношение к старшим среди старшеклассников довольно разное. Грубить, возражать, не соглашаться с мнением старших, высказывая свое мнение в грубой форме, могут себе позволить и те старшеклассники, которые не считают допустимыми для себя нецензурные выражения. Выходит, что, соблюдая общественно признанные нормы в одной ситуации, старшеклассники могут игнорировать их в другой ситуации.

В завершение опроса мы поинтересовались у старшеклассников их отношением к употреблению спиртных напитков в общественных местах. Отрицательно высказались на этот счет 90 % респондентов и только 10 % дали положительный ответ. Полученные данные позволяют судить о том, что, несмотря на испытываемые сложности в период формирования своей системы взглядов на мир, своей системы ценностей и социальных установок, широкая пропаганда здорового образа жизни, проводимая в нашей стране, привитие этических норм в школе, заботливое семейное воспитание позволяют избежать ситуации пренебрежения социальными нормами.

В целом полученные результаты социологического исследования свидетельствуют о том, что целенаправленное формирование социальных установок у старшеклассников требует определенной поддержки со стороны психологов, социальных педагогов учреждений образования. При этом следует учитывать собственные волевые интенции старшеклассников, чтобы социальные нормы не воспринимались ими как навязанные сверху. Нужно создавать условия, которые позволяли бы им успешно разрешать учебные задачи и разнообразные проблемы переходного возраста, воспринимаемые в качестве собственных жизненных проблем.

Значительное влияние на формирование социальных установок старшеклассников оказывает их ближайшее окружение, а именно друзья, родители, педагоги и т.д. Порой окружение недостаточно корректно и благотворно влияет на формирование социальных установок, и в такой ситуации может потребоваться помощь со стороны психолога или социального педагога. Система поддержки, направленная на формирование социальных установок старшеклассников, должна быть в каждом учреждении образования. По мере надобности к этой работе должны привлекаться не только психологи и социальные педагоги, но и родители. Данная система поддержки формирования благоприятных социальных установок у старшеклассников должна включать всевозможные направления работы, мобилизующей как внутренние, так и внешние ресурсы для гармоничного развития личности.

Список использованных источников

1. Доронина, Н.Н. Социально-психологические установки личности старшеклассников с разным уровнем эмоционального интеллекта / Н.Н. Доронина, Ю.Н. Гут, М.В. Ланских // Педагогический ИМИДЖ. – 2022. – Т. 16. – № 4 (57). – С. 530–542.

2. Зенченко, К.А. Исследование феномена социальной установки, сущность и структура данного понятия / К.А. Зенченко // В сборнике: Наука XXI века: взгляд в будущее. Материалы IX Национальной заочной научно-практической конференции учащейся молодежи. Международная академия наук педагогического образования, Шадринский государственный педагогический университет; редакторы: Н.В. Ипполитова, Н.С. Стерхова. – 2017. – С. 77-80.

3. Лайпанова, Ф.Х. Особенности работы социального педагога со школьниками в ситуации одиночества / Ф.Х. Лайпанова // Традиции и инновации в психологии и социальной работе: Сборник научных трудов / отв. ред. Чомаева Г.А. – Карачаевск: Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева, 2019. – С. 84-89.

УДК 316.643.2

ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕННОСТИ МОЛОДЁЖИ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ

М.В. Шелест, Д.А. Ковальчук, 2 курс

Научный руководитель – **Э.Н. Каленчук**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В мире, подверженном глобализации, развитие мировой экономики, политики и культуры объединилось в общий процесс. Непрерывная коммуникация и взаимное влияние культур разных стран формируют полицивилизационный мир.

Ускоренное развитие мультикультурализма в глобальную эпоху привело к столкновению и взаимовлиянию ценностей.

Системы ценностей, будучи ядром культуры, непрерывно развиваются и изменяются вслед за усложнением культурных явлений. Система ценностей – это осознанная оценка человеком важности явлений и вещей. Это своего рода общественное сознание, которое меняется вместе с изменениями в социальном существовании. С другой стороны, система ценностей играет ведущую роль для деятельности человека, его жизненного выбора, жизненного пути и оценки вещей [6, с. 26–27].

Залогом успешного развития любого государства и его главным стратегическим ресурсом являются мотивированные, образованные и активные молодые люди. К современному поколению молодёжи принято относить молодых людей, родившихся на рубеже веков и вступающих во взрослую жизнь в данном десятилетии. По сути, речь идёт о тех, кто сегодня сидит за студенческой скамьёй. Формирование этого поколения в Беларуси и Китае происходило в условиях гло-

бальной нестабильности, на фоне перемен в общественных настроениях, утверждении рыночных отношений и ускоренном развитии мировой экономической интеграции [5, с. 323].

По данным Национального статистического комитета, на начало 2022 г. в Республике Беларусь насчитывается 1 663 261 молодых граждан (около 20% от общего количества населения), а в Китае – 401 178 400 молодых людей (28,4% от общего количества населения).

На формирование ценностных ориентаций молодых людей влияют не только традиции, но и межкультурные коммуникации, в значительной степени отражающие изменения в социально-экономической и культурной жизни. Актуальность развития процесса межкультурных коммуникаций определила основную цель данного исследования, которая заключается в выявлении сходств и различий ценностных ориентаций молодёжи Беларуси и Китая.

Важным для исследования является факт того, что наш мир перешёл на новый этап в развитии, который состоит в том, что человечество становится более сплочённым в процессе обмена информацией, товаров, знаний и культуры. Это определяет наличие сходств ценностных ориентаций молодого населения вышеупомянутых стран, что подтверждается рядом исследований.

По результатам социологического опроса молодых белорусов в возрасте от 14 до 17 лет, для белорусской молодёжи являются важными вопросы, связанные с занятостью, здоровьем, семьёй и образованием. По данным исследования, главными жизненными целями молодых людей являются достижение делового успеха, построение карьеры (60,3%), сохранение и укрепление здоровья (51,6%), создание счастливой семьи (49,5%). Топ-5 жизненных приоритетов составляют желание стать профессионалом в своей специальности (46,5%) и разбогатеть (46%). По мнению молодых людей, гарантией их благополучного будущего выступает открытие собственного бизнеса (51,8%), установки «усердно работать» (48,8%) и «учиться, постоянно повышать свою квалификацию» (47,7%) [1].

Таким образом, результаты исследования показывают, что современная белорусская молодёжь конструктивная, мобильная, нацеленная на успех и развитие, обладающая высоким потенциалом и готовая добиваться поставленных целей.

В Китае, как и в Беларуси, профессиональная деятельность занимает лидирующие позиции в системе целей и приоритетов молодых людей. Молодёжь Китая также больше внимания уделяет достижению практической пользы и приобретению материальной базы. Целью труда молодых людей Китая является самореализация и обеспечение источника материального достатка. По результатам опроса, проведённого в Шаньдунском технологическом университете, главными жизненными целями молодёжи Китая является построение карьеры (50,9%), жизнь в безопасности и спокойствии (43,4%) и комфортная жизнь (24,8%).

Анализ статистических данных показывает, что, для того чтобы добиться успеха в жизни, молодые люди Беларуси и Китая считают необходимыми такие личностные качества, как коммуникабельность, оптимизм, сила воли, лояльность, трудолюбие и порядочность. Обе стороны убеждены, что для быстрого профессионального роста и карьерного успеха важно обладать знаниями и умениями, усердно работать. Однако немаловажными критериями были признаны наличие связей и знакомств, поддержка родных и близких, упорство и целеустремлённость, а также знание иностранного языка.

Значимой ценностью молодого поколения также является патриотизм. По результатам социологического исследования, проведённого институтом социологии НАН Беларуси, 85% молодёжи Беларуси считают себя патриотами. 55,9% опрошенных на вопрос «Считаете ли Вы себя патриотом?» ответили утвердительно, 30,6% - «скорее да, чем нет» [3]. В аналогичном исследовании, которое проводилось в городах Гуанчжоу и Пекине, 83% китайских студентов на вопрос «Являетесь ли Вы патриотом?» ответили утвердительно, а 6% опрошенных выбрали вариант ответа: «Патриотизм в эпоху глобализации потерял всякий смысл».

Наиболее очевидным является отношение молодёжи обеих стран к религии. Религия является частью культуры и пронизывает все аспекты социальной и культурной жизни. Согласно исследованию, проведённому китайскими учёными среди студентов и преподавателей университетов северного Китая, 73% преподавателей и студентов не имеют религиозных убеждений [3, с. 119–123]. В свою очередь, опрос, проведённый Белорусским институтом стратегических исследований, показал, что белорусская молодёжь также обладает невысоким уровнем религиозности – о вере в Бога заявило 40% респондентов, тогда как 60% считают себя неверующими либо неопределившимися.

ся [2]. Таким образом, в обеих странах наблюдается тенденция к снижению числа молодых людей, исповедующих какую-либо религию.

Современные реалии требуют от государств взвешенной и сбалансированной культурной политики, основанной на поиске надежных партнеров и установлении с ними всесторонних связей, в основе которых лежат межкультурные коммуникации и взаимопонимание. В условиях единой культурной среды, которая обусловлена процессом глобализации, сходства в индивидуальном развитии личности и трудовых ценностях молодых людей Китая и Беларуси могут быть использованы в качестве опорных точек для эффективной коммуникации.

Список использованных источников

1. Белорусский институт стратегических исследований – «фабрика мысли», учреждённая Президентом Республики Беларусь. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://socio.bisr.by>; дата доступа: 25.03.2023.
2. Белорусский институт стратегических исследований – «фабрика мысли», учреждённая Президентом Республики Беларусь. Этноконфессиональный мир, доверие церкви, плавное снижение религиозности: главные тенденции в религиозной сфере. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://bisr.gov.by>; дата доступа: 26.03.2023.
3. Институт социологии Национальной академии наук Беларуси. Итоги исследования «Патриотические ценности Республики Беларусь». [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://expert.belta.by/37/>; дата доступа: 26.03.2023.
4. Ляо Давэй. Новое исследование религиозных убеждений молодых учителей и студентов университетов / Давэй Ляо, Юян Занг // Журнал Хэбэйского педагогического университета. – 2018. – С. 119–123.
5. Харари Ю.Н. 21 урок для XXI века. М., 2019. – С. 323.
6. Ши Хайбин. Исследование ценностного воспитания молодёжи / Хайбин Ши. – Народное издательство Аньхой, 2007. – С. 26-27.

УДК 364.69

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

А.М. Шмат, XI «А» класс

Научный руководитель – **Т.Н. Савило**, учитель истории и обществоведения
Государственное учреждение образования «Средняя школа №8 г. Пинска»

Пропаганда здорового образа жизни является одним из стратегических направлений государственной политики. Здоровый образ жизни можно рассматривать как индивидуальную систему поведения человека в окружающей среде, способствующую физическому, психическому и социальному благополучию. Важный метод укрепления здоровья населения – это обучение граждан здоровому образу жизни, пропаганда и информирование их о той важной роли, которую каждый человек играет в сохранении собственного здоровья и благополучия общества [4]. Проблема укрепления и сохранения здоровья, привлечение к систематическим занятиям физической культурой современного поколения детей и подростков – залог сохранения нации. Только совместными усилиями государственных институтов, работников образования, здравоохранения и семей она может быть успешно решена.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что здоровье населения нашей страны, особенно молодого поколения, имеет тенденцию к ухудшению, поэтому поиск эффективных методов его улучшения является насущной общественной и государственной проблемой. И сегодня учеными и специалистами ставится вопрос о необходимости развития информационной политики, формирующей здоровый образ жизни людей в социальной и природной среде.

Новизна исследования заключается в том, что, собрав и проанализировав информацию о состоянии информационной политики в сфере здорового образа жизни, полагаем возможным акцентировать внимание общественности на практическую реализацию данного вопроса.

Целью работы является выявление состояния информационного поля, содействующего пропаганде здорового образа жизни.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи исследования:

раскрыть механизм формирования правовой основы информационной политики в сфере здорового образа жизни в СССР и Республике Беларусь;

установить особенности информационной политики по формированию здорового образа жизни в советское время 70-80 гг. XX века и в Республике Беларусь в настоящее время;

проанализировать реализацию информационной политики по формированию здорового образа жизни на уровне города;

разработать навигатор и комплекс воспитательных мероприятий по формированию здорового образа жизни для учащихся.

Объектом исследования является формирование здорового образа жизни.

Предметом исследования – информационная политика в сфере здорового образа жизни в городе Пинск.

Здоровье молодого поколения сегодня напрямую связано не только с состоянием общественно-го здравоохранения, но и с самим образом жизни людей. В связи с этим определены основные задачи и цели государства: многоуровневый подход к организации профилактических мероприятий, изменение образа жизни, разработка и реализация образовательных программ, направленных на сохранение и укрепление здоровья подростков и молодежи, формирование у каждого из них активной мотивации к укреплению собственного здоровья и здоровья окружающих [2].

Проведённый анализ аспекта нормативно-правового регулирования информационной политики в сфере здорового образа жизни показал, что и в СССР и в Республике Беларусь на должном уровне уделялось внимание этой проблеме. Советские и белорусские высшие государственные органы власти на законодательном уровне регулировали вопросы, связанные со здоровьем населения, прежде всего уделяя внимание физкультурно-оздоровительному аспекту и создавая условия для его реализации.

Пропаганда физического воспитания в СССР занимала отдельное место в государственной политике [1]. Основные культурные, социальные, экономические и политические задачи СССР решались при помощи пропаганды и развития здорового образа жизни и спорта. В советском государстве при помощи целого ряда законопроектов и создания множества ответственных органов здоровый образ жизни стал настоящим культом.

Здоровье людей, развитие физической культуры и спорта провозглашено в Беларуси приоритетным направлением социальной политики [3]. В соответствии с Государственной программой «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» предпринят ряд мер по популяризации здорового образа жизни: обеспечивается развитие спортивной материально-технической базы, совершенствование нормативно-правовой базы, принятие комплекса программ и рекомендаций в сфере здорового образа жизни. Однако решающим фактором в процессе формирования установки на ведение здорового образа жизни, по нашему мнению, выступает личная мотивация индивида.

Проведённый анализ реализации информационной политики в сфере здорового образа жизни в советское время, в Беларуси и городе Пинске, даёт возможность сделать вывод о наличии широкого комплекса мер в осуществлении данного направления и отметить как положительные стороны, так и недостатки в реализации этой политики [5].

В процессе реализации целей и задач настоящего исследования возникла идея о формировании социального проекта «Здоровым быть здорово», ориентированного на посильное оказание помощи в пропаганде здорового образа жизни среди учащихся школ города. В соответствии с задуманным был проведён конкурс плакатов на тему здорового образа жизни среди учащихся 5-6-ых классов, конкурс презентаций «Эликсир здоровья» среди 7-8-ых классов, фотокросс «Утро хорошего дня», силами учащихся педагогического класса были проведены внеклассные мероприятия для учащихся младших классов, а также был разработан навигатор и комплекс наиболее эффективных воспитательных мероприятий. В рамках осуществления проекта на заседании Городского Детского Парламента города Пинска был поднят вопрос о проведении силами учащихся школ города акций по пропаганде здорового образа жизни. Таким образом, существенно были расширены масштабы деятельности, перейдя от теоретических изысканий в области информационной политики в сфере здорового образа жизни к наработке практических мер по ее реализации.

Изучив источники по исследуемой тематической области, а также осуществив анализ содержания деятельности основных средств массовой информации, организаций и учреждений города

Пинска, авторы настоящего исследования пришли к выводу о сохраняющейся высокой значимости информационного обеспечения в популяризации здорового образа жизни среди широких слоев населения страны.

Авторы исследования придерживаются точки зрения, что создание информационно-пропагандистской системы будет способствовать повышению уровня знаний всех категорий населения о негативном влиянии факторов риска на здоровье. Следует подчеркнуть, что от степени заинтересованности людей в собственном здоровье напрямую зависит успех данного направления в работе по формированию здорового образа жизни.

Формирование здорового образа жизни, всестороннее оздоровление нации должно стать общенациональной идеей, объединяющей все слои общества для решения задачи преодоления демографического кризиса в стране и развития сильного государства.

Список использованных источников

1. Основные направления развития охраны здоровья населения и перестройки здравоохранения СССР в двенадцатой пятилетке и на период до 2000 года [Электронный ресурс]: постановление Центрального Комитета КПСС и Совета Министров СССР от 19 ноября 1987 года N 1318. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/901753587> – Дата доступа 13.08.2022

2. Об утверждении Концепции национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]: указ Президента Республики Беларусь № 575 от 09.11.2010. – Режим доступа: https://belzakon.net/Законодательство/Указ_Президента_РБ/2010/3062 – Дата доступа 15.08.2022

3. Об утверждении Государственной программы «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» на 2021 – 2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 19 января 2021 г. № 28// Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100028> – Дата доступа 15.08.2022

4. Информационная стратегия по продвижению здорового образа жизни в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.unicef.by/uploads/tenders/Tender%20NCDs/INFORMACIONNAYa-STRATEGIYa-_final.pdf – Дата доступа 20.08.2022

5. Касимов Р.А. Средства массовой информации в формировании здорового образа жизни школьников [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-informatsii-v-formirovanii-zdorovogo-obraza-zhizni-shkolnikov> – Дата доступа 25.08.2022

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

УДК 33

DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE REPUBLIC OF BELARUS AT THE PRESENT STAGE

S.N. Gerasimovich, 3rd year
Scientific supervisor – **N.P. Bulanova**, senior lecturer
Belarusian National Technical University

The economy of the Republic of Belarus has its own specific features and characteristics, which are largely determined by its historical and geopolitical context. One of the main features of Belarus' economy is its close cooperation with Russia. This is due not only to the country's geographical location, but also to historical ties, including the Soviet legacy.

The economy is dominated by the state, which manifests itself in significant state ownership and regulation of economic activity. There are a number of large state-owned enterprises involved in the production of basic goods and services, as well as restrictions on foreign trade and capital investment.

The economy of Belarus is currently undergoing a process of improvement. In recent years, the Belarusian economy has faced a number of challenges and problems, such as the economic crisis, sanctions and various restrictions from Western countries, deteriorating economic relations with other countries, and a low level of innovation and competitiveness.

However, the government of Belarus is actively working to improve the economic situation in the country. For the Republic of Belarus, as for any other country, it is important for its economic situation to maintain it at an optimal level.

There are a number of ways in which Belarus can improve its economic situation and keep it at an optimal level. Many of them also involve improving economic relations with other countries.

One of them is attracting foreign investment. The government of Belarus can take measures to attract foreign investors to the country, e.g. by creating a more business-friendly environment and improving infrastructure. This could include tax incentives, easy access to credit and investment protection guarantees.

The government of Belarus is now actively attracting foreign investment into the country, especially into high technology sectors such as the IT sector and manufacturing. This contributes to the development of the economy and improves the living conditions of the population.

One example of a successful investment project is the construction of the Belarusian-Chinese Industrial Park. This project was launched in 2014 and involves the construction of a multifunctional industrial park in Belarus together with the Chinese side [1].

Another is innovation and technology development. The Belarusian government can invest in science and research programs to improve the country's technological capabilities and attract more investors.

An important element of economic development in Belarus is the support of small and medium-sized businesses, creating conditions for attracting investment and developing new sectors of the economy. In this direction, work is being done to create a climate for investment, promote innovative and start-up projects, and develop the digital economy and infrastructure. Entrepreneurship support programs are being developed, such as preferential loan programs, subsidies for a portion of research and development costs, and others. Work is underway to develop digitalisation and innovation capacity, including the promotion of start-ups and IT companies, to create new jobs and stimulate economic growth [2].

Also, Belarus can focus even more on developing its exports of goods and services in order to increase foreign exchange earnings and improve the country's trade balance, and it can also lead to increased economic integration with other countries. This requires market research and analysis of external markets in order to determine the demand for Belarusian products and services.

At the moment, the country is actively developing exports of goods and services, attracting new partners and expanding the geography of supplies. Belarus is a major exporter of metal products, chemical and wood products, and agricultural products.

Cooperation with other countries and international organisations is also an important area of economic development in Belarus. Belarus actively participates in integration processes in the post-Soviet space and develops trade and economic relations with various countries of the world.

Belarus can strengthen ties with other countries by negotiating and concluding economic agreements such as free trade agreements, bilateral cooperation agreements, etc. Belarus can actively participate in the work of international organisations, such as the World Trade Organisation, to raise its status on the world stage and expand its economic ties with other countries [3].

The development of tourism is also an important aspect. Belarus can increase the number of foreign tourists visiting the country by creating supportive tourism infrastructure, improving the quality of services and marketing campaigns in other countries.

However, it should be noted that some economic problems in the country remain unresolved, such as high inflation, which can have a negative impact on the economy as a whole.

Thus, although the Belarusian economy has faced some challenges and problems, the government and the country's business community are actively working to address them and develop the country's economic potential.

State programs are implementing measures to modernize production and improve its efficiency, promote exports, and improve infrastructure and the investment climate. Reforms in public administration and budget financing are also underway.

Despite all the existing problems, Belarus is a country with a highly educated population, a skilled labour force and a number of successful industries, such as agricultural production, engineering and the IT sector.

References

1. Great Stone Industrial Park [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.belarus.by/en/business/business-environment/industrial-park-great-stone>.
2. Economy of Belarus [Electronic resource]. – Access mode: <https://president.gov.by/en/belarus/economics>.
3. New face of the economy [Electronic resource]. – Access mode: https://economy.gov.by/en/new_face_of_the_economy-en/.

УДК 336.02

CURRENT ISSUES OF ECONOMIC AND FINANCIAL DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

E.D. Deryabkina, 1-st year

Scientific supervisor – **N.P. Bulanova**, senior lecturer
Belarusian National Technical University

Studies in the field of economic and financial development in our country for the last period of time illustrate the positive growth of such an indicator as GDP in Belarus. Unfortunately, along with this growth there are negative aspects, such as a large number of enterprises that do not bring profit, few discoveries in science, little attention to the innovation development of our country, a large number of entrepreneurs. It is also worth noting that our state has a lot of unpaid debts. The above-mentioned negative aspects create a danger to the existing positive trends. It is problematic to maintain the positive dynamics of GDP by the methods existing at the present stage of development and by economic policy instruments, since the possibilities of the state management system, which exists now, have been practically exhausted. That is why it is important to take into account the difficulties that our country is experiencing at the present time.

The main problems in the economic sphere which our country faces are, first of all, low productivity of the markets. They absolutely not effectively use the working power which in its turn reduces the capital of the country. The competition is at a low level due to which the quality of the produced goods and,

consequently, the general well-being of our country suffer. The whole fault is in conditions in which the business activity of Belarus which is absolutely not focused on doing business is done.

We would also like to note the monopolization of markets. It is a state where the market has only one main, operating subject, and it is this subject which decides how to set the price for the products produced. All small businesses are subject to the monopolist. It is impossible not to mention social disparity in our country, when there is a stratification of society, when different classes are on different levels of financial and social security have different opportunities in all spheres of life activity. State regulation is completely ineffective, due to the lack of both institutional and macroeconomic conditions for investment, as well as a large amount of public spending, which is used completely ineffectively. Involvement in world commerce is at a low level, as a result of which we suffered from non-commodity exports and the integration of the state economy into international value chains and a high level of tariffs.

The following issues are being considered to move the Belarusian economy forward:

- speeding up the restructuring of the structure and reconstruction of companies;
- creating suitable conditions for entrepreneurship without strict limits;
- management of state property to a more effective level;
- activation of investment processes aimed at creating new and improving existing jobs;
- creation of conditions which motivate people and enterprises to work more efficiently, a responsible attitude of people to their work;
- increasing the number of qualified employees [1].

The main negative influence on the economic dynamics in Belarus in the medium term will be the persistence of a significant negative trade balance, which will provide a further weakening of the national currency and a rise in prices.

Now let us consider finance. Finance and economics in our country are very closely connected. Each of these points of these policies is complementary to the other. At the modern stage of development of our society the main tasks in the sphere of finance are taxes and the tax system of the state as a whole, which needs improvement and introduction of certain changes in the sphere of tax collection, it is very important to change the concept of tax legislation in our country. The availability of external effects also affects, these effects are certain benefits or costs received by economic subjects, which do not affect the price of the good in any way.

It seems that the role of financial science in the system of economic sciences will only increase over time, which is associated, for example, with such developments as the mathematization of economics. So the main issues currently being addressed in the financial sphere are:

- a simpler way to accrue as well as directly pay taxes, improving the taxation system of tax services;
- stimulating the issuance of credit, improving the financial system, the formation of proper reporting on it;
- equalizing tax payments for all segments of the population in the context of social stratification, as most tax benefits are removed from the tax law [2].

The main priorities of our fiscal policy in the coming years are increasing workers' wages, and we are already developing a strategy that will reduce the expenditures of our state, which have been used quite inefficiently in recent years. Emphasis has also been placed on the budgetary sphere. Another strategy is necessary for a rational allocation of the budget, to establish a link with budgetary resources. The organization of state and budgetary companies is being carried out. It is planned to increase employment in the state with the existing level of unemployment, involving as much of the able-bodied population as possible. The implementation of the conceived financial policy mainly depends on the correct and sequential organization of all the planned measures for the development of this sphere, taxes, and the budget. An important factor that plays an important role is the ability to respond to various changes in financial policy.

Based on the previously described situations, we can conclude that it is necessary to introduce a set of certain measures for the development of both economic and financial spheres. First of all, it is necessary to carry out reforms in the economy, which will affect finances as well, as it was mentioned above about their connection. These measures include the redistribution of labor and capital in favor of companies

with higher profits and sectors with higher productivity, maintaining competition, which in itself will improve the quality of goods produced and giving the private sector its own rights.

References

1. Shirov A.A. Development of the economy of the Republic of Belarus: opportunities and limitations, [Electronic resource]. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-ekonomiki-respubliki-belarus-vozmozhnostii-ogranicheniya/viewer/>. – Access date: 29.03.2023
2. Kovalev, M. M. Modern financial theory and financial education, [Electronic resource]. – Access mode: http://safbd.ru/sites/default/files/finanssetoty_finanseobraz.pdf/. – Access date: 29.03.23

УДК 33

CURRENT ISSUES OF ECONOMIC AND FINANCIAL DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

R.A. Zinchenko, 3rd year

Scientific supervisor – **N.P. Bulanova**, senior lecturer
Belarusian National Technical University

The Republic of Belarus is a country located in Eastern Europe, with a population of around 9.5 million people. Over the years, the country has faced numerous economic and financial challenges, ranging from inflation and currency devaluation to debt accumulation and limited foreign investment. In this essay, we will explore the current issues of economic and financial development in the Republic of Belarus and their potential impact on the country's future.[1]

One of the most pressing issues facing the Republic of Belarus is its high level of debt. The country's external debt reached over \$18 billion in 2020, accounting for around 39% of its GDP. As a result, the Belarusian government has been forced to borrow heavily from international lenders, including the International Monetary Fund (IMF), to finance its budget deficit. However, this has led to concerns about the country's ability to repay its debts, particularly as its economy continues to struggle.

One of the key issues facing Belarus is its dependence on Russia for energy and trade. The country relies heavily on Russia for its energy needs, and in 2020, the two countries failed to reach an agreement on oil prices, leading to a disruption in supplies. This disruption had a severe impact on Belarus's economy, which relies heavily on the petrochemical industry. Additionally, Belarus's trade with Russia accounts for a significant portion of its exports, and any disruption in this trade relationship could have a significant impact on the country's economy.[2]

Another challenge facing the Republic of Belarus is its limited foreign investment. Despite the country's efforts to attract foreign investors, including the establishment of free economic zones and the introduction of investment-friendly policies, the level of foreign investment remains low. This is largely due to concerns about the country's political stability and the lack of transparency in its business environment.[3]

In addition to these issues, the Republic of Belarus is also facing significant inflationary pressures. In 2020, the country's inflation rate reached over 6%, driven by rising food prices and the devaluation of its currency, the Belarusian ruble. This has had a significant impact on the country's population, particularly those on low incomes, who have seen their purchasing power decrease as prices continue to rise.

To address these challenges, the Republic of Belarus needs to implement a range of economic and financial reforms. This could include measures to reduce its debt burden, such as increasing revenue through tax reform or cutting government spending. The government could also work to improve the country's business environment and increase transparency to attract more foreign investment.

Another potential solution is to strengthen the country's ties with its neighbors in the European Union (EU). This could involve working to improve political relations and implementing economic reforms that align with EU standards. By doing so, the Republic of Belarus could benefit from increased trade and investment flows from its neighbors.[4]

In conclusion, the Republic of Belarus is facing significant economic and financial challenges that require urgent attention. The country's high level of debt, limited foreign investment, and inflationary

pressures are all contributing to a difficult economic environment. To address these challenges, the government needs to implement a range.

References

1. Role of the financial markets [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/1999/cr99143.pdf>
2. Financial market trends [Electronic resource]. - Access mode: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2022/653663/EXPO_STU\(2022\)653663_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2022/653663/EXPO_STU(2022)653663_EN.pdf)
3. Financial crisis [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.oecd.org/financial/education/globalpartnerships/cis/Belarus-Roadmap-National-Strategy-for-Financial-Education-EN.pdf>
4. Economy of Belarus [Electronic resource]. - Access mode: <https://president.gov.by/en/belarus/economics>

УДК 330.101.3

TOPICAL ISSUES OF ECONOMIC AND FINANCIAL DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF BELARUS

A. Lesun, 1st year

Scientific supervisor – N.P. Bulanova, senior lecturer
Belarusian National Technical University

The Republic of Belarus is facing the global problem of a rational and reasonable approach to the economy and finances of the country as a single national complex based on the world economic system. The purpose of this paper is to study topical issues of economic and financial development of the Republic of Belarus.

In recent years, the Belarusian economy has been able to surprise many foreign and domestic experts by demonstrating good macroeconomic indicators, obtained primarily due to success in foreign trade. The Republic of Belarus was able to take advantage of the favorable economic environment and demonstrated significant growth in finances and foreign trade in goods and services.

But it is also important to consider that the growth in relative indicators was noted against the backdrop of a low base in 2021 and 2022, when, in addition to the impact of the pandemic and sanctions, Belarus faced the cessation of Russian oil supplies [1].

This indicates that, despite the wide range of exported goods, our foreign economic success and earnings depend on the sale of raw materials and oil refining, a significant amount of which is supplied to us by Russia.

In the future, the growth of the price environment will contribute to the stabilization of trade outside the country. But the increase in consumer demand and the strengthening of the elements of buying and selling can weaken the factors of foreign trade. Sanctions and restrictive measures, which are constantly updated, may weaken or even block the commerce and sale of Belarusian products to foreign countries. At the same time, deferred import demand will strengthen and boost the foreign trade surplus.

Also, for the development of the economy and finances, Belarus seeks to interact with other countries, including countries with more developed economies. To this end, the Republic of Belarus organizes student exchanges, arranges and participates in international conferences and exhibitions, develops innovations and inventions, which it shares with foreign countries, because strengthening ties with other countries has a positive effect on any country as a whole [2].

As for finances, we can say that the financial system in the Republic of Belarus consists of structural elements that can be subject to external influence, so the issues of financial development are constantly changing. The development and improvement of the economic system and economic relations with foreign countries, and especially with Russia, has a beneficial effect on the financial system. We believe that these changes should be implemented to improve the financial system and ensure the financial stability of the country [3].

Financial policy in the Republic of Belarus is managed by the state to regulate financial resources. For this, scientific methods for the development of finance are being developed, and the rational use of the country's capital is predicted. To meet the demand of the people, the Republic of Belarus is looking for

ways to achieve the goals of maximizing financial programs, the correct receipt and exploitation of financial resources and profitable ways for capital management.

In conclusion, we would like to say that Belarus seeks to create a successful and secure financial and economic future, while solving the issues and problems of the economy and finances of the country, to create profitable relations with other countries and make a national leap in the global space.

References

1. Что ждем от грядущего года, [Electronic resource]. – Access mode: https://neg.by/novosti/otkrytj/perspektivy-razvitiya-jekonomiki-belarusi-v-2022-godu/?sphrase_id=20466. – Access date: 27.03.2023.
2. Экономическое развитие Беларуси, [Electronic resource]. – Access mode: https://spravochnik.ru/ekonomika/ponyatie_ekonomicheskogo_razvitiya/ekonomicheskoe_razvitie_belarusi/#opredelenie-ekonomicheskogo-razvitiya. – Access date: 28.03.2023.
3. Проблемы и перспективы экономического роста Республики Беларусь, [Electronic resource]. – Access mode: <https://wikidalka.ru/2-161093.html>. – Access date: 28.03.2023.

УДК 338.48-51(476)

BUSINESS PLANNING RISK ANALYSIS IN TOURISM

D.V. Sevko, 2 course

Supervisor – I.M. Zborina, PhD in Economics, associate professor
Polesky State University

Any business activity requires the use of different planning mechanisms, primarily because of its innovative nature, risk, uncertainty of the external environment. The final part of any business plan is the identification and analysis of risks that may arise during the implementation of the project. In market conditions, this part is particularly important, and the depth of its development largely depends on the activities of the travel company. It is not so much the accuracy of the calculations that is important as the predetermined risk situations. Therefore, there is a need to conduct a study of business plan risks in tourism.

The basic idea of risk analysis is to measure the risk quantitatively or at cost. Accordingly, the content of tourist risks includes various threats against entities and objects of the tourist market. These threats extend to infrastructure, the tourist industry and tourists themselves, and can alter the level of tourist activity.

In tourism activities, there are a number of risks: instability of supply and demand; the impact of competition; seasonality; elasticity of supply and demand. Therefore, in business planning it is necessary to determine the size of the risk, the probability of its occurrence, the degree of controllability of the specific risk [1,2, pp.173].

Risks in tourism can be divided into intra-firm (endogenous), which travel agency can manage and influence them, and exogenous, external, which are difficult or even impossible to influence the enterprise (Table 1). However, risk can in some cases be a favourable factor for development. First, tourism enterprises use increased risks to maximize their profits. For example, in modern conditions is gaining popularity such a form of tourism as adventure and extreme. In this case, there is a multiplier effect of risk: increased risks are borne by tourists themselves as subjects of extreme tourism, as well as tour operators and travel agents as producers and sellers of tourist products. Second, any tourist enterprise that brings a new product or service to the market can be subject to venture financing. It is also possible that the tourist enterprise itself acts as an investor in high-risk projects [4, p.40].

The COVID-19 pandemic in 2020-21 had a devastating impact on the travel and tourism industry. Worldwide, the coronavirus pandemic caused tourism losses of around \$320 billion, and put 120 million jobs at risk. The number of foreign tourists visiting Bashkortostan in 2020 decreased by 324,500 people compared to 2019. The impact has been particularly devastating in countries that rely heavily on tourism as part of their GDP.

World tourism is very negatively affected by the closure of Ukrainian airspace, sanctions against Russia, as well as restrictions on European airlines that are forced to change routes between Europe and Asia. And this, in turn, lengthens flights, increases fuel costs, which leads to an increase in the price of air tick-

ets. According to the World Tourism Organization (UNWTO), the loss of world tourism can amount to 14 billion dollars [5.6].

Table – Types of risks in tourism

Types of risks	Characteristic
Economic	Risk of inflation, decrease of effective demand of population
Financial	Credit risk - the borrower's failure to pay installments, currency risks
Political	International conflicts, stricter requirements for the entry documents of foreign tourists
Social	Changing consumer preferences in the tourism market, crowding out tourism
Legal	Adoption of laws that will restrict or significantly complicate the functioning of the travel company
Ecological	Risk of natural disasters, cataclysms and inappropriate weather for travel
Intra-firm	Reputation deterioration due to customer dissatisfaction, discrepancy between price and quality of tourist product, default of contractual obligations by partners, risk of insolvency

Note – Source: 4

In early October 2022, a 5.3 magnitude earthquake struck Hokkaido, Japan. At the same time, the typhoon "Kong Rae" covered the north-west of the country, more than 20 people were affected by the elements. Then ticket sales to Japan fell by 53%. Against the background of natural disasters, the total flow of tourists to Japan fell for the first time in 6 years. So, in September, 2.16 million tourists visited the country - it is 5.3% less than in the same period of 2017.

In Turkey, after devastating in early February 2023, which killed more than 40,000 people, tourists fear a repetition of the disaster, which led to the partial cancellation of reservations [5].

Thus, economic, geopolitical and environmental problems in the world can significantly affect the tourism business.

In the tourism business should determine which of the potential problems are most dangerous for the activity, and form proposals to minimize the risks. Measures to mitigate risks may include reducing uncertainty by obtaining additional information. Also, one of the most common and reliable methods of risk reduction, which can be used for the travel company - self-insurance, which is carried out by the creation of special reserve funds (insurance reserves) [3, p.157.4].

Thus, risk in tourism - is the probability of losses or losses that are borne by the client of the travel agency or the travel agency itself due to external and internal reasons. The tourist business, like any other has its advantages and disadvantages. It is important to study and analyze all nuances and risks, as well as to develop a sound management policy.

Source list

1. Business planning at the enterprise: Textbook for bachelors/ I.A.Dubrovin - 3rd edition. - M.:Publishing and trade corporation «Dashkov and K», 2019. 432 s.
2. Business planning / Ed.: textbook / T. G. Popayuk, V. J. Gorfinkel. - M. - University textbook; [B. m.]: INFRA-M, 2021. - 296 p.
3. Risk management and insurance in tourism / T. A. Fedorova. - M.: Master; [B. M.]: INFRA-M, 2020. - 192 p
4. Development of the business plan of the enterprise in the sphere of service, tourism and hospitality: educational electronic manual / N. G. Kolesnikov; M-in science and higher education Ros. Federation, Feder. state. budget. will be formed. institution of higher. education Petrozavod. Gos. unt. - Electron. dan. - Petrozavodsk: PetrSU Publishing House, 2019.
5. UNWTO Policy Brief: COVID-19 and Tourism 2020: A year in review december 2020 Edition. - Madrid: UNWTO.- 10 p.
6. Ministry of Statistics and Analysis of the Republic of Belarus [Electronic resource]. Access mode: Tourism and tourist resources in the Republic of Belarus, 2022 (belstat.gov.by). Access date: 27.03.2023.

THE INDUSTRIAL POLICY AND CERTAIN ASPECTS OF ITS IMPLEMENTATION IN CHINA

Zhang Wei, MA student

Scientific adviser – **V.Y. Druk**, PhD in Economics, Associate Professor
Polessky State University

Industrial policy is an obligatory attribute of state participation in the economic development of any country. At the same time the very forms and methods of state participation in its implementation are very diverse. The content of industrial policy, forms and methods of its implementation are determined by many factors, among which the most important are the stage of civilizational development of society, the level of socio-economic development of the state, mentality of the population, the formed institutional environment, structural proportions of the economy.

Industrial policy is the most important tool of state influence on the economy, because industry is its backbone sector. The level of development of industry determines the employment of the population, forms the demand for educational, scientific and other various high-tech services. In these conditions industrial policy is built into the general strategy of socio-economic development, which should provide the coordination of contradictory goals and objectives of development.

Industrial policy requires a balance between the goals of purely economic nature and social development. World practice shows that the less developed economy and society, the less influence on the content of industrial policy have social aspects. V. Kalinin suggested the allocation of three conditional stages in the development of industrial policy on the basis of the ratio of economic and social interests [1].

The first stage lasted from the 19th century to the first decades of the 20th century. During this period, the main objectives of industrial policy were to create a strong defense industry, to support the interests of large industries while taking into account social factors only in critical areas: guarantees of employment, provision of the country with food, etc.

The second stage lasted until the 1960s. During this period there was a transition to balancing the interests of industrial development and basic social guarantees. Industrial policy becomes one of the elements of general economic policy.

The third - modern - stage of industrial policy is characterized in developed countries by equality, and often the dominance of social interests over economic ones. The social sphere in the modern industrial policy is a participant in the process of development of national industry. It may be noted again that this stage is characteristic of countries with highly developed economies. In the context of developing countries it is difficult to talk about the emergence of full equality of social and economic interests.

At present, industrial policy is a priority not only of state authorities, but also of business, and civil society institutions are actively involved in its development.

Thus, despite the reduction of direct participation of the state in the economic life of society, there is an increase in its role through the complementarity of market and state mechanisms of regulation. At the same time industrial policy changes deeply depending on the period experienced by the economy and, apparently, in a constantly changing world these changes become permanent. Mechanisms for implementing industrial policy must be shaped by these changes.

China is now one of the leading "players" in many global markets, which is a reason for special attention of competing countries. At the government and business levels of developed countries, development trends and industrial policies of China are actively analyzed to determine the strategic influence of the Chinese economy. Thus, China's active movement towards the creation of advanced industrial products, backed by strong government funding, is causing significant concern in Europe and the United States. In particular, studies of regulatory issues in government procurement, subsidies, information, licensing and national security are likely to impede the development of trade and investment relations with China.

The Made in China 2025 Plan identifies nine priority tasks: improving industrial innovation, integrating information technology and manufacturing, strengthening the industrial base, supporting Chinese brands, introducing green manufacturing, promoting breakthrough achievements in ten key sectors, progressive restructuring of the manufacturing sector, promoting service-oriented manufacturing and the industrial services industry. internationalization of production. Ten sectors (industries) are identified as pri-

ority sectors: new information technology, numerical control instruments and robotics, space and aviation products, marine equipment and high-tech ships, advanced railway transport equipment, energy-saving and new energy vehicles, energy equipment, agricultural machinery, biological medicine and high-tech medical devices. According to the 2025 Plan, the share of Chinese suppliers of base components and base materials for high-tech industries in the domestic market should grow by 70%. A characteristic feature of the Made in China 2025 Plan is the intention of the Chinese leadership to maintain a leading role in managing the economy and transformations (the so-called “the top-down approach”). It is the country's leadership that determines the political priorities and strategic vision of smart-modernization of the industry. Accordingly, for the successful implementation of the plan, it is planned to return state policy in the direction of deepening institutional reforms, in particular on the basis of the creation of special government structures, and strengthening of financial support.

The features of the Chinese economic model are the leading role of the state in the economy, outstripping industrial growth, a sharp reduction in poverty, and increased attention to the development of science and education. The analysis of this model by numerous foreign researchers shows that we are talking not only about a set of certain measures, but above all about a different system of priorities, about a certain philosophy implemented in the process of managing socio-economic processes.

With regard to China's relations with other countries, China intends to "develop and strengthen relations with neighboring countries." This is evidenced, among other things, by the priorities of the PRC's policy on the world stage declared at the party congress. These priorities are discernible in the following formula outlined in the report to the party congress: “We will actively participate in multilateral projects, support the UN, the G20 countries, SCO, BRICS and other organizations, direct the international order towards rationality and justice”.

Due to the achievements and prospects of Chinese industry, China's strategic priority at the current stage of its development is to achieve the global competitiveness of both Chinese industry and the national economy as a whole.

Literature

1. Kalinin A. (2012). Postroyenie sbalansirovannoy promyshlennoy politiki: voprosy strukturirovaniya tseley, zadach, instrumentov [Development of the balanced industrial policy: questions of structuring purposes, goals, tools]. *Voprosy ekonomiki* [Questions of Economics], 4, 132-146.
2. Binev, V. F. Industrial policy of China as the main factor of its socio-economic development / V. F. Binev, Bin Zhang // *Economic Science Today* : collection of scientific articles / BNTU. - Minsk, 2020. - Vyp. 12. - C. 100-114.
3. Tendencies of economic development in the XXI century : materials of the III International Scientific Conference, Minsk, March 1, 2021 / Belarusian State University; editor: A. A. Koroleva (editor-in-chief) [et al.] - Minsk : BSU, 2021. - C. 805-807.

УДК 334.758

MERGERS AND ACQUISITIONS AS A DEVELOPMENT STRATEGY FOR CHINESE FIRMS

E Yan, MA student

Scientific adviser – **V.Y. Druk**, PhD in Economics, Associate Professor
Polessky State University

The global aspirations of Chinese companies to expand their operations are strongly supported by the government. Since 2001 there has been a policy of internationalizing national business and the policy of internationalization of national businesses and the formation of leading companies on the basis of consolidation process, with the government continuing to play a significant role as a major player. The role of the government, which is a major owner of China's largest companies, remains significant.

Weichai Holding Group Co., Ltd. has a development history of more than 70 years, it is a backbone enterprise in the research and development, manufacturing and sales of internal combustion engines supported by the state, and is now a provincial large-scale enterprise group managed by the State-owned Assets Management Committee of the People's Government of Shandong Province.

Founded in 1946, Weichai has 90,000 employees worldwide, with a revenue of more than 300 billion yuan in 2020, ranking 77th among the top 500 Chinese enterprises, 23rd among the top 500 Chinese manufacturing enterprises, and 1st among the top 100 enterprises in China's machinery industry. Weichai is an international multinational group, with power systems, automotive business, construction machinery, intelligent logistics, agricultural equipment, marine transportation equipment and other business sectors in the world, subsidiary companies throughout Europe, North America, Asia and other regions, products are exported to more than 110 countries and regions.

The company owns 7 listed companies and 9 stocks at home and abroad, including Weichai Power, Weichai Heavy Machinery, Yaxing Bus and KGX.F of Germany.

On July 28, 2021, it was selected into the 17th China Machinery Industry Top 100 List sponsored by the China Machinery Industry Federation and the China Association of Automobile Manufacturers, ranking first.

In 2020, Weichai Group overcame the negative impact of the global COVID-19 epidemic, set out to resume operations and production, seized market opportunities and accumulated production and sales of over 1 million engines, a 33% increase over 2019; maintained a 15% increase in revenue and profit over the previous period.

With the successful launch of the commercial diesel engine with a thermal efficiency exceeding 50%, Weichai has made a lasting mark in the history of the global internal combustion engine industry.

The company's corporate strategy is formulated as follows.

Weichai Power has always adhered to the dual-drive development strategy of product and capital operation. At present, the power sector is the most core competitive business of Weichai Power, and this business segment supports the overall profitability of the company. Weichai Power, as a leading gas turbine enterprise in China, has now become an international group with a perfect industrial chain and industrial structure.

Before the implementation of overseas mergers and acquisitions, Weichai Power's main business forklift truck business only occupied the domestic low-end consumer market, and had not yet set foot in the high-end market and overseas market. Through the acquisition of KION, with the help of its global leading technology and marketing channels, Weichai Power has successfully entered the high-end market in Europe and the United States. Through mergers and acquisitions, Weichai Power has opened up overseas markets and enhanced the comprehensive strength of the company, and has now successfully transformed into a strong comprehensive group. Mission: Green Power, International Weichai.

Enterprise tenet: Customer satisfaction is our aim.

Enterprise spirit: responsible for doing, dare to be the first, the pursuit of excellence.

Enterprise values: integrity operation, reform and innovation, truth-seeking and pragmatic, win-win cooperation.

Enterprise goal: to build a world-renowned power brand.

Enterprise vision: to build a world-renowned power brand, establish the largest power group in China, and build an engine manufacturing base at the world's advanced level.

The company has a subsidiary cluster composed of 40 high-quality enterprises such as Shaanxi Heavy Duty Truck Co., Ltd., Shaanxi Fast Gear Co., Ltd., Zhuzhou Xiang Torch Spark Plug Co., Ltd., and Mudanjiang Futong Automobile Air Conditioning Co., Ltd. It has established a new pattern of coordinated development of the three major industrial sectors of powertrain (engine, transmission, and axle), commercial vehicles, and auto parts, and has become the only group in China with three major business segments at the same time.

After the integration, the company's three major business sectors go hand in hand and develop synergistically, and are in an absolutely dominant position in their respective market segments in China. Among them, the market share of high-speed engines in the supporting markets of heavy-duty vehicles with a total weight of more than 14 tons and 5 tons has reached more than 36% and 82% respectively; Fast transmission has a market share of more than 92% in the heavy-duty vehicle market of more than 14 tons; The market share of Shaanxi Heavy Duty Truck has reached more than 12%.

The company has offices in the main domestic markets, and has a special maintenance service center in the market radiation area, which basically forms a pattern of after-sales service center providing 24-hour service support within a radius of 50 kilometers, and constitutes a scientific and perfect market network integrating marketing, service and information.

Weichai's internationalization process is also developing in the direction of depth, the company has built 12 sales outlets abroad, and its products are exported to more than 30 countries and regions such as India, Vietnam, Russia, Southeast Asia, the Middle East, etc., and is well-known at home and abroad for its high-tech, high-performance, high-quality products and first-class service.

With the increase in the number of overseas mergers and acquisitions implemented by Weichai Power, the proportion of domestic revenue generation to the company's total operating income has been decreasing, while the proportion of overseas income has increased significantly. From 7% of total revenue in 2012, it has grown rapidly to 40% in 2019, and even as high as 50% in some years.

Overall, although the gross profit margin of Weichai Power's overseas business is higher, the overseas expenses are also high. Therefore, even in terms of operation and management, Weichai Power has formulated an appropriate development strategy and invested a lot of human and financial resources for this purpose, but the actual effect has not reached the level expected by managers. It can be seen that Weichai Power needs to further improve its cost management in mergers and acquisitions.

After the completion of overseas acquisitions, Weichai Power attaches great importance to the complementarity of advantages and strategic synergy between various businesses, and in the process of integration, it has always insisted on promoting business integration with cultural integration. Now Weichai and its overseas M&A subsidiaries are not only in the interconnection of elements such as personnel and resources, but also in management, culture and so on. Therefore, when integrating overseas mergers and acquisitions, enterprises should pay attention to cultural integration.

To summarize, we note that China's economy is successfully developing, and the influence of Chinese enterprises on the global stage is growing. According to some estimates by international experts, by 2027 the country will send \$1.5 trillion to invest abroad and acquire assets around the world. About half of all foreign direct investment China overseas is realized through overseas mergers and acquisitions of Chinese companies. Note, that there are two opposing trends: the growth mergers and acquisitions of Chinese companies abroad and the corresponding sharp decline in the volume of such transactions with the participation of foreign investors in the domestic market of China. With the processes of globalization and financial instability, for many companies globalization and financial instability, mergers and acquisitions (M&A) are an integral part of corporate strategies.

Through mergers and acquisitions, a company can acquire a powerful impetus for its development. On the other hand, mergers and acquisitions are an instrument of successful competition for resources, sales markets, distribution channels, technology, and know-how.

Literature

1. Zimin, V.V. Mergers and Acquisitions in the Financial Sector of China at the Present Stage / V.V. Zimin. Zimin // Scientific Proceedings of the Free Economic Society of Russia. - 2019. - V. 220, № 6. - P. 42-54.

РОЛЬ БАНКОВ В РАЗВИТИИ СТРАНЫ

УДК 336.71:005.57(476)

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

А.А. Наварич, 10 «А» класс, **И.А. Рай**, 2 курс

Научный руководитель – **Н.Г. Петрукович**, к.э.н., доцент кафедры банкинга
и финансовых рынков

**Лицей учреждения образования «Полесский государственный университет»
«Полесский государственный университет»**

Действия центрального банка постоянно находятся в центре внимания общественности, средств массовой информации, экспертов. При этом его решения оказывают значимое влияние на рынок и ожидания экономических агентов. Важным для деятельности центрального банка, безусловно, является доверие к нему со стороны экономических агентов. Поэтому коммуникационная политика центральных банков должна рассматриваться как неотъемлемый компонент проводимой денежно-кредитной политики, независимо от того произвольная она или проводится по определенному правилу.

Коммуникационная политика центрального банка позволяет оценить его открытость и гласность, что стало особенно важным на фоне перехода многими центральными банками к режиму ценовой стабильности.

Сегодня центральные банки более открыты в вопросах освещения своих целей, инструментов и стратегий, публикации прогнозов инфляции и экономического роста, а также процентной ставки. Инструменты коммуникации, используемые центральными банками, в целом являются схожими – это пресс-релизы, выступления руководства центрального банка, регулярные публикации, отчеты и информационные материалы в социальных сетях и др.

Между тем, несмотря на схожие инструменты, стратегии коммуникационной политики центральных банков существенно отличаются. Усиление роли коммуникаций в деятельности центральных банков стало толчком в развитии дискуссии в мировом научном сообществе по данному вопросу. При этом особую важность приобрела оценка качества и эффективности коммуникационной политики, поскольку «правильная» коммуникация призвана помочь центральному банку в достижении его целей.

Рассмотрим подробнее инструмент коммуникаций. Основным каналом коммуникаций Национального банка Республики Беларусь является официальный сайт Национального банка в глобальной компьютерной сети Интернет www.nbrb.by.

На сайте Национального банка размещаются все официальные пресс-релизы, информационные сообщения, статистические и аналитические материалы, а также иная информация, относящаяся к компетенции Национального банка и затрагивающая интересы широкого круга граждан, профессиональных участников финансового рынка и субъектов хозяйствования [0].

Распространение общедоступной информации о деятельности Национального банка также осуществляется посредством.

Публикуемая информация доступна для каждого, её подробное изучение позволяет сформировать четкое видение проводимой денежно-кредитной политики. При этом публика может либо обращаться напрямую к первоисточникам информации, либо получать «переработанную» информацию в изданиях СМИ. При этом чем выше степень освещения информации, генерируемой Центральным Банком, в СМИ, тем меньше разрыв в осведомленности о денежно-кредитной политике между различными слоями населения с разным уровнем финансовой грамотности.

Конкретизируем положительные и отрицательные стороны применения коммуникаций как инструмента денежно-кредитной политики. Сначала перечислим преимущества данного инструмента, а затем – недостатки.

Таблица – Коммуникационные каналы Национального банка Республики Беларусь по ДКП

Коммуникационные каналы	Периодичность	Предоставляемая информация
Регулярные каналы		
Пресс-релизы по итогам заседаний Правления по вопросам ДКП	После заседания Правления	Разъяснение принимаемых Национальным банком решений
Информация о динамике изменения потребительских цен и тарифов	Ежемесячно/ежеквартально	Общая характеристика изменения потребительских цен, анализ факторов ее изменения
Отчет по инфляционным ожиданиям	Ежеквартально	Определение уровня инфляционных ожиданий
Годовой отчет	Ежегодно	Результаты деятельности за прошедший год
Статистический бюллетень	Ежемесячно	Статистика денежно-кредитных показателей
Журнал «Банкаўскі веснік»	Ежемесячно	Научные статьи, публикации сотрудников НБ РБ
Основные направления ДКП	Ежегодно	Цели и задачи политики
Нерегулярные каналы		
Интервью в средствах массовой информации	По мере необходимости	Разъяснение принимаемых решений
Проведение встреч с экспертами	По мере необходимости	Разъяснение принимаемых решений
Проведение лекций в вузах	По мере необходимости	Повышение экономической грамотности

Примечание – Источник: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10520.pdf>.

Основным преимуществом использования информационной политики центральных банков можно считать возможность формирования уровня инфляционных ожиданий, удобного и необходимого для успешной реализации денежно-кредитной политики. Если центральный банк на протяжении длительного времени ставит целевые условия по инфляции и выполняет их посредством применения процентной политики, то у населения формируется высокий уровень доверия к деятельности данного центрального банка и, соответственно, уровень инфляционных ожиданий становится приближенным к установленному целевому значению [0].

Так же, как положительный эффект от применения коммуникаций в целях увеличения прозрачности центрального банка, эксперты отмечают и снижение процентных ставок, что обеспечивает благоприятный инвестиционный климат.

Однако, несмотря на преимущества, коммуникации как инструмент денежно-кредитной политики могут иметь и недостатки.

Как отмечалось выше, посредством формирования высокого уровня доверия к денежно-кредитной политике с помощью инструмента коммуникаций центральные банки сдерживают инфляционные ожидания. Однако низкие инфляционные ожидания препятствуют экономическому росту. Производители не ожидают роста цен на свою продукцию, поэтому не имеют стимула к наращиванию объемов выпуска. Да, в таком случае экономика развивается стабильно, но одной из главных задач любого государства является экономический рост.

Также важно отметить, что недостатком коммуникаций является ограниченность аудитории, воспринимающей информацию центрального банка. Стиль изложения результатов, планов и прогнозов денежно-кредитной политики обычно понятен только части населения. Это связано с уровнем грамотности, а особенно с уровнем финансовой грамотности. Например, Банк Англии с ноября 2017 г. вместе со стандартным ежеквартальным отчетом об инфляции публикует его краткий пересказ – доступным языком, с расшифровкой всех терминов и с картинками. Банк Ямайки при переходе к ценовой стабильности в 2018 г. использовал музыкальные ролики в социальных сетях и на радио, в которых преимущества ценовой стабильности объяснял широкой публике. Самый оригинальный способ коммуникации использует Банк Швеции, создавший чат для общения посетителей сайта с руководством банка.

Наиболее популярным средством коммуникации среди центральных банков стали социальные сети. Наиболее популярной социальной сетью среди центральных банков в настоящее время является Twitter, некоторые ЦБ имеют даже несколько аккаунтов. Банки ФРС США также зарегистрированы в Facebook и LinkedIn, а европейские ЦБ отдают предпочтение Flickr.

Национальный банк Беларуси также адаптирует свои коммуникации для различных аудиторий. Например, была введена в эксплуатацию новая версия официального интернет-сайта. В ней значительно улучшена подача информации экономическим агентам, адаптирована версия сайта для мобильных устройств. В частности, по денежно-кредитной политике реализована возможность выборки пресс-релизов, добавлен значительный теоретический материал, объясняющий подходы к реализации денежно-кредитной политики [0].

Таким образом, опыт других стран, успешно проводящих политику ценовой стабильности, показывает, что большая открытость улучшает эффективность денежно-кредитной политики.

Несмотря на то, что в целом центральные банки достигли определенных успехов в развитии коммуникационной политики, ее стратегии существенно отличаются от страны к стране, что свидетельствует о том, что оптимальный вариант этой стратегии пока не определен, если он вообще может быть определен. Процесс коммуникации не одинаков, поскольку страны имеют различный уровень экономического развития, различную глубину финансового и денежного рынков, различную организационную среду. Тем не менее совершенно разные структуры могут быть одинаково эффективны для передачи сигналов денежно-кредитной политики.

Список использованных источников

1. Коммуникационная политика Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/today/press/kommunikatsionnaya-politika.pdf> – Дата доступа: 25.03.2023.
2. Коммуникации как инструмент современной денежно-кредитной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/73ECVN619.pdf> – Дата доступа: 26.03.2023.
3. Коммуникационная политика центрального банка в контексте перехода к инфляционному таргетированию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10520.pdf> – Дата доступа: 27.03.2023.

УДК 336.74

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ ПЛАТЁЖНЫХ КАРТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.В. Плирик, И.А. Гук, 10 класс,

Лицей УО "Полесский государственный университет"

Научный руководитель – **А.С. Паниюшко**, ассистент кафедры экономики и бизнеса

Полесский государственный университет

Развитие национальной системы безналичных расчетов на основе электронных платежных инструментов является важным направлением работы по сокращению налично-денежного оборота и издержек на его организацию, пополнению ресурсной базы банков, повышению прозрачности и полноты учета расчетных операций, повышению платежной культуры населения страны и его безопасности.

Одним из прогрессивных инструментов в развитии безналичных расчетов является платежная карта. Сегодня её можно отнести к одному из самых динамично развивающихся и высокотехнологичных банковских продуктов, который постоянно совершенствуется [1, с. 21].

В нашей стране платежные карты стали использоваться сравнительно недавно, хотя история возникновения карт, как платежных документов, насчитывает уже более ста лет. Что касается истории развития белорусского рынка банковских платежных карт, то банки страны стали осуществлять операции с использованием карточек международных банковских ассоциаций, начиная со второй половины 1993 года. В марте 1994 года ведущие белорусские банки совместно с Национальным банком Республики Беларусь приступили к созданию национальной системы безналичных расчетов на основе банковских платежных карт "БЕЛКАРТ". Эту работу поручили ЗАО "Белорусский межбанковский расчетный центр" [2, с.74].

Начиная с 1995 года, Национальным банком уделялось значительное внимание разработке методологической базы, позволяющей банкам широко внедрять банковские платёжные карточки. 13 октября 1997 года Совет Министров совместно с Национальным банком Республики Беларусь принял постановление № 1352/24 "О мерах по расширению использования в безналичном платёжном обороте банковских платёжных карточек", в соответствии с которым началось создание национальной системы безналичных электронных расчетов за товары (работы, услуги) банковскими платёжными карточками различных типов.

Банковская платёжная карточка – это универсальный платёжный инструмент, позволяющий производить оплату товаров и услуг в организациях торговли и сервиса, в сети Интернет, получать наличные денежные средства в банкоматах и пунктах выдачи наличных, совершать широкий спектр финансовых операций посредством каналов дистанционного банковского обслуживания Интернет-банкинг, SMS-банкинг, М-банкинг.

На сегодняшний день рынок платёжных карт всё больше становится полем конкурентной борьбы между банками. В Республике Беларусь по состоянию на 1 января 2022 года банковские платёжные карточки эмитируют 20 банков: ОАО "АСБ Беларусбанк", ОАО "Белагропромбанк", ОАО "Белинвестбанк", ОАО "Банк Дабрабыт", ОАО "Паритетбанк", ОАО "Сбер Банк", ОАО "Белгазпромбанк", ОАО "Банк БелВЭБ", "Приорбанк" ОАО, ЗАО "Альфа-Банк", ЗАО "Банк ВТБ" (Беларусь), ЗАО "МТБанк", ОАО "Технобанк", ОАО "БНБ-Банк", ЗАО "БСБ Банк", ЗАО "РРБ-Банк", ЗАО "Банк Решение", ЗАО "БТА Банк", ОАО "СтатусБанк", ЗАО "Цептер Банк".

По данным Национального банка Республики Беларусь количество выпускаемых банковских платёжных карточек с каждым годом увеличивается. Динамика выпуска платёжных карт представлена на рисунке 1.

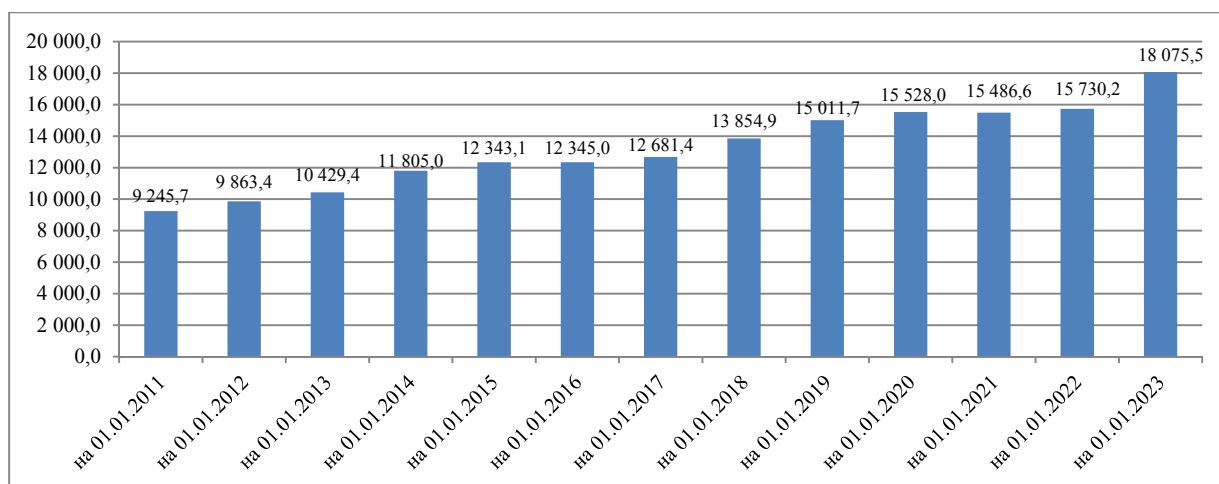


Рисунок 1. – Динамика выпуска банковских платёжных карт в Республике Беларусь по состоянию на с 01.01.2011 по 01.01.2023 гг.

Примечание – источник: собственная разработка на основании [3]

Таким образом, за минувшие годы видна положительная тенденция эмиссии платёжных карточек в Беларуси. Самый высокий рост эмиссии наблюдается на 1 января 2023 года, когда показатель выпуска банковских карт вырос на 13 % в сравнении с предыдущим годом.

По состоянию на 1 января 2022 года в Республике Беларусь насчитывается 15 миллионов 730,2 тысяч платёжных банковских карт (рис. 2, а), из которых:

- VISA – 6 миллионов 342,3 тысяч;
- MasterCard – 5 миллионов 844,3 тысяч;
- БелКарт/ Maestro – 1 миллион 994,8 тысяч;
- БелКарт – 1 миллион 539,9 тысяч;
- UnionPay – 8,9 тысяч.

На представленной диаграмме видно, что основная доля выпущенных банковских карт по состоянию на 1 января 2022 года принадлежит платёжной системе VISA и составляет 40%.

MasterCard – 37%, БелКарт / Maestro – 12,7%, БелКарт – 9,7%. Доля выпущенных карт UnionPay составила всего 0,5%.

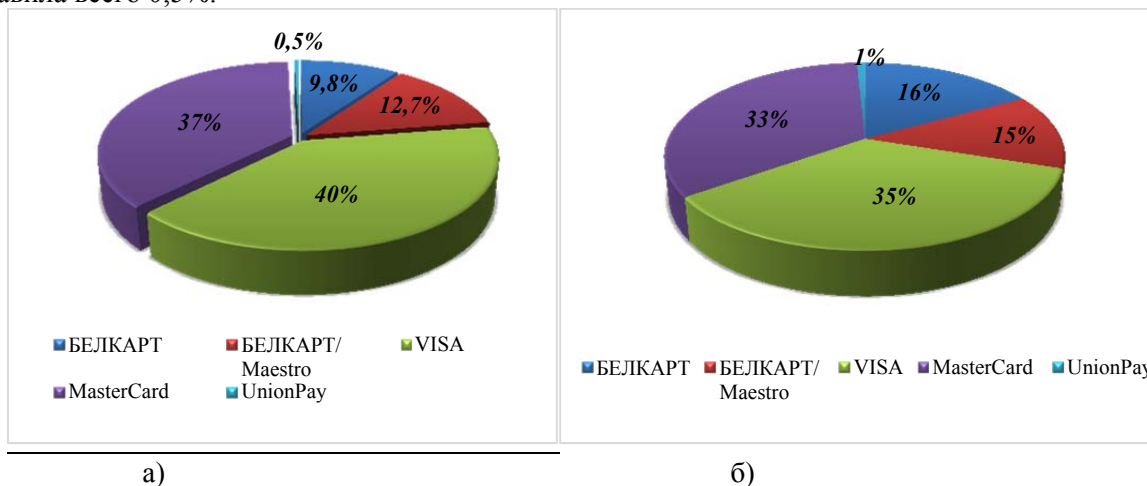


Рисунок 2. – Количество выпущенных платёжных карт в Республике Беларусь по типам платёжных систем: а) по состоянию на 01.01.2022 года, в %, б) по состоянию на 01.01.2023 года, в %
Примечание – источник: собственная разработка на основании [3]

По данным Национального банка Республики Беларусь, на 1 января 2023 года находилось в обращении 18 075 485 единиц банковских платёжных карточек (рис. 2, б). Самыми востребованными в стране продолжают оставаться карты международных платежных систем Visa и Mastercard. На начало 2022 года их общее количество превышало 12,2 млн единиц. В 2020-2021 годах фиксировалось снижение количества карточек БЕЛКАРТ в обращении за счет выхода из обращения карточек БЕЛКАРТ с магнитной полосой и началом эмиссии карточек БЕЛКАРТ с микропроцессором стандарта EMV. После завершения технологического перехода с 4 квартала 2021 года фиксировался устойчивый интерес к продуктам БЕЛКАРТ. Санкции западных стран также повысили спрос на белорусские карты.

Кроме того, ряд банков Республики Беларусь и Российской Федерации оказались под санкциями.

В связи с этим, на рынке платёжных карт стали востребованы белорусская, российская и китайская платёжные системы. Граждане Российской Федерации начали оформлять банковские платёжные карточки международных платёжных систем Visa и Mastercard в Беларуси.

Подводя итог, можно отметить, что процесс становления первых платежных карточек занял длительное время, однако получив достаточную первоначальную базу, платежные карточки получили довольно быстрое и широкое распространение. Функциональные возможности банковских платежных карт постоянно совершенствуются, что положительно влияет на развитие системы безналичных платежей и расширение сферы их применения.

Таким образом, развитие рынка платёжных карт в Республике Беларусь способствует сокращению налично-денежного оборота и издержек на его организацию, пополнению ресурсной базы банков, повышению прозрачности и полноты учета расчетных операций, повышению платежной культуры населения страны и его безопасности.

Следует так же отметить, о необходимости принятия мер по увеличению выпуска платёжных карт национальной платежной системы "БЕЛКАРТ", что положительно отразится на развитии платёжного суверенитета страны. А также увеличить эмиссию карт международных платёжных систем в Республике Беларусь в виде кобейджинга с "БЕЛКАРТ".

Список использованных источников

1. Филипенко, В.С. Национальная экономика Беларуси : для экономических специальностей [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В.С. Филипенко, Т.В. Зглой, А.С. Панюсько; УО "Полесский государственный университет". – Пинск : ПолесГУ, 2022. – 171 с.

2. Панюсько, А.С. Развитие рынка банковских платежных карт в Республике Беларусь / А.С. Панюсько // Journal of science. Lyon. – 2020. – № 8-1. – С. 21-24.

3. Сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Развитие рынка банковских платежных карточек в Республике Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/payment/plasticcards>. – Дата доступа: 25.03.2023.

УДК 54.03

ХИМИЯ В МИРЕ БОНИСТИКИ И НУМИЗМАТИКИ

М.А. Пушко, 9 класс

Научный руководитель – С.Г. Туцкий, учитель химии высшей квалификационной категории
ГУО «Средняя школа №16 г. Пинска»

В VII веке до н.э. в Лидии (современная Турция) были выпущены первые монеты. Первые бумажные деньги появились в Китае в 910 году нашей эры.

Цель нашей работы: изучить химический состав и физические свойства монет и купюр соседних стран в сравнении с монетами и купюрами Республики Беларусь.

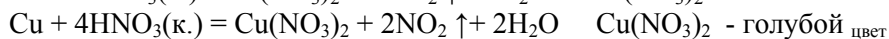
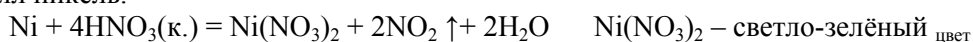
Гипотеза: монеты и купюры РБ занимают достойные позиции среди монет и купюр соседних стран.

Для эксперимента были взяты: 1 рубль, 10 копеек, 5 копеек и 1 копейка Республики Беларусь, СССР, России, Польши и Украины.

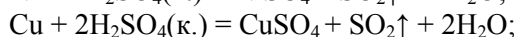
Изначально проанализировали значения плотностей представленных монет и выяснили, что наивысшая плотность у польской монеты 1 грош (1 копейка). А наименьшая – у белорусской монеты 5 копеек. Мы считаем, что оптимальны те монеты, которые имеют плотность меньше, поскольку от плотности напрямую зависит масса монеты. Лёгкие монеты удобнее при транспортировке и использовании.

Для проверки реакции кислот с монетами мы взяли: 2 копейки СССР (1990 год), 2 копейки Украины (1994 год), 2 копейки Республики Беларусь (2009 год), 2 гроша Польши (2015 год).

В ходе химических реакций с азотной кислотой, мы обнаружили, что основным металлом входящим в состав монет данных стран – медь. Присутствует также в незначительном количестве металл никель.



Серная кислота очень медленно реагирует с металлами, входящими в состав двух копеек представленных стран, поскольку ей необходимо дополнительные условия в виде увеличения температуры реакции.



Следующим экспериментом стала очистка монет различными способами. Опрос учителей ГУО СШ №16 г. Пинска показал, что пятикопеечная монета СССР больше всего похожа на оригинал, когда её очистили при помощи водорода. Молодые педагоги внешний вид этих монет не помнят, и они считают, что больше всего похожа на оригинальную монета, очищенная механическим путём при помощи пищевой соды.

Нам показалась очень интересной идея проверить влияние монет различных стран, и входящий в их состав металлов на рост и развитие растений.

Мы замочили по 100 семян фасоли в тёплой дистиллированной воде с 7 экземплярами каждой из монет: 5 и 10 копеек Беларуси, СССР, России, Польши и Украины, и спустя 4 дня заметили, что ионы Fe^{2+} и Cu^{2+} , входящие в состав белорусской монеты 10 копеек, благоприятно влияют на всхожесть бобов фасоли. А ионы Zn^{2+} и Ni^{2+} , входящие в состав монет СССР и Польши, наоборот, отрицательно. Ионы никеля (Ni^{2+}) являются крайне опасным токсикантом и канцерогеном: уже начиная с концентрации 1–5 мкмоль/л возникают патологические реакции.

При сжигании купюр нам пришлось обрезать их для получения одинаковой площади (50 белорусских копеек 1992 года). Сжигая купюры одинаковой площади: 1 рубль СССР (1961 года), 50 белорусских копеек (1992 года), 1 гривна Украины (2006 год), нами было замечено, что наименьшее время горела белорусская купюра (50 копеек, 1992 года), а дольше всего горела украинская купюра (1 гривна, 2006 года). Изучив структуру и состав денег, можем сделать вывод, что купюра,

которая горела наибольшее количество времени, содержит в своём составе большую массу хлопка. Самой экономичной оказалась белорусская купюра, которая верно подчёркивает бережливость белорусского народа.

Внезапно нам пришла идея симулировать случайную стирку купюр вместе с одеждой. Для этого мы взяли: три рубля СССР (1961 года), пять рублей СССР (1961 года), один белорусский рубль, 5000 белорусских рублей, 50 белорусских рублей, 500 белорусских рублей, 1 лей Румынии (2005 год), 5 лей Румынии (2005 год), 1 гривна Украины (2008 год), 10 гривен Украины (2008 год), 5 рублей Республики Беларусь (2009 год).

Мы отправили купюры в стиральную машину на 15 минут. Для стирки использовали стиральный порошок Persil.

Состав стирального порошка: 5-15% анионные ПАВ; <5% неионогенные ПАВ, поликарбоксилаты, фосфонаты, мыло, энзимы, отдушка (в том числе $C_{10}H_{18}O$, $C_{14}H_{12}O_3$, $C_{15}H_{20}O$).

Достав из стирки и просушив все купюры, мы заметили вполне хороший результат! Все купюры продержалось «молодцом». Ярко выражен успех купюр Румынии. Они явно ничего не потеряли в своём внешнем виде, а, наоборот, стали только лучше (чище). Из-за специфики покрытия и состава данной купюры (изготовлена из полимеров) она имеет такую высокую износостойкость.

Сразу же, после эксперимента со стиркой, мы решили проверить стойкость представленных купюр в экстремальных условиях. Мы сварили их в кастрюле, на электроплитке, вместе со стиральным порошком на протяжении целого часа!

Достав из кастрюли купюры, слив воду и просушив их мы были шокированы! Наша купюра 5 рублей (2009 год, которая сейчас в ходу) частично лишилась цвета на одной из сторон, но сохранилась серия и номер купюры, а также защитная нить. Красный цвет стал максимально блеклым и слабовыраженным. Так же, как и 5 рублей, купюра в 1 белорусский рубль (зайчик) краски побледнели и смазались, рисунок стал плохо виден. Остальные купюры продержались вполне хорошо, они «отделались» лишь незаметными изменениями в плане цвета. Связано это со спецификой состава красящего вещества. В наших купюрах акцент сделан на экологию и безопасность денег для природы. А значит, пришлось пожертвовать стойкостью красителя.

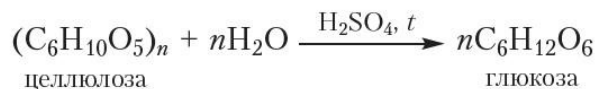
С нашей пятирублевой купюрой мы решили отправиться в продовольственный магазин. При попытке купить что-нибудь, мы получили отказ, поскольку купюра находилась в плохом состоянии. В магазине нам посоветовали обратиться в банк.

В большинстве банков столицы Полесья, города Пинска, мы получили отказ. Но, нам на помощь пришел ОАО «Белинвестбанк». Сотрудники банка согласились поменять купюру, но без письменного подтверждения. Выражаем свою огромную благодарность за помощь начальнику ЦБУ № 406 Дмитрию Боговичу и всей его команде.

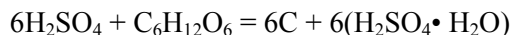
Аналогично эксперименту с взаимодействием монет и кислот, мы решили исследовать влияние кислот на состав и структуру купюр.

Хлопок, из которого состоят все представленные купюры не вступает в реакцию с азотной кислотой. Сложные эфиры образуются при обработке целлюлозы азотной кислотой в присутствии серной кислоты.

При взаимодействии с серной кислотой, целлюлоза подвергается гидролизу с образованием конечного продукта – глюкозы:



Раствор стал коричнево-чёрным и купюры растворились, потому что глюкоза вступила в реакцию с серной кислотой.



Белорусские купюры и монеты безопасны в использовании и хранении, поскольку не содержат токсичных элементов в своём составе. Положительно влияют на рост и развитие растений, таким образом, не загрязняют окружающую среду.

ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ И ТУРИЗМ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

УДК 069

ТАЙНЫ ПОДЗЕМНОГО ПИНСКА

Я.А. Вербанович, А.А. Лагодич, С.Я. Селява, XI «Б» класс,

У.Л. Тельнова, XI «А» класс,

Научный руководитель – А.Д. Швецов

Государственное учреждение образования «Средняя школа № 3 г. Пинска»

Актуальность работы. Несмотря на сложную историю белорусского народа, полную войн и разрушений, многие архитектурные памятники сохранились до наших дней, что вызывает огромный интерес у туристов из многих стран мира. Данная исследовательская работа посвящена изучению знаменитых Пинских подземелий как части историко-культурного наследия города. Заявленная тема актуальна, так как на сегодняшний день нет достаточного количества информации о подземных ходах г. Пинска, но существует множество легенд, правдивость которых мы попытаемся выяснить.

Объект исследования: историко-археологическое наследие города Пинска.

Предмет исследования: подземные ходы города Пинска.

Цель работы: найти, изучить и обобщить информацию про подземные ходы Пинска, определить их основные параметры.

Задачи работы:

изучить научную литературу и легенды по данной теме;
исследовать территорию г. Пинска и сохранившиеся культовые сооружения, связанные с темой исследования;

опросить пинчан, которые побывали в подземных ходах;

предложить версии о причинах создания подземных ходов г. Пинска;

сравнить подземные ходы нашего города с подземными ходами других регионов;

составить карту подземного Пинска.

Гипотеза: проверить предположение о факте существования подземных ходов, которые связывали между собой архитектурные доминанты г. Пинска в XVII- XVIII вв.

Приемы и методы исследования:

анализ литературы, посвященной проблеме исследования;

работа с архивными документами и материалами (поиск, выявление, анализ);

интервьюирование лиц, побывавших в подземных ходах;

измерение доступной части ходов;

сравнительно-сопоставительный метод;

камеральный метод (составление тематической карты).

Научная новизна и теоретическая значимость работы:

недостаточность исследований по данной проблеме на региональном и республиканском уровнях позволяет говорить о новизне и теоретической обоснованности исследования.

В ходе исследования были выполнены поставленные задачи и достигнута цель - найти, изучить и обобщить информацию про подземные ходы г. Пинска.

Можно смело утверждать, что в XVII - XVIII вв. в Пинске начинают строиться культовые архитектурные сооружения европейского образца с разветвленными подземными ходами, которые служили для католических орденов, городской знати и их семей в качестве убежища в случае каких-либо социальных потрясений и войн, давали возможность обороняться длительное время и незаметно покинуть город.

Сравнив подземные ходы нашего города с другими подземными ходами Беларуси и мира, мы пришли к выводу, что все подземные сооружения создавались с целью обороны, но их отличало время постройки, масштабы сооружений и материал, из которого они были сделаны.

Полученные результаты могут быть использованы при проведении экскурсий, что способствует развитию туризма в г. Пинске. Это и составляет практическую значимость работы.

Материалы исследования будут переданы нами в Музей Белорусского Полесья. Таким образом, актуальность проблемы подтверждена, гипотеза частично доказана, цели и задачи исследования достигнуты.

УДК 336.2

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.И. Кисель, лицей ПолесГУ

Научный руководитель – **И.А. Конончук**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Уровень доходов населения выступает индикатором экономического состояния страны, источником инвестиций и накоплений, основой дальнейших социальных преобразований. Величина располагаемых доходов физического лица оказывает существенное влияние на демографическую ситуацию в стране, уровень образования, миграционные процессы, в определенной степени определяет потребность культурного и личностного развития. Поэтому важным пунктом Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на текущую пятилетку является увеличение реальных располагаемых денежных доходов населения. Среди косвенных инструментов, стимулирующих данный процесс, можно выделить налоги.

В Республике Беларусь сформирована система налогообложения физических лиц, включающая подоходный налог, налог на недвижимость, земельный налог, транспортный налог. С целью стимулирования предпринимательской активности, развития самозанятости, вовлечения всех слоев населения в трудовую активность и на этой основе роста доходов населения страны параллельно для физических лиц, занимающихся определенными видами деятельности, предусмотрены особые режимы налогообложения.

Например, физическое лицо, которое занимается изготовлением вязаных изделий, свечей, игрушек, мыла, шкатулок, копилок, подсвечников, дверных ручек, деталей и предметов украшения мебели, ключниц, кошельков, перчаток, рукавиц, ремней, бижутерии, браслетов, украшений для волос, гребней, расчесок, декоративных дополнений к одежде, статуэток, ваз, горшков и кашпо для цветов, плетением бисера, вышивкой, кружевоплетением, макраме, изготовление пряжи и многим другим с применением ручного труда и инструмента без привлечения иных физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам вправе уплачивать сбор за осуществление ремесленной деятельности. Физическому лицу, планирующему выполнять такие виды деятельности, необходимо представлять в налоговый орган письменное уведомление. Сбор в размере 6 рублей в месяц уплачивается до момента реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг [1].

К льготному режиму налогообложения, который активно используют физические лица– субъекты агротуризма, относится сбор за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма. Рост спроса на туристические услуги по сельской местности, интерес к белорусским традициям, ее культуре, национальным блюдам, простота регистрации для осуществления такого рода деятельности, низкие налоговые ставки стали толчком к развитию в Республике Беларусь агротуризма. По данным официальной статистики за период с 2015 года по 2019 год количество субъектов агротуризма выросло с 2263 до 2760 единиц, а в 2022 году значение этого показателя составило 3043 единицы [2].

В соответствии с законодательством физическое лицо без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя может осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма при соблюдении следующих условий: наличие жилого дома, общее количество жилых комнат в котором не превышает десяти; осуществление деятельности по ведению личного подсобного хозяйства либо производству и (или) переработке сельскохозяйственной продукции; наличие возможностей для ознакомления агротуристов с природными, сельскохозяйственными и архитектурными объектами, национальными традициями соответствующей местности.

Такие физические лица уплачивают сбор за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма в размере 37 белорусских рублей в календарный месяц за каждую агроэкоусадьбу. Самыми распространенными видами услуг данной сферы являются следующие: ознакомление с природными, сельскохозяйственными и архитектурными объектами, национальными традициями определенной местности; предоставление жилых комнат в агроэкоусадьбе для проживания; обеспечение питанием; проведение презентаций, юбилеев, банкетов; оказание услуг бань, саун и душевых; проведение мастер-классов [1].

Действующее налоговое законодательство предоставляет физическим лицам без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя осуществлять определенные виды деятельности с уплатой единого налога с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц. Так, к видам деятельности, при осуществлении которых уплачивается данный налог, относятся: реализация изготовленных физическими лицами хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции; видеосъемка; деятельность актеров, танцоров, музыкантов, исполнителей разговорного жанра, предоставление услуг тамадой; деятельность по переводу; оказание отдельных сельскохозяйственных работ; парикмахерские и косметические услуги; разработка веб-сайтов, установка (настройка) компьютеров и программного обеспечения, восстановление компьютеров после сбоя, ремонт, техническое обслуживание компьютеров и периферийного оборудования, обучение работе на персональном компьютере; репетиторство и другие.

Налог уплачивается плательщиком до начала осуществления деятельности, величина которого установлена в белорусских рублях и зависит от: самого вида деятельности; населенного пункта, в котором осуществляется деятельность плательщиком; места осуществления деятельности плательщиков в пределах населенного пункта [1].

При применении рассмотренных особых режимов налогообложения плательщики вправе участвовать в системе пенсионного страхования с уплатой страховых взносов.

Альтернативой сбора за осуществление ремесленной деятельности, сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, единого налога с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц может быть введенный с 2023 года налог на профессиональный доход. Налог взимается в размере 10% в отношении дохода, полученного от физических лиц (независимо от его размера), иностранных организаций и иностранных индивидуальных предпринимателей (независимо от его размера), организаций и индивидуальных предпринимателей, состоящих на учете в налоговых органах Республики Беларусь, в размере, не превышающем установленный законодательством лимит. В случае превышения данного лимита ставка увеличивается до 20%. Так как уплата налога на профессиональный доход включает в себя обязательные страховые взносы в бюджет государственного внебюджетного Фонда социальной защиты населения Республики Беларусь, то для плательщиков, являющихся получателями пенсии, ставки налога сокращаются до 4% и 8%, соответственно. Физические лица должны уплатить налог на основании уведомления налогового органа не позднее 22 числа месяца, следующего за месяцем получения дохода.

Таким образом, наряду с подоходным налогом, имущественными налогами, уплачиваемыми физическими лицами в Республике Беларусь, заслуженное место в налоговой системе принадлежит таким особым режимам налогообложения с физических лиц, как сбор за осуществление ремесленной деятельности, сбор за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, налог на профессиональный доход.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) : Кодекс Респ. Беларусь, 29 дек. 2009 г., № 71-3 : принят Палатой представителей 11 дек. 2009 г. : одобр. Советом Респ. 18 дек. 2009 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2022 г.
2. Организованный туризм в Республике Беларусь - <https://www.belstat.gov.by>

О.С. Лемешевский, 11 класс

Научный руководитель – Т.Н. Касперович, учитель математики,

Лицей учреждения образования "Полесский государственный университет"

Одной из главных задач, решаемых на данный момент в Республике Беларусь, является развитие микроэлектроники.

Микроэлектроника – современное направление электроники, включающее исследование, конструирование и производство интегральных схем (ИС) и радиоэлектронной аппаратуры на их основе [1]. Микроэлектронная элементно-компонентная база – это широкая номенклатура изделий и приборов, определяющая технические и потребительские характеристики конечной продукции, выпускаемой во всех отраслях промышленности (машиностроение, транспорт, энергетика, медицинское приборостроение и др.) [2]. Можно говорить о том, что микроэлектроника определяет производительность любого современного оборудования.

В Республике Беларусь выделяется две крупных компании по производству микроэлектроники: ОАО "Интеграл" и ОАО "Планар". Для анализа экономического влияния данной сферы используем отчёт о прибыли и убытках компании ОАО "Интеграл" (рис. 1) [3]:

Таблица 1. – Совокупная прибыль (убыток) компании ОАО "Интеграл" за январь-декабрь 2021 г. (3-ий столбец) и январь-декабрь 2020 г. (4-ый столбец)

Показатель	Единица измерения	За отчетный период	За аналогичный период прошлого года
Совокупная прибыль (убыток)	тысяч рублей	3238	1886
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	тысяч рублей	189324	150710

Из отчёта видно, что вклад в ВВП, на наиболее прибыльный год для данной компании, достаточно низок. Однако важно понимать, что исходя из сфер использования микроэлектроники, ее роль куда значительнее. Поэтому развитие экономики напрямую зависит от данной сферы. График показателей развития мировой микроэлектронной индустрии представлен на рисунке 1 [4].



Рисунок 1

Исходя из графика видно, что крупнейшими производителями микроэлектроники являются Китай, США, Южная Корея, Япония, Тайвань и Германия. Рассмотрим список крупнейших компаний производителей в области полупроводников (рис. 2) [5]:

			Примерная годовая выручка, миллиардов USD	Сфера деятельности компании
1	Intel	США	75	Процессоры, ПЛИС
2	Samsung	Корея	75 (из 222)	Разное, в том числе память
3	TSMC	Тайвань	35	Foundry
4	SK Hynix	Корея	35	Память
5	Micron	США	30	Память
6	Qualcomm	США	16 (из 23)	Связь
7	Broadcom	США	16 (из 21)	Связь
8	Texas Instruments	США	14	Аналог, embedded
9	Toshiba	Япония	12 (из 33)	Разное, в том числе память
10	Nvidia	США	12	Видеокарты

Рисунок 2. – 10 крупнейших компании производителей в области полупроводников

Рассмотрев таблицу видно, что большую часть таблицы представляют компании блока НАТО. Учитывая современное состояние мировой экономики, а именно вступление в этап деглобализации, можно говорить о необходимости развития собственной микроэлектроники [6].

Уровень мирового лидерства сегодня – это технический процесс 5-7 нм, по которому делаются самые современные процессоры и другие компоненты микроэлектроники, в то время как “Интеграл” работает по топологическим нормам 350 нм, а российский “Микрон” серийно производит микросхемы от 250 до 65 нм [7]. Значительное отставание от мировых лидеров не означает, что Беларусь не сможет сделать значительный рывок вперед и ускорить процесс развития собственной электроники и элементной базы.

Важно отметить, что на сегодняшний день уже реализуются множественные импортозамещающие проекты в микроэлектронной отрасли, реализуемые с помощью российских кредитов [8]. Это также показывает важность данной сферы в экономике Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Свистова, Т.В. Основы микроэлектроники: учеб. пособие [Электронный ресурс] / Т.В. Свистова. – Воронеж: ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», 2017. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
2. Белоус, А. И. Мировые тенденции развития микроэлектроники и место Республики Беларусь в этом процессе [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/51689/01-Belous.pdf?sequence=1>. – Дата доступа: 30.03.2023
3. Отчет о прибылях и убытках за январь-декабрь 2019 г. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://integral.by/sites/default/files/otchet_o_pribili_i_ybitkax_2019.pdf; дата доступа: 30.03.2023
4. Состояние и возможности развития российской микроэлектронной отрасли : сб. науч. Ст. / Института экономики Уральского отделения РАН; редкол.: С. Д. Бодрунов (гл. ред.) [и др.]. – Санкт-Петербург: Института нового индустриального развития (ИНИР) им. С. Ю. Витте, 2021. – 107 с.
5. Кто есть кто в мировой микроэлектронике [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/486326/>; дата доступа: 30.03.2023
6. Деглобализация: новые тенденции и вызовы мировой экономике : сб. науч. ст. / Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова том 18 № 2 (116); под ред. И. В. Лобанова. – Москва: 2021. – 44 с.
7. Микроэлектроника в ЕАЭС на пороге новой эры развития [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <https://e-cis.info/news/569/101576/>; дата доступа: 30.03.2023
8. Сотрудничество России и Беларуси в микроэлектронике позволит достичь нового технологического уровня [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <https://www.ixbt.com/news/2023/03/13/sotrudnichestvo-rossii-i-belorussii-v-mikrojelektronike-pozvolit-dostich-novogo-tehnologicheskogo-urovnja.html>; дата доступа: 30.03.2023

ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ НА БЕЛОРУССКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. Носов, 10 класс

Научный руководитель – Е.В. Хмельницкая, м.э.н.

Полесский государственный университет

В статье рассматриваются отдельные предприятия Республики Беларусь, их потери и приобретения в период санкционного давления.

Как известно, экономика Республики Беларусь подвержена санкциям ещё с конца 1990-х, а именно с 15 сентября 1997 года. Тогда санкции являлись реакцией на проведённый в 1996 году референдум. После этого санкции носили циклический характер, с периодами с 1997 по 1999 год, с 2004 по 2008, с 2011 по 2015 и с 2020 по наши дни. До 2020 года санкции имели сугубо дипломатический окрас, заканчивались ограничениями на въезд на территорию стран ЕС должностных лиц Республики Беларусь и заморозкой активов.

В 2016 году с Беларуси было снято большинство санкций в контексте улучшения отношений между Беларусью и странами ЕС. Однако с 2020 года новые санкции начали ограничивать перелёты авиакомпании «Белавиа» в воздушном пространстве ЕС, полёты самолётов со стран ЕС над территорией Беларуси, санкции также ограничили ввоз в страны ЕС калийных и нефтяных продуктов из Беларуси, было введено эмбарго на поставку вооружений из ЕС.

Далее со стороны ЕС последовали следующие санкции: введение ещё больших торговых ограничений на экспорт белорусских калийных удобрений, нефтепродуктов и других товаров; практически полный запрет на экспорт транспортных услуг; запрет на поставки в страну продукции и технологий двойного назначения; введение ограничений для финансового сектора (запрет на доступ ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Банк Дабрабыт», ОАО «АСБ Беларусбанк» к капиталу на финансовых рынках Евросоюза (запрещены любые виды предоставления средств на срок свыше 90 дней), ограничение услуг компании SWIFT для ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Банк Дабрабыт», запрет на транзакции Национального банка Республики Беларусь, ограничение потока финансовых средств из Беларуси в ЕС, запрет на предоставление банкнот евро в Республику Беларусь, запрет на услуги по страхованию белорусских государственных фирм и учреждений) [3].

Со стороны США: ужесточение мер экспортного контроля в отношении Беларуси; расширение перечня экономических субъектов Республики Беларусь, включенных в список особо обозначенных лиц (SDNs); отмена «режима наибольшего благоприятствования» с Беларусью, что позволяет введение заградительных пошлин на товары из Беларуси; эмбарго на экспорт в Беларусь предметов роскоши. Многие развитые страны в той или иной мере тоже присоединились к санкциям, направленным в сторону Беларуси со стороны стран ЕС и США [3].

Следовательно, можно говорить о влиянии западных санкций на крупные предприятия Республики Беларусь, а именно: БелАЗ, МАЗ, Беларуськалий.

ОАО «БЕЛАЗ» – крупнейший мировой производитель карьерных самосвалов и транспортного оборудования для горнодобывающей и строительной промышленности – предприятие, которое с июня 2021 года находится под санкциями со стороны стран ЕС. Бизнесам данных стран было запрещено поддерживать какие-либо отношения с предприятием, за исключением существующих контрактов. Подобные санкции ввели США и Канада. Тогда введение таких санкций не поддержали МИД КНР и России. Дополнительные санкции также направил Минфин США в марте 2023 года. В данных условиях в 2022 году БелАЗ получил прибыль в размере 1\$ млрд., из которых 800\$ млн. только благодаря экспорту в Российскую Федерацию. Также БелАЗ сотрудничает с Россией и белорусскими производителями в плане комплектующих для своих продуктов [1, 2, 4, 6].

ОАО «МАЗ» – советская и белорусская автомобилестроительная компания, специализирующаяся на выпуске большегрузной автомобильной, а также автобусной, троллейбусной и прицепной техники – так же, как и БелАЗ с июня 2021 года находится под санкциями со стороны стран ЕС, США и Канады, предусматривающими запрет на поддержку каких-либо отношений между бизнесами вышеупомянутых стран и предприятием. Из-за потери рынков и невозможности приобретения иностранных комплектующих МАЗу ничего не остаётся, кроме как импортозамещение и поиска новых рынков сбыта. Заменить комплектующие из западных стран готовы местные предпри-

ятия (Белшина, ТАСПО) и совместные предприятия (Weichai). Новыми рынками сбыта стали рынки Сирии, Индии и Пакистана, также закономерно укрепился рынок Российской Федерации [4, 6].

ОАО «Беларуськалий» является одним из крупнейших производителей и экспортеров калийных удобрений в мире. Это предприятие, как и два предыдущих, является основным брендом Республики Беларусь. Из-за специфики отрасли, санкции били и бьют по Беларуськалию довольно сильно. Как и в двух предыдущих случаях, первые санкции предприятие получило в 2021 году, тогда страны ЕС и США полностью отрезали импорт калийных удобрений из страны. После этого в январе 2022 года правительство Литвы расторгло договор о железнодорожных перевозках, который позволял отгружать калий из Клайпедского порта на Балтийском море. В настоящий момент времени в связи с потерей основных рынков сбыта предприятию приходится продавать свою продукцию по заниженной цене, что негативно сказывается на развитии этой отрасли промышленности [4, 5].

Таким образом, в связи с обострением геополитической ситуации и введением в отношении Республики Беларусь экономических санкций кардинально изменяются внешние условия хозяйствования страны, актуальными становятся вопросы совершенствования мер экономической политики и открытие новых и расширение старых рынков сбыта.

Список использованных источников

1. БЕЛАЗ в прошлом году экспортировал в Российскую Федерацию более 80% техники / [Электронный ресурс]. – <https://www.belta.by/economics/view/belaz-v-proshlom-godu-eksportiroval-v-rossijskuju-federatsiju-bolee-80-tehniki-558312-2023/>. – Дата доступа: 18.03.2023 г.
2. Руководство БЕЛАЗа о санкциях: несмотря на давление, предприятие стало сильнее и увереннее в своих перспективах. [Электронный ресурс]. – [https://www.belta.by/economics/view/rukovodstvo-belaza-o-sanktsijah-nesmotrja-na-davlenie-predpriyatje-stalo-silnee-i-uverennee-v-svoih-558025-2023/](https://www.belta.by/economics/view/rukovodstvo-belaza-o-sanktsijah-nesmotrja-na-davlenie-predpriyatje-stalo-silnee-i-uverennee-v-svoih-perspektivah-558025-2023/). – Дата доступа: 18.03.2023 г.
3. Экономическая безопасность и устойчивое развитие государства в условиях санкций. Что может помочь? / [Электронный ресурс]. – <https://www.nbrb.by/bv/articles/10978.pdf>. – Дата доступа: 18.03.2023 г.
4. EU Sanctions Map / [Электронный ресурс]. – <https://www.sanctionsmap.eu/#/main/details/2/?search=%7B%22value%22:%22%22,%22searchType%22:%22%7B%7D%7D>. – Дата доступа: 18.03.2023 г.
5. MINERAL COMMODITY SUMMARIES 2023 / [Электронный ресурс]. – <https://pubs.usgs.gov/periodicals/mcs2023/mcs2023.pdf>. – Дата доступа: 18.03.2023 г.
6. Treasury Targets Belarusian State-Owned Enterprises, Government Officials, and Lukashenka's Aircraft / [Электронный ресурс]. – <https://home.treasury.gov/news/press-releases/jy1365>. – Дата доступа: 18.03.2023 г.

УДК 930.85:908(476.7)

УТРАЧЕННОЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ (XI-КОНЕЦ XVIII вв.) ГОРОДА ПИНСКА

А.С. Федкович

Лицей Полесского государственного университета, romanow.pyotr@yandex.by

Невосполнимой потерей для Пинска является утрата Лещинского монастыря, одного из самых первых православных монастырей на Полесье, который сгорел в 1905 г. Первые сведения о монастыре относятся к 1263 г., который находился в предместье Пинска Леще. В XIV–XV вв. он был центром православной Турово-Пинской епархии, здесь велись хроники, переписывались славянские переводы византийских литературных произведений.

Один из первоисследователей истории Пинска – М.М. Загоровский (1797-1874). Им опубликовано два десятка исторических документов из архива Лещинского монастыря. В своих публикациях исследователь перечисляет и анализирует состояние имущества названного монастыря в конце XVI века. В связи с этим, можно предположить, что у М.М. Загоровского была значительная часть архива Лещинского монастыря [1].

Некогда существовало предание, что монастырь основан киевским князем Владимиром. Со времени основания монастырь стал центром православия. До XVII века митрополиты западнорус-

ской церкви называли себя в дополнение к титулам митрополитов Киевских, Галицких и Всея Руси — Лещинскими, и только позднее Киево-Печерскими.

Первая церковь монастыря была освящена во имя Рождества Пресвятой Богородицы. Она упоминается под 1263 годом, когда сын князя Миндовга инок Роман (Войшелк) после убийства Миндовга, бежал сюда из Лавришевского монастыря.

В 1596, 1605-1623, 1638 гг. монастырь принадлежал униатам. В 1639 году стараниями Иосифа Нелюбовича-Тукальского он возвращён православным как пожизненное владение архимандрита Никифора Лазовского. Король Владислав IV подчинил монастырь киевскому митрополиту Сильвестру Коссову, однако в 1668 году монастырь перешёл к базилианам и оставался у них до 1838 года.

Согласно инвентарям 1588 и 1595 комплекс монастыря был деревянным, обгорожен забором из кольев. На детинце, куда вела многоярусная колокольня с проезжими воротами, находились гридница со светлицей, трёхкамерная изба, гумно, конюшня, баня, две церкви: пятиверховая из вертикально поставленных брусьев — Успенская, и «тёплая» с трапезной — св. Духа.

В 1740 году построена новая барочная деревянная Успенская церковь, базилика, трёхнефное сооружение с ярусным верхом над центральной частью и двумя башнями на фасаде. Она изображена на рисунке Наполеона Орды. Сгорела в 1905 году.

В XIX веке монастырь находился в административном подчинении у Жировицкого «провинциала», как и другие 20 униатских монастырей. После упразднения монастыря в 1840 году, Успенская церковь стала приходской.

Также утрачен Доминиканский костёл (с 1857 года — Спасо-Преображенский собор, позднее Феодоровская церковь), существовавший еще в 1950-х годах на пересечении улиц Горького и Первомайской, господствовавший над большей частью городской застройки. Разрушен и его большой монастырский корпус с внутренним двором.

В 1953 г. был разрушен красивый памятник барокко, главная архитектурная достопримечательность Пинска, уцелевшая во время войны, большой иезуитский костёл святого Станислава. Утрачена интересная двухэтажная аркада, примыкавшая к главному фасаду коллегиума, а также здание иезуитской аптеки, после зимней церкви, монастырская ограда с воротами. Иезуитская костёл (с 1787 года — униатская церковь, с 1800 года — православный Богоявленский собор) была главной высотной постройкой Пинска, видной из многих концов города и за его пределами. Он завершил проспекты улиц Брестской, им. В.И. Ленина, Иркутско-Пинской дивизии и других, а также, в прошлом, вид вдоль протока реки Припять, соединяющейся с рекой Пину у главной площади. Вместе с францисканским монастырем костёл образовывал величественную панораму города с обширной поймы правого берега Пины. Разрушение памятника стало результатом широкой борьбы в те годы в стране с религией, в частности с католицизмом [72].

«Переустройство» ансамбля не ограничилось ликвидацией всех построек иезуитского коллегиума, кроме трехэтажного жилого корпуса и двух хозяйственных построек у реки. С целью расширения пространства площади были снесены корпуса торговых рядов — традиционный и характерный элемент ансамбля, не сохранилось также исторической жилой и гражданской застройки с северной стороны.

В годы Великой Отечественной войны очень сильно пострадало рядом стоящее здание Синагоги, построенное в 1640 г. В 1956 г. было принято решение о разборке здания [3, с. 311].

С непониманием исторических и градостроительных традиций связано строительство в 1960-е годы гостиницы на набережной, которая функционально и пространственно отделяла от реки бывший дворец Бутримовичей — памятник барокко и классицизма 1794 года. Это редкий пример городского дворца, существующего и ныне, южным фасадом с курданёром повернутого к реке и заречным территориям, имевшим перед собой сад и две регулярные конфигурации гавани для судов. Гостиница навсегда лишилась возможности воссоздать ландшафт и малые архитектурные формы усадебного ансамбля. Впрочем, опрометчивость этого решения — все же мелкая ошибка по сравнению с очередным этапом реконструкции — пристройкой в 1980-е годы к старой 3-х этажной гостинице нового 9-тиэтажного высотного здания, которое своими масштабами непоправимо искажило городскую среду района. Кроме того, его строительство потребовало сноса двух ценных старинных зданий, образовавших место застройки улицы им. В.И. Ленина — главного историко-архитектурного ансамбля Пинска.

Пригород Каролин был почти полностью разрушен. Одно- и двухэтажные дома, украшенные декоративной кирпичной кладкой, сочетавшие в обработке фасадов разные строительные материалы, располагались в густой зелени садов и формировали специфический облик предместья, отличавшийся от других районов Пинска. Сейчас большую часть этой площади, как и дворца М. Вишневецкого, занимают масштабные, многоэтажные жилые и общественные здания. Барочный костёл Карла Баромея (1770-1782) был застроен 9-этажными домами-башнями с использованием неудачного опыта современной архитектуры, которая пространственно изолировала памятник, зрительно уменьшила масштабы костёла и снизила ее визуальное воздействие. Следует отметить, что, по историческим источникам, в 1909 году в восточной части предместья Каролин на усадебном участке сохранились следы крепостных стен Вишневецкого замка, сложенных из крупного кирпича, а по свидетельствам очевидцев, они оставались видны и в 1950-е годы [3, с. 314].

В конце XIX века поврежден ансамбль францисканского монастыря – снесенное здание на набережной, изображенное на плане 1856 года, имевшее отчетливый архитектурный облик, а также монастырская стена со стороны улицы В. Хоружей.

Таким образом, несмотря на значительные потери в годы различных войн: казацко-крестьянской (1648-1651 гг.), войны России и Речи Посполиной (1654-1667 гг.), Северной (1700-1721 гг.), Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.), исторический центр Пинска до сих пор сохраняет целостность своего силуэта, пространственную организацию многих городских улиц, масштаб малоэтажной и средней этажности, архитектуру фасадов зданий. Образ городской среды определяли доминанты барокко, массовая застройка XIX - начала XX веков эпохи Российской империи, памятники строительной культуры польского периода. Реконструктивные акции 1950-х, 1980-х и начала 1990-х годов сильно нарушили целостность древнего города.

Безвозвратно утраченными объектами историко-культурного наследия Пинска считаются: костел святого Станислава, синагога, доминиканский костел, Лещинский монастырь. Частично утрачено древнее городище города Пинска.

Список использованных источников

1. Матеріалы для історії церкви в Минской епархії [Электронный ресурс] / Минские епархиальные ведомости. – №13-18. – 1872. – Режим доступа: <https://pravoslavnoe-duhovenstvo.ru/library/material/5732/> – Дата доступа: 05.03.2023.
2. Пинская городская центральная библиотека – Режим доступа: <https://pinski.lib.by/boyd-louise/> – Дата доступа: 02.03.2023.
3. Габрусь, Т.В. Страчаная спадчына / Т.В. Габрусь [і інш]. – Мінск: Беларусь, 2003. – 314 с.

УДК 330

РОЛЬ КРИПТОВАЛЮТЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

А.А. Шевчук, 10 класс лицея, **Ю.С. Радкевич**, 2 курс
Научный руководитель – **Н.Г. Петрукович**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В современных условиях цифровизации общественной жизни сформировались новые виртуальные объекты. «Виртуальные» деньги быстро обрели популярность благодаря тому, что их владелец может быстро обогатиться, не имея профессиональных знаний и не прилагая особых усилий. О виртуальных деньгах вещает интернет и различные СМИ, всё больше вызывая интерес граждан. Каждая новая форма денег обладает характеристиками, которые помогают ей закрепиться и занять нишу в финансовых отношениях. Виртуальные формы денег наиболее удобны для обеспечения работы виртуальной экономики. Эта необычная сфера экономики по-настоящему не развилась бы, если бы прогресс Интернета и вычислительной техники не стал реальностью.

Криптовалюта — это разновидность цифровой валюты, не имеющей физического воплощения и единого центра, который бы ее контролировал.

Электронную валюту невозможно получить наличными средствами, но можно представить в виде рублей, долларов или евро, конвертировать ее в реальную валюту по текущему рыночному курсу. По сути, она представляет собой цифровой код, который передается от одного компьютера к другому[0].

Как и любая другая валюта, криптовалюта выполняет ряд функций. Рассмотрим основные:

- криптовалюта является всеобщим платежным средством на мировой арене, а также покупательным средством и выражением общественного богатства,
- может измерять стоимость всех товаров, услуг и активов,
- становится средством сбережения и накопления капитала лиц, обеспечивая своему владельцу любое получение товара или услуги,
- может выступать как платежное средство за товары и услуги [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что криптовалюта может выполнять функции, присущие деньгам при условии признания государством данного вида валюты и её всеобщего распространения в обращении.

Основными видами криптовалют являются:

1. Bitcoin. Первый вариант криптовалюты, появился в 2009 году.
2. Ethereum. Создание началось в 2015 году. Технология используется в регистрации сделок, передаче ресурсов/авторских прав.
3. Litecoin. Считается производной от биткоина.
4. Dash. Ранее валюта называлась Darkcoin [2].

Список продолжают — Primecoin, Peercoin, Dogecoin, Namecoin и т.д., но признается лишь небольшое количество вариантов цифровой валюты. Остальные часто относят к «мыльным пузырям», электронным финансовым пирамидам, способным прекратить существование в любой момент. Такой риск существует для всех типов криптовалюты.

Все виды криптовалюты применяют открытый алгоритм генерации, поэтому подключение к общей сети любой из них является добровольным делом. Передача информации об электронном кошельке совершенно безопасна, никаких персональных данных при этом не разглашается.

Так же, следует рассмотреть основные преимущества и недостатки криптовалют.

Преимуществами криптовалюты являются:

- Анонимность (нельзя отследить получателя и отправителя денег, известны только номера криптокошельков).
- Не подвержена инфляции, так как выпускается в ограниченном объеме и увеличить его нельзя.
- Проста в изучении.
- Доступность, ею может воспользоваться любой человек, для этого не нужно обладать никакими особыми возможностями.

Недостатками криптовалюты являются:

- Риск полного запрета со стороны государственных органов.
- Невозможность отменить платеж.
- Риск полной потери доступа к активам в случае утери пароля к кошельку.
- Отсутствие гарантий и страховок.
- Отсутствие четкого законодательного регулирования [2].

Рассмотрев преимущества и недостатки криптовалюты, можно сказать, что они приносят как выгоду, так и потери их владельцам.

Криптовалютный рынок — это огромный слой современной экономики, состоящий из всех известных цифровых цепочек блоков. А также инфраструктуры, обеспечивающей сделки на их основе. В общих чертах он похож на тот же фондовый или валютный рынки. Но его основное отличие — повышенная изменчивость цены его активов, позволяющая получать значительный доход за недели, дни или даже часы [0].

Рынок криптовалюты развивается быстрыми темпами. Так, в октябре 2021 года показатель рынка криптовалют составил \$2,2 трлн. Темпы роста криптовалютной индустрии превосходят традиционные секторы экономики. За время существования Bitcoin подорожал более чем в 100 млн раз. В 2009 году New Liberty Standard установил курс монеты на уровне \$0,000764, а спустя 12 лет она торговалась за \$54,5 тыс. [0].

Соответственно, криптовалюты становятся объектом правоотношений, что позволяет юридическим и физическим лицам владеть ими, а также осуществлять деятельность по их майнингу, приобретению и отчуждению.

Говоря о Республике Беларусь, то она также заинтересована во внедрении в экономику технологии блокчейн (реестр для хранения и передачи цифровых активов.), что подтверждается принятием Декрета Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 "О развитии цифровой экономики, содержащий несколько серьезных нововведений, делающих белорусский Парк высоких технологий наиболее привлекательным в регионе местом для высокотехнологичных компаний и ИТ-специалистов. В перспективе становится возможным легальное создание в Беларуси крупных майнинговых криптоцентров. Интересным фактом является то, что максимальное число биткоинов, которое будет сгенерировано к 2140 году, составляет 21 млн. шт., из которых на сегодняшний день добыто около 80%.

Подводя итог, можно сказать, что цифровая валюта многофункциональна. Она обладает характеристиками, которые особенно актуальны в условиях действующих государственных ограничений. Цифровая технология упрощает международные переводы, делая их более быстрыми и дешевыми. Она постепенно меняет мировую экономику, предлагая частным пользователям и компаниям новые возможности для финансового роста. В феврале 2021 года в сети Биткоин было зарегистрировано 68,42 млн кошельков [0].

Современную экономику уже невозможно представить без криптовалюты. Она способствует росту мировой экономики, облегчают доступ к услугам в развивающихся странах, улучшают бизнес-процессы, делая их надежнее и быстрее. Но также сильное влияние криптовалюты оказывают на экономику развитых стран, именно там они обращаются больше всего. Это влияние проявляется и в беспокойстве обычных финансовых институтов (банков и других) и все большем их стремлении включить криптовалюты в перечень своих инструментов.

Кроме того, криптовалюта становится новой возможностью проводить сделки независимо от мировой политики. Курс цифровых валют очень изменчив и поэтому динамика рынка также постоянно меняется. Криптовалютный рынок постоянно расширяется и формирует огромную капитализацию.

Таким образом, анализируя вышесказанное, можно сделать выводы:

1. В настоящее время криптовалюта является развивающейся платежной системой, которая захватила мировую арену.
2. Инвестировать в криптовалюту может каждый заинтересованный человек.
3. Криптовалюта стала эффективным способом заработка для населения.
4. Криптовалюта — хороший инструмент для долгосрочных инвестиций.

Список использованных источников

1. Криптовалютный рынок [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://goodservice.su/kriptoalyutnyj-gynok/> -Дата доступа 27.03.2023.
2. Криптовалюта [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://alpari-online.com/ru/beginner/glossary/cryptocurrency/> -Дата доступа: 27.03.2023.
3. Суть и принципы работы криптовалют [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://guide-investor.com/kriptoalyuta/naznachenie/> Дата доступа: 27.03.2023.
4. Коржова И.В. Юридические основы обращения криптоактивов: учеб. пособие для студ.высш. учеб. заведений/ И.В.Коржова; под редакцией В.А.Северина – М.: Издательский дом «Юр-ВАК», 2020 – 143 с.

РАЗРАБОТКА ВИРТУАЛЬНЫХ ЭКСКУРСИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА KRPANO

А.С. Шевчук, П.Д. Онищук, К.Г. Шикеля, М.Н. Гембицкая, 10класс
Научный руководитель – **В.П. Коржич**, магистр
Полесский государственный университет

В статье рассматриваются возможности разработки и создания виртуальных экскурсий в результате учебной деятельности студентов и научной деятельности школьников с использованием программного продукта krpano.

Krpano это набор гибких и высокопроизводительных инструментов для просмотра всех видов панорамных изображений и виртуальных 3d туров. Пользователю доступны форматы флэш и HTML5. Программа позволяет воспроизводить панорамы в браузерах в потоковом режиме с удаленных серверов (online) или с локальных дисков (offline). Просмотр панорам и виртуальных туров осуществляется через плеер krpano (krpано Viewer). Помимо плеера существуют т.н. инструменты krpano (krpано Tools), состоящих из дроплетов и настроек к ним, которые позволяют осуществлять все действия с панорамами. Создать виртуальную панораму довольно легко – требуется лишь перетащить файлы панорамы на нужный плагин инструментов[1-3].

Обычно под экскурсией понимается процесс ознакомления с каким-либо объектом социокультурной среды с помощью специалиста – экскурсовода. В экскурсоведении выделяют основные признаки экскурсии:

1. Протяжённость во времени (от одного часа до суток);
2. Наличие экскурсантов (группа или индивидуальный посетитель);
3. Наличие экскурсовода;
4. Показ экскурсионных объектов на месте их расположения;
5. Маршрут (перемещение по заранее составленному маршруту);
6. Наличие определённой темы и цели показа.

Виртуальные экскурсии – одна из разновидностей экскурсий. Можно сказать, что это воображаемое посещение экскурсионных объектов с использованием современных информационно-коммуникационных технологий. Виртуальные экскурсии должны обладать перечисленными выше признаками. Однако они имеют и свои особенности: изучаемые объекты перенесены из реального в сконструированный (виртуальный) мир. Он может быть максимально приближен к реальному благодаря компьютерной графике и программному обеспечению. Это, скорее, информационный продукт с определёнными свойствами, тогда как реальная экскурсия – это услуга. Обязательные элементы экскурсии трансформируются в виртуальном варианте: экскурсантами выступают пользователи, а экскурсоводы – это создатели-разработчики, которые с помощью программного обеспечения задают маршрут и объекты для изучения, выстраивают логику рассказа, показа объектов.

Нами изучен программный продукт krpano и апробирован при создании виртуальной экскурсии по своей квартире. Планируем сделать виртуальную экскурсию по лицу, спортивным объектам Полесского Государственного университета и разместить их на страничке лица ПолесГУ.

Создание такого продукта – серьёзная работа команды. Нужно иметь навыки в области компьютерного дизайна и информации. От компьютерного дизайнера потребуются навыки работы с программными средствами и опыт разработки мультимедийной продукции, от информационных специалистов – подготовка контента, а также знание и понимание специфики мультимедийных технологий: объединение в одном продукте текстовой, графической, аудио-, видеоинформации, анимации; наличие интерактивного (диалогового) режима работы; быстрый поиск информации, широкие возможности навигации; дружественный пользовательский интерфейс. Необходимо учитывать специфику 3D-тура, продумывать логику показа и изложения материала, навигационные связи и переходы, современный интерфейс уже на стадии подготовки контента.

Серьёзным препятствием для проведения наших работ стала проблема с безопасностью вуза. По нашему мнению, виртуальные экскурсии не создадут проблем с безопасностью вуза.

«Виртуальная экскурсия» – это сервис, который помогает абитуриентам, студентам, учащимся и родителям принимать активное и более качественное участие в воспитании и образовательном процессе своих детей.

Список использованных источников

1. Что такое kpano? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apeskov.ru/faq/84-aboutkpano> (дата обращения: 29.03.2023).
2. Выкладываем сферу в Интернет с помощью Kpano. Легкий старт для начинающих. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.airpano.com/article.php?article=100576> (дата обращения: 29.03.2023).
3. kpano Panorama Viewer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kpano.com/home/> (дата обращения: 29.03.2023).

УДК 339.138

НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

О.С. Шумская, 11 класс

Научный руководитель – **Т.Н. Касперович**, учитель математики
Лицей учреждения образования "Полесский государственный университет"

Сегодня как никогда актуален психологический подход к потреблению, и потому современные маркетологи особенно уделяют внимание воздействию на подсознание покупателя, разными способами управляя его эмоциями. В эпоху пресыщенного и оттого расчетливого потребителя эта проблема актуальна как никогда. [1]

Новейшие исследования мозга показали, что поведением человека руководит не разум, а эмоции. По результатам этих исследований и данных классического маркетинга родилась такая наука как нейромаркетинг.

Нейромаркетинг – это относительно новое направление в маркетинге, которое использует методы нейрофизиологии и психологии для изучения реакции мозга человека на рекламные и маркетинговые сообщения. Это позволяет понимать, какие стимулы вызывают больший отклик у потребителя и как можно использовать эту информацию для создания более эффективных маркетинговых кампаний.

Одним из основных методов нейромаркетинга является функциональная магнитно-резонансная томография (фМРТ). Этот метод позволяет измерять активность различных областей мозга в режиме реального времени. Нейромаркетологи используют фМРТ для изучения того, как мозг реагирует на различные виды стимулов, такие как изображения, звуки и текст.

Среди торговых заведений конкуренция всегда высока, поэтому любой метод, дающий преимущество, стоит взять на вооружение. Один из действенных способов запомниться потребителям – ароматизировать магазин. Наш мозг связывает позитивные эмоции от музыки и покупок. А когда человек вдыхает тот или иной запах, аромат как бы растворяется в слизистой носа, раздражает нервные окончания, которые передают сигнал мозгу в гипоталамус. А он в свою очередь отвечает за чувство голода, жажду, сон, возбуждение, уровень сахара в крови и т.д. Нужно иметь огромную силу воли, чтобы пройти мимо бургерной или кондитерской и отказаться от покупки еды. Кафе, кофейни и кондитерские устанавливают специальные системы вентиляции, из которых аромат вместе с тёплым воздухом попадает на улицу, таким образом привлекая покупателей. [2]

Нейромаркетинг – это наука, которая изучает, как мозг человека реагирует на рекламные и маркетинговые сообщения. Эта технология использует методы нейрофизиологии и психологии для анализа поведения потребителя и определения эффективности рекламных кампаний. Одни используют термин “нейромаркетинг”, говоря лишь о маркетинговом анализе результатов сканирования мозга, другие называют нейромаркетингом маркетинговые исследования с визуализацией физиологических реакций человека: расширение зрачков, учащение пульса и активации отделов мозга. Нейромаркетологи знают множество способов влияния на решения покупателей. Чаще всего они используют реакции, которые человек не успевает осознать: физические ощущения и когнитивные искажения.

Музыкальный маркетинг – один из сильнейших инструментов эмоционального воздействия на потребителя. В одном эксперименте, в винном отделе магазина поочередно проигрывали немецкую и французскую музыку. В те дни, когда звучала немецкая музыка, покупатели чаще брали с полки немецкие вина. Французская музыка заставляла людей чаще выбирать французские вина. При этом, когда на выходе покупателей спрашивали, почему они купили именно это вино, они объясняли свой выбор, ссылаясь на собственные предпочтения, а влияние музыки всячески отрицали. Музыка повлияла на их решение, а они этого даже не поняли. Люди не всегда говорят правду. Но даже когда нам кажется, что мы отвечаем честно, реакции мозга могут расходиться со словами. А поведением управляют именно они.[3]

Ещё один показательный пример – нейромаркетинговый эксперимент с Pepsi и Coca-Cola. В 1975 году руководство компаний Pepsi и Coca-Cola решило провести эксперимент под названием Pepsi Challenge и передало его широкой огласке. Суть эксперимента заключалась в том, что в супермаркетах по всему миру установили рекламные стенды и предлагали продегустировать содержимое двух не маркированных стаканов всем желающим. В одном стакане была налита Pepsi, в другом – Cola. Участников эксперимента спрашивали, содержимое какого из стаканов им больше пришлось по вкусу. Когда отдел по маркетингу наконец-то подвёл итоги эксперимента, исполнительные директора Pepsi были ошеломлены. Более половины опрошенных предпочли вкус Pepsi. Однако продажи оставались выше у Coca-Cola. Это связано с тем, что Pepsi Challenge по сути является “тестом одного глотка”. Объясняется это тем, что существует огромная разница между первым глотком газировки и выпитой до дна бутылки. После одного глотка люди склонны выбирать более сладкий напиток, в чём и побеждает Pepsi. Однако дело в том, что все самые позитивные ассоциации любителей газировки связаны с напитком Coca-Cola: история компании, её логотип, цвет и дизайн бутылки, её запах, а так же воспоминания участников о том, каким был этот напиток в их детстве, всё это оказалось сильнее рационального и естественного предпочтения вкуса Pepsi. Почему? Потому что только эмоции помогают определить действительно важные для нас вещи.

Применение нейромаркетинга в маркетинговых кампаниях может быть очень полезным. Он позволяет оптимизировать рекламные материалы и сообщения, чтобы они были более привлекательными и убедительными для потребителей. Например, исследования показали, что яркие цвета и необычные формы привлекают внимание потребителя. Также, использование определенных слов и фраз может вызывать положительные эмоции у потребителей. Нейромаркетинг также может помочь компаниям лучше понять потребности и желания своих клиентов. Используя эту технологию, компании могут выявить наиболее популярные продукты и услуги, а также определить, какие функции и характеристики наиболее важны для потребителей. Однако, следует отметить, что нейромаркетинг может быть использован для манипулирования потребителем. Исследования показали, что определенные виды рекламы могут вызывать у человека эмоциональную зависимость, которая может привести к нежелательным последствиям, таким как потеря контроля над своими финансами. Поэтому компании должны использовать эту технологию с осторожностью и уважением к правам потребителей.

Нейромаркетинг – это мощный инструмент, который может быть использован как для улучшения маркетинговых кампаний, так и для манипулирования потребителем. Разработка правовых основ регулирования, оценка морально-этической составляющей маркетинга должны стать первоочередными моментами, которые позволят заложить стойкий фундамент для развития этой науки.

Список использованных источников

1. Байбардина Т.Н., Мищенко Л.В., Нейромаркетинг как современная технология манипулирования потребителем [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/2751/sequence=1&isAllowed=y>; дата доступа: 30.03.2023
2. Берлинская К. А. Нейромаркетинг: как привлечь и удержать потребителя / К. А. Берлинская. – 2017. – № 11. – С. 294–297
3. Гладун, Г. В. Нейромаркетинг как механизм манипулятивного воздействия на потребителя / Г. В. Гладун. – 2010. – № 1. – С. 69–72.
4. Льюис, Дэвид. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Дэвид Льюис; пер. с англ. Марии Мацковской. – 2015. – 304 с.
5. Роджер Дули. Как влиять на подсознание потребителя. – 2022.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

УДК 821.161.3:82-9

3 “ВОЖЫКА” І “ВЯСЁЛКІ” Ў СВОЙ СУСВЕТ

П.Д. Анішчук, 10 “Б” клас
Навуковы кіраўнік – Н.У. Магер, настаўнік
Ліцэй Палескага дзяржаўнага ўніверсітэта

Існуе думка, што ў сучасных падлеткаў кліпавая свядомасць, пры якой інфармацыя лёгка засвойваецца, калі яна ўяўляе сабою візуальны шэраг. З гэтым заданнем выдатна спраўляецца такі жанр літаратуры як комікс, у якім сумяшчэнне тэксту і зрокавай выявы адпавядае рытму жыцця сучаснага пакалення. На сучасным этапе мы можам казаць пра тое, што комікс – гэта не проста жанр літаратуры, а разнавіднасць мастацтва. Довадам гэтаму служыць той факт, што амаль усе творы класіка англійскай літаратуры Вільяма Шэкспіра былі адаптаваны брытанскай кампаніяй «Self Made Hero» у форме коміксаў.

Коміксы - гэта вельмі маладая сфера, мы трохі адстаём у ёй ад іншага свету - да гэтага моманту ўжо склалася амерыканская, японская, еўрапейская традыцыі. Цяпер ёсць патрэба ўспрыняць міравой вопыт і знайсці сваю дарогу. Мы думаем, хутка для нас прыйдзе пара пошуку сваёй індывідуальнасці. У Беларусі гэты жанр толькі набірае папулярнасць, з’явіліся спецыялізаваныя крамы коміксаў і нават беларускія выдавецтвы, якія друкуюць як перакладныя, так і арыгінальныя беларускія коміксы. Але мы ўпэўнены, што не шмат хто ведае пра коміксы на беларускай мове. Гэты факт вызначае актуальнасць тэмы даследавання.

Існуе дастаткова азначэнняў комікса. Мы трымаемся думкі расійскага пісьменніка-фантаста Эдуарда Шаурова, які вызначае комікс як арыгінальны жанр мастацтва, што знаходзіцца на стыку літаратуры і графікі. Лічыцца, што продкамі жанру комікса былі серыі карцін (пазней гравюр) 1730-х гг. У.Хогарта (William Hogarth, англійскі мастак і тэатральны мастацтва).

Комікс як жанр узнік у Еўропе, існаваў у краінах Еўропы, Паўночнай Амерыкі, Азіі, але ў звычайным для нас выглядзе ён аформіўся ў ЗША, дзе і атрымаў найвялікшую папулярнасць, вядомасць, росквіт і пашырэнне, стаў неад’емнай часткай нацыянальнай культуры. Коміксы ў ЗША - гэта коміксы пра супергерояў, якія прайшлі трансфармацыю ад ідэальнага бездакорнага героя да героя, падобнага да простага чалавека, з яго слабасцямі і недахопамі. Важна тое, што асноўныя супергероі коміксаў на працягу часу тыя ж, пра іх проста пішуць новыя серыі. Супергероі змагаюцца са злом, антыгероем і заўсёды яго перамагаюць. Асноўныя жанры - прыгоды і баявік, то бок амерыканскі комікс - гэта action.

Коміксы ў краінах Еўропы не мелі такой велізарнай папулярнасці, як у ЗША. Яны развіваліся ў той жа час, але мелі свае асаблівасці. У Еўропе не склаўся адзін дамінантны стыль, як супергероіка ў ЗША. Для еўрапейскіх коміксаў характэрна жанравая разнастайнасць, складаныя сюжэты і дэталёвая прамалёўка. Увагу прыкоўвае найперш візуальны рад. Гэта цэлыя творы мастацтва, якія трэба чытаць удумліва. Выпускаюцца еўрапейскія коміксы ў выглядзе поўнафарматных кніг у цвёрдай вокладцы і завуцца «графічнымі раманамі». Тут можна знайсці і прыгоды, і баевікі, і фэнтэзі, і навуковую фантастыку, і раманы на побытавую тэматыку.

Азіяцкі комікс найчасьцей паддадзены японскімі коміксамі «манга». Яны пачалі сваё развіццё пасля Другой сусветнай вайны і заваявалі велізарную папулярнасць у сваёй краіне. Візуальнай інфармацыі даволі мала, яна расцягнута на некалькі кадраў, бо галоўным з’яўляюцца пачуцці і перажыванні герояў. Малюнк мангі практычна заўсёды чорна-белыя і іх адметнай рысай з’яўляюцца вялікія вочы герояў. Па матывах папулярнай мангі вельмі часта здымаюцца японскія мультсерыялы - анімэ і запускаяцца камп’ютарныя гульні.

Комікс як літаратурны жанр ці від мастацтва не атрымаў у Беларусі такой велізарнай папулярнасці ў XX стагоддзі, як супергероіка ў ЗША ці манга ў Японіі, бо ў Савецкім Саюзе месца звычайным нам коміксам не знайшлося - да моманту, калі фармат можна было адаптаваць у краіне, гэты

від творчасці быў прызнаны буржуазным і не адпаведным маральнаму абліччу савецкага чалавека. Так што ў СССР паслядоўнае мастацтва шукала сабе іншыя, някоміксныя, шляхі развіцця - дзіцячую ілюстрацыю, карыкатуру ці, напрыклад, дыяфільм.

У выглядзе асобных твораў коміксы пачалі з'яўляцца ў Беларусі толькі ў 90-я гады ХХ стагоддзя. Дагэтуль коміксы як гісторыі ў малюнках друкаваліся ў часопісах.

На дадзеным этапе жанр комікса ў Беларусі толькі набірае папулярнасць. З'явіліся спецыялізаваныя крамы коміксаў, выдавецтвы, а потым арыгінальныя беларускія творы гэтага жанру.

Важнай падзеяй для развіцця беларускага комікса стала стварэнне ў 2018 годзе Мікітам Сеннікавым творчага аб'яднання «Сучасны комікс», якое з'яднала маладых беларускіх аўтараў, якія жадаюць адрозніць цікавасць да айчыннага комікса, пераасэнсаваць яго, ствараць коміксы пра нашых нацыянальных герояў і вядомых асоб.

У 2018 годзе «Сучасны комікс» апублікаваў свой першы зборнік коміксаў «Легенды глухога лесу», куды ўвайшло дзве працы на беларускай і шэсць коміксаў на рускай мове. Усе гісторыі заснаваны на беларускай гісторыі і легендах ці гарадскім мясцовым фальклоры. Напрыклад, комікс «Леў» прысвечаны гісторыі ўзнікнення горада Магілёва, «Усяслаў Чарадзей» - пра легендарнага полацкага князя, «Легенда пра мёртвае возера» расказвае пра вікінгаў на тэрыторыі Беларусі, «Вужыная карона» - гэта інтэрпрэтацыя адной з легендаў Яна Баршчэўскага, комікс «Дзіцё чырвонага балота» заснаваны на вядомай у мазырскіх краях страшыльцы. У аснове коміксаў «Слухай» і «Дзень горада» - гарадскі фальклор. Увесь тыраж зборніка быў рэалізаваны праз крамы коміксаў, але гэтыя коміксы можна пачытаць у вольным доступе ў сацсеткі «УКантакце», у групе «Сучасны комікс». У дадзены момант каманда працуе над стварэннем наступнага зборніка.

Беларускі комікс мае свае ўнікальныя рысы. Галоўным адрозненнем з'яўляецца тое, што беларускія коміксы заснаваны на мясцовым матэрыяле, легендах, гарадскім фальклоры. Стыль беларускіх твораў - нешта сярэдняе паміж заходнім і ўсходнім. У коміксах шмат экспрэсіі, як у японскай манзе, але кампазіцыя і суадносіны візуальнага шэрага і тэксту маюць агульныя рысы з заходнімі коміксамі.

Такім чынам, мы прыйшлі да высновы, што беларускі комікс - гэта ўнікальная з'ява ў культуры Беларусі, якая ў сваім развіцці мае як агульныя з развіццём замежных коміксаў рысы, так і свае.

Нашы індывідуальныя рысы - унікальныя класныя беларускія эмацыйныя персанажы, за якімі цікава сачыць. Набліжаныя да жыцця, гісторыі - не нейкае паветранае штосьці, а нешта бліжэйшае да нашага жыцця, гісторыі і вопыту. Падзеі, якія могуць нават быць фантастычнымі, але ў іх пазнаюцца нашы рэаліі.

УДК 81.2

OMENS AND SUPERSTITIONS IN THE UK AND BELARUS

R.R. Kutsko, form X

Scientific adviser – I.A. Novik, English language teacher

V.S. Starik, English language teacher

State Educational Establishment «Pinsk Secondary School № 18»

Man's desire to protect himself from unknowable forces or to create a good fortune has led to the emergence of thousands of superstitions and spread all over the world. Life is unpredictable, but sometimes people notice some coincidences, events that followed a succession of fortunate or unfortunate situations.

Relevance of the study: although the roots of this topic go far back in time, its relevance is obvious. Nowadays, many people remain superstitious; superstitions and prejudices have become so ingrained in our lives that they have become an integral part of our nature. Belief in the supernatural influences the behavior of people of all ages and nationalities.

Research hypothesis: let us assume that omens and superstitions of Great Britain and Belarus have certain similarities and differences.

Research aim: identification of the most widespread omens and superstitions, similarities and differences of these omens and superstitions in Great Britain and Belarus.

Practical significance of the study: the practical value of the study lies in the use of research materials in English lessons.

Superstition is an erroneous, false belief in something; a belief in cause and effect where there is no connection [1].

An omen is a sign that portends something [2]. An omen is a reaction of the human mind trying to identify the connection between processes and phenomena.

The main difference between omens and superstitions can be considered in the place assigned to them.

The concept of a superstition of particular people depends on their standard of living, education, religious inclinations and historical roots. The geographical location and historical development of the UK and Belarus is also considered an influential factor in the emergence of certain superstitions.

So, the main prerequisites for the emergence of superstitions are [3]: historical superstitions and omens, pagan rituals, traditions, legends, fear of the unknown and unknowable, fear of the evil eye, curses, etc.

The forms of omens and superstitions are: religious prejudices, pagan customs and rituals, astrology, runic magic [4, p.256].

The most traditional superstitions are: the mystical number 13. Both in Britain and Belarus, the number 13 is an unlucky number [5, p.54].

Another traditional superstition is the legacy of the Druids and the Magi. «If you touch wood, your good luck will continue». In Belarus it is also believed that if you touch a tree, you will not only be lucky, but you won't get sick this year [6, p.17].

As for wedding superstitions, the most superstitious are those who are getting married. «If you marry in Lent, you will live to repent» - the English say, which corresponds to a Belarusian saying that getting married during Lent is not good, that newlyweds will constantly quarrel and regret the marriage, and there will be no happiness for their family [7, p.34-35].

The most common superstitions are also those associated with birds .

No less traditional are Christmas superstitions: «The way you meet the year, the way you spend it» and an omen connected with the pagan festival of the British peninsula is Samhain - a Celtic pagan celebration during which a dying god is honoured [8].

Among humorous Scottish rites and traditions is the Hogmanay (New Year's Eve) which has been celebrated in Scotland for centuries. Scottish tradition is called «First footing» [9].

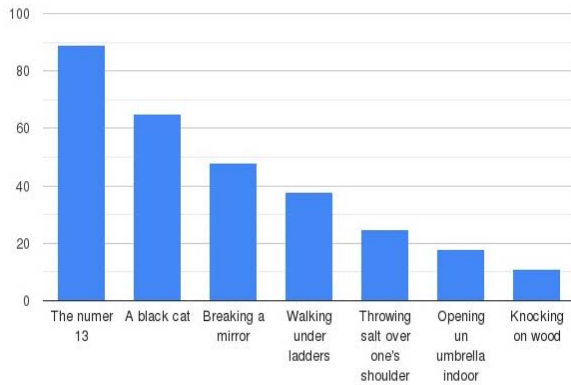
Having studied the linguistic forms of the British and Belarusian omens and superstitions, we can conclude that the most important linguistic difference is their interpretation. For example, when a black cat crosses your path, the British say: «If a black cat crosses your path, you will have good luck», i.e. a black cat symbolizes just the opposite - happiness and good luck. Perhaps, that is why many famous people in Great Britain choose black cats as pets to attract more luck. In Belarus a black cat is a carrier of all misfortunes.

The similarities between Belarusian and British superstitions lie in the forms of superstitions related to mirrors, lucky and unlucky numbers, weather conditions, money. From the foregoing we can conclude that the interpenetration of cultures has occurred quite a long time ago.

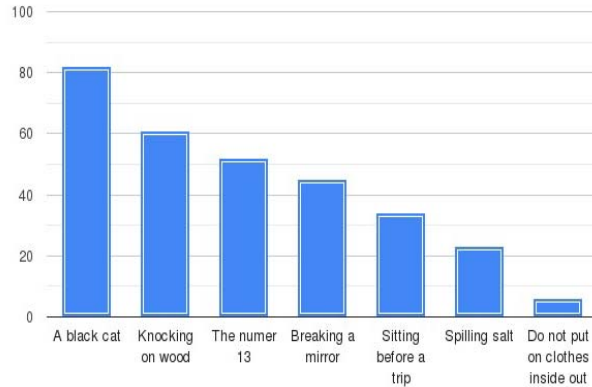
To detect the most popular omens and superstitions in Belarus and the UK the study was conducted in two specific areas in the UK, Tiffield and in Belarus, Pinsk. Firstly, we find out what superstitions and beliefs are the most popular in these areas and outlined the reasons for their popularity. Secondly, we reflect how current research reveals similarities and differences in superstitions and beliefs across age groups and how the personalities of people in each group influence the extent of their beliefs. The third part presents a case study to describe the most interesting and unusual superstitions and omens.

Respondents were asked to name three superstitions or omens that came to their mind at once. The ranking order and percentage of their popularity are shown in the tables below.

Graph 2.1 Great Britain



Graph 2.2-Belarus



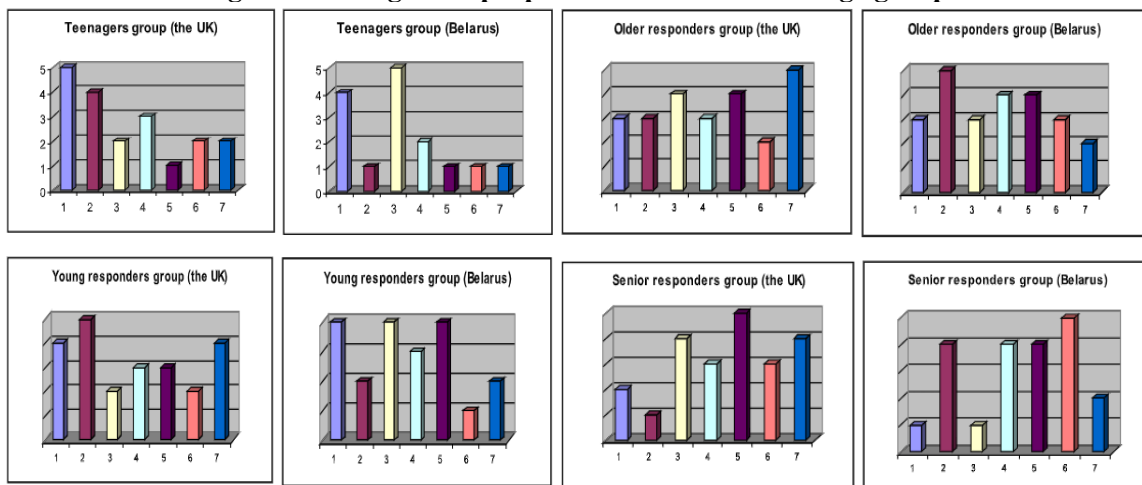
To find out the extent to which people of different age groups believe in the most popular superstitions and beliefs, they were divided into four groups. Those aged 13-19 years were defined as 'teenagers', those aged 20-35 years were defined as 'young respondents', those aged 36-50 years were defined as 'older respondents', and those aged 51 years and above were defined as 'senior respondents'. They rated these superstitions and omens on a five-point scale.

Graph 2.3-Great Britain

Graph 2.4-Belarus

No. Names of superstitions and beliefs	No. Names of superstitions and omens
1. Number 13	1. Black cat
2. Black cat	2. Knocking on a tree
3. Break the mirror	3. Number 13
4. Walking under the stairs	4. Break the mirror
5. Throwing salt over the shoulder	5. Sit before travelling
6. Opening an umbrella indoors	6. Waking up with salt
7. Knocking on wood	7. Don't wear clothes inside out

Figure 2.1 - Degree of people's beliefs in different age groups



It turned out that the group of 'teenagers' and the group of 'younger respondents' were more superstitious about «Number 13» and «The black cat».

The 'older respondent group' and 'the senior respondent group' played a big role in knocking on wood, breaking the mirror and scattering salt. This was because these superstitions and omens are related to everyday things: the mirror, salt and things made of wood.

No significant differences were found between the group of 'younger respondents' and 'older respondents'. This result could be explained by the lack of large boundaries between these groups.

Summarizing the results, it can be confirmed that the awareness of superstitions and omens and their perceived importance depend on various factors, including countries, regions and age.

The result of the study fully confirmed the hypothesis. Superstitions and omens of Great Britain and Belarus definitely have both similarities and differences in both cultures. Also, the study has showed that some superstitions and omens exist only in Belarus or only in Britain. The study has revealed that the degree of superstitiousness depends on the age group of the person.

Finally, it must be noted that superstitions and omens will live on for a very long time. They are an inherent part of the culture, of the people.

Next, we would like to suggest the ways of using the knowledge gained throughout the research.

Nowadays, reading is an unfashionable pastime. To draw attention to this problem, a new trend has emerged: bookcrossing. It consists in the fact that people can leave any book on the bookshelf and take any book in return, i.e. exchange it. Based on this trend, the idea arose to develop booklets about omens and superstitions in the UK and Belarus and distribute these booklets to different places. Such booklets could be left at train stations and airports so that foreign tourists could avoid misunderstandings.



A short animated video was developed about the difference in meaning of the same superstition between Belarusians and Britons.

In addition, we present a short video which introduces you to the most popular omens and superstitions in Britain and Belarus.



References

1. Толковый словарь Ожегова С.И. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=30987>. – Дата доступа: 15.02.2022.
2. Collins Online Dictionary [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/omen>. – Дата доступа: 15.02.2022.
3. Wikipedia Dictionary [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Superstition>. – Дата доступа: 17.02.2022.
4. Cheeseman, M; Hart, C Folklore and nation in Britain and Ireland. – New York. ; Jossie Bass: A Wiley Imprint, 2009. –256p.
5. Лаврова С.А. Культура и традиции Великобритании. – М.: Белый Город, 2004. – 54 с.
6. Ronald H Blood and Mistletoe: The History of the Druids in Britain. – Yale University Press, 2009. –17p.
7. Авдеева Л.С. Предзнаменования, приметы, поверья. – Минск : Л. С. Авдеева, 2007. – С.34–45.
8. Superstition Dictionary: Folklore, Superstitions, Legends, Traditions [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://superstitiondictionary.com/superstitions-about-birds/>. – Дата доступа: 05.04.2022.
9. The Holiday Spot [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theholidayspot.com/christmas/superstitions.htm>.- Дата доступа: 13.05.2022.

THE DEVELOPMENT OF THE HIGH TECHNOLOGIES PARK AS A NATIONAL TREASURE OF THE REPUBLIC OF BELARUS

A.A. Selyuzhitskaya, 10th Grade
Scientific supervisor – **N.A. Khvesyuk**
Gymnasium No. 3 named after V.Z. Korzh, Pinsk

In the modern world it is believed that only an innovative way of development can ensure the competitiveness of the national economy and the well-being of the population. The main sources of competitive advantages of the national economy of any country are highly experienced staff, scientific and technical potential.

The transition to an innovative way of the development is an urgent task for the Republic of Belarus. To use this potential effectively, modern technology parks are being created in the country, whose activities are aimed at introducing new technologies and implementing scientific research.

A significant contribution to the dynamic development of the IT sector in the Republic of Belarus is made by the High Technologies Park (HTP), established in 2005 on the initiative of the President of our country with the aim of favourable development of economic sectors.

As noted by the famous world publications The Wall Street Journal and Forbes, in a short time, the HTP in Belarus has turned into a Silicon Valley, has become a world centre of high-tech developments and a national treasure of the country. [1]

Today, the digital developments of HTP residents are known all over the world. Belarusian companies work with world giants. Applications and software of Belarusian developers are used by billions of people. In terms of production and exports, the country has been among the world leaders for a long time. The export of computer services per capita in 2021 amounted to \$320. For comparison, in Poland it is \$266, in the USA it is \$155, in India it is \$56. [2]

For the period of activity of the HTP from 2005 to 2015 149 companies became its residents, which occupy 80% of the entire IT industry of the Republic of Belarus. [1] In 2021, the HTP accepted more than 52 companies as residents representing various sectors of the economy: medical technology, mobile application development, e-commerce, gaming industry, Web platforms and others. The largest ones are Tinkof Development Center LLC (Russia), Innotech (Russia).

The consumers of HTP products are companies from 55 countries of the world, among which are global corporations: Google, Microsoft, Coca-cola, Samsung. Participants from 17 countries of the world have shares in Belarusian companies. Among the leaders are the USA, Russia, the Netherlands, Germany, Great Britain.

The HTP of Belarus has a competitive position in comparison with such countries as India, Ireland, Israel, China, Russia and the Philippines.

Foreign analysts rate the Belarusian IT market higher than the Russian or Ukrainian market, as it is represented by more flourishing companies that have the necessary financial and labour resources to conclude long-term contracts.

Belarus hosts the largest and most reputable European IT outsourcing providers in Eastern Europe and the CIS. Over 40 years of high-tech scientific research has created the world's leading system of technical education and training.

Unlike other European and Asian Parks, Belarus HTP is a virtual Park. Resident-companies have the right to operate in any locality of the country, which allows them to use the educational, infrastructural, and professional potential of the entire country.

Competitive indicators of Belarusian exporters in the global IT market are as:

- good educational system;
- relatively low cost of services;
- technical skills and creativity of IT specialists;
- advantageous geographical position;
- good communication skills;
- stable macroeconomic situation;
- state support.

The HTP is a unique and favorable environment for IT business development in the Republic of Belarus, where huge tax incentives are combined with specially trained IT staff. The territory of the HTP is located in close proximity to the main transport networks of the city: the central Minsk Avenue, the Minsk Ring Road, the main road to the National Airport of Belarus (the distance to the airport is 40 km), the Berlin-Minsk-Moscow railway line.

Now Belarus is one of a few countries whose specialists are involved in the construction of space stations, global communication systems, military and nuclear development projects.

Belarusian service providers specialize mainly in the creation of complex high-tech projects that value quality and creativity.

Basically, they fulfill orders for the development and adaptation of programs for financial business processes, CRM (Customer Relationship Management), and also provide a range of services for IT consulting, software testing, etc.

Currently, about 20 largest companies (out of 200 operating companies) can be identified in the domestic market of export-oriented programming, of which 5 companies are world market leaders.

A number of international organizations offer examples of rating indices to assess the competitive advantages of the IT sector. However, most of them do not take into account all the competitive aspects of the Belarusian IT sector.

All these achievements are mostly due to the high level of IT education in Belarus. The HTP is actively involved in creating a unique system of continuous training for the industry, from kindergarten to university. More than 40 branches of university departments have been created at the HTP sites and the park territories. For more than 5 years the educational project "Programming-the second literacy" has been implemented in schools.

Belarus is at the top of the ranking of the online educational platform Coursera. In the Global Skills Report 2022 Belarus takes the honorable first place among 33 countries in Europe in the category of Technology. Belarus maintains the second position in the world ranking, Indonesia is among the leaders. [2]

Belarus has 55 universities and 16 thousand students graduate with ICT and related technical skills annually. Belarusian software engineers have repeatedly won the world software competitions, demonstrating the highest level of qualification and experience.

The team of the Belarusian State University has been among the best of more than 3,000 teams for many years.

The independent consulting company "Market-Visio Consulting", specializing in professional research and analytical services in the field of information technology and telecommunications, classifies Belarus in the "Promising players" group or in the "Up" category and believes that it has real opportunities to take higher positions in the global IT market.

In conclusion, it should be noted that the High Technologies Park of Belarus has become a global brand, pride and national treasure of the country. Belarus is a real centre of attraction for talented people, successful companies and international corporations.

References

1. Патоцкая, К.А. Роль Парка высоких технологий в инновационном развитии национальной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/153524/1/%D0%9F%D0%BE%D1%82%D0%BE%D1%86%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C.pdf>. – Дата доступа: 05.03.2023.

2. Какое будущее ждёт белорусский IT-сектор? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belta.by/president/vie/>. – Дата доступа: 15.03.2023.

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СНИЖЕНИЯ КАТЕГОРИЧНОСТИ ВЫСКАЗЫВАНИЯ
(на примере китайского языка)**

Т.А. Скварник, 4 курс

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.фил.н., доцент

Полесский государственный университет

Изо дня в день каждый из нас вступает в коммуникативный процесс с другими людьми. Соблюдение коммуникативных норм помогает говорящему сделать речь коммуникативно успешной и результативной. Одной из самых важных коммуникативных форм считается категоричность, поскольку при помощи данной категории говорящий может оказывать непосредственное воздействие на слушающего.

Несмотря на то, что категоричность представляет собой достаточно широкую коммуникативную категорию, которая находит свое отражение на всех уровнях языковой системы, до сих пор не существует единой интерпретации понятия «категоричность».

В соответствии с Толковым словарем С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, категорический (категоричный) означает «ясный», «безусловный», «решительный» [2, с. 269]. Толковый словарь английского языка содержит следующие определения: «абсолютный», «обстоятельный», «безусловный», «четко и ясно выраженный» [3]. Таким образом, можно утверждать, что категоричность высказывания имеет место быть, когда говорящий полностью уверен в данных, которыми он апеллирует.

По словам К. Ю. Малышкина, «категоричность связана с когнитивной деятельностью человека, которая находит свое системное отражение в языке и речи» [1, с. 85]. Исходя из этого, можно рассматривать категоричность как семантическую категорию. Тем не менее, своим существованием категоричность обязана экстралингвистическим факторам: говорящему, его намерениям, отношению к предмету разговора. Все эти факторы создают ситуацию общения. Следовательно, можно утверждать, что категоричность содержит в себе не только семантический, но и прагматический аспект.

Несмотря на то, что категоричность является важнейшей категорией, задающей коммуникацию в целом, слишком категоричное высказывание может привести к коммуникативной неудаче. Преодолеть излишнюю категоричность в речи и снизить шанс наступления коммуникативной неудачи помогают средства снижения категоричности.

Цель настоящей статьи – выявить и изучить основные способы снижения категоричности высказывания на примере китайского дискурса.

Материалом исследования послужили тексты экономического дискурса, включающие категоричные высказывания носителей китайского языка.

В ходе анализа мной были выявлены следующие языковые средства снижения категоричности, наиболее часто употребляемые носителями китайского языка:

1. личные местоимения во множественном числе, употребляемые вместо личных местоимений в единственном числе – 154 примера,

2. глаголы и модальные глаголы с семантикой желания и возможности осуществления действия в будущем, выступающие в роли сказуемых – 88 примера,

3. частицы с семантикой предположения; частицы 简直, 只, 一点 с семантикой ограничения признака – 62 примеров,

4. вводные слова и конструкции, указывающие на то, что источником информации является сам говорящий – 28 примеров,

5. модальные слова с семантикой неуверенности, в частности с семантикой предположения и сомнения – 14 примера.

Данные слова и выражения мы распределили по степени категоричности, см. табл.

Таблица – Языковые средства смягчения категоричности в китайском экономическом дискурсе

Примеры	Языковые средства смягчения категоричности	Кол-во
我们 (629) 我们的 (239)	личные местоимения во множественном числе, употребляемые вместо личных местоимений в единственном числе	154
简直 (158) 只有 (82) 一点 (40)	частицы с семантикой предположения; частицы 简直, 只, 一点 с семантикой ограничения признака	62
想 (99) 能 (53) 兴奋 (21) 希望 (15) 期盼 (4) 高兴 (2)	глаголы и модальные глаголы с семантикой желания и возможности осуществления действия в будущем, выступающие в роли сказуемых	88
想 (71) 相信 (43) 觉得 (6) 说的是 (5) 认定 (3)	вводные слова и конструкции, указывающие на то, что источником информации является сам говорящий	28
可能 (21) 也许 (20) 或许 (2)	модальные слова с семантикой неуверенности, в частности с семантикой предположения и сомнения	14
Итого		346

Примечание – Источник: собственная разработка.

Процентное соотношение языковых средств выражения смягчения категоричности по группам представлено на рисунке.



Рисунок – Процентное соотношение языковых средств выражения смягчения категоричности по группам в китайском экономическом дискурсе

Таким образом, наиболее частотными средствами смягчения категоричности являются личные местоимения во множественном числе, употребляемые вместо личных местоимений в единствен-

ном числе (57%), частицы с семантикой предположения и частицы с семантикой ограничения признака (19%), глаголы и модальные глаголы с семантикой желания и возможности осуществления действия в будущем, выступающие в роли сказуемых.

Исходя из исследования, можно сделать вывод, что средства снижения категоричности высказывания довольно часто используются в китайском дискурсе. Это отражает менталитет китайского народа, основными чертами которого являются взаимоуважение, вежливость и почтительность.

Список использованных источников

1. Малышкин, К. Ю. К вопросу о взаимосвязи вежливости и категоричности / К. Ю. Малышкин // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. Научный журнал / К. Ю. Малышкин. – 2013. – № 1. – С. 85-87.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: АЗЪ, 1997. – 944 с.
3. CALDT – Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british>. – Дата доступа: 28.03.2023.

UDC 811

LINGUISTIC-CULTURAL CHARACTERISTICS OF THE FUNCTIONING OF EVERYDAY ENGLISH

A. Yusenko, XI "V" form

N. Bolinova, teacher of English

State Establishment of Education "Pinsk Secondary School No. 10"

Learning foreign languages is quite popular in the modern world. This is not only due to the development of various kinds of relations: trade, economic, cultural - but as many experts say, it is useful for human health.

You can pay attention to the fact that the lexical composition of English is quite diverse and heterogeneous. Both the spelling of words and their pronunciation, the plural and singular of many words, as well as the scope of their use cause difficulties. Learning English is useful to resort to history and those events that can shed light on many structural-semantic and linguistic-cultural characteristics of the functioning of the everyday vocabulary of the English language.

The hypothesis: knowledge of the semantic characteristics of certain words, the history of their origin in the language motivate to learn a foreign language.

The interest on this topic is not accidental, learning of English words and expressions cannot be explained without delving into the structure and history of these words.

The object of the research is the most frequent structural and semantic characteristics of the functioning of everyday English.

The subject of the research is the cultural and historical events of the past, which were the reason for the emergence and use of lexical units in English throughout its development.

The aim is to study the historical backgrounds that contribute to the emergence of lexical units that are different in their structure.

Working on the topic, the following tasks were set: 1) to study the material relating to the historical development of the English language; 2) to highlight the most frequent structural and semantic features inherent in the lexical composition of English; 3) to increase interest of learning a foreign language; 4) to accept learning as a part of personal development.

The following methods are used: theoretical method, descriptive method, comparative method.

The English language has come a long way in its development. Its changes were closely related to historical events, which significantly influenced both society itself and subsequently transformed the language itself.

It is widely known that the first inhabitants of the British Isles were the Celts. Mentions of them are subsidized by about 800 years BC. Loanwords from the Celtic language were few and relate mainly to geographical names: Abor (the mouth of the river) is found in the names of cities – Aberdeen; Avon (river) – Stratford-on-Avon, Car (castle) – Cardiff in English. [2, p. 102]

The next stage in the development of English was the resettlement of the three tribes of the Angles, Saxons and Jutes in 449 to the British Isles. Their dialects became the progenitors of the Anglo-Saxon dialect. Significant parts of speech of Anglo-Saxon origin denote body parts (head, hand, etc.), family members and immediate family members (father, mother, etc.), natural phenomena and planets (snow, rain, wind), animals (horse, cow), qualities and properties (old, young, white, long), ordinary actions (do, make, go), etc. [3, p. 23]

In 44 AD, the British Isles were annexed by the Roman Empire, which was a vast country with a developed culture and technology that surpassed those used by the Jutes, Angles and Saxons. The official language of the Roman Empire was Latin. At this time, the English language is enriched with words associated with Christianity: schola, episcopus, mount. [3, p.33] Many words borrowed from the Romans remained in the names of military fortifications and roads. These are words such as street – a paved road, port, wall, mile, etc. The element – chester – a fortified structure, preserved in the names of cities - Manchester, Dorchester.

A new period began in 793, which entailed the further development of English - this is the conquest of Anglo-Saxon lands by the Danes. For a large number of years, the Danes lived on British lands, assimilated with the local population, the Anglo-Saxons. The result of living together was multiple borrowings in English, for example, amiss, anger, auk, awe, axle, aye "always". [3, p. 33]

By the middle of the eleventh century, the inhabitants of northern France had conquered Britain. The Normans, who came to rule at this time, used only French. Borrowings from French have a wide layer. Among the loanwords, there are words denoting: feudal ideology (command); the title names are prince, duke and the addresses sir and madam; state and public administration (state); monetary relations (money, property); family relations (parent, cousin); war, and military terms (army); rank names (chevalier); words for pleasure (leisure); legal terms (accuse); numerous common, everyday words (face); food (pork, beef); integer expressions (vice versa); letter abbreviations (i.e. — that is, e.g. — for example, viz. — namely, am — in the morning, pm — in the evening). [1, p. 163]

During the Middle English period, serious changes in the grammatical structure and in the phonetics of the language. During this period, approximately 90% of native speakers use the London dialect as a means of communication. [3, p. 34]

The New England period is a renaissance of culture and language both. This period starts around 1500 and continues to this day. The vocabulary of modern English is based on Celtic, Germanic, Scandinavian, Romance composition. [4]

Modern English consists of many dialects, for example, the London dialect of British English, Australian English, Canadian English and many other dialects. In many provinces of Britain itself, different dialects of English are used. [5]

As noted earlier English was in long and close contact with other languages for 15 centuries. History not only influenced society, its development, but English also reflected the changes and events of that time. As noted earlier, all the words, that come into the language and still exist today, are very closely woven with the structure.

Everyone knows the word "anecdote", by which we mean "a funny or funny story passed down by word of mouth". The Greek roots of this word: "an" means "not" and "ekdotos" - "for distribution", that is, "not for distribution" and "not for publicity". A "joke" thus is something that isn't intended for prying ears.

The word "Limousine" existed long before the appearance of the first cars. "Limousine" comes from the French word for "cloak". It is possible to assume that the first closed cars, which were previously produced with an open top, caused just such associations with the "cloak".

What do you know about the famous "Canary Islands"? There is no connection with canaries despite the name and the diversity of birds. The ancient Romans discovered even a large number of huge dogs on the islands, which Pliny mentioned in his writings. The word "dog" in Latin sounds like "canis". The name "Canary Islands" appeared because of this. [3, p. 24]

The words considered show that a large number of words carries more information than some facts. We can cite a large number of such words as an example. The days of the week denote the gods and planets. The history of the word is thus very often entertaining and makes you think about events of the past. Knowledge of the origin of the word helps not only to understand its meaning, but also to use it in the language, to combine it in the offer with other parts of speech. Learning the language, we get acquainted

not only with the language system, but also learn the culture, the history of the country. This knowledge of the primordial etymology of the word will help us in this. [6]

At the moment students have lost interest in studying, comparing and contrasting phenomena and factors, which leads to a decrease in literacy, a deterioration in logical thinking and imagination with the development of technology and interactive. This work is aimed to increase the level of interest in learning a foreign language not only as a means of communication, but also as a way of knowledge of the surrounding world through history, culture, and structures.

Only having studied this topic it should be concluded that the vocabulary of the English language is quite diverse. The difficulties caused by words and their derivatives are often underestimated despite the simplicity of grammatical constructions. The study of the history of English sheds light on the emergence of words describing various concepts, objects, phenomena associated with historical events.

List of references

1. Аракин В.Д. История английского языка : учебное пособие. – 2-е изд. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2003. – 272 с.
2. Базанова Е. М. Практикум по лексикологии английского языка [Текст]: учебное пособие / Е. М. Базанова, Н. М. Леонтьева – М.: Ваше цифровое издательство, 2018. – 129 с.
3. Язык и культура стран изучаемого языка : мат-лы студ. Науч.-практ. Конф. – Иркутск : Изд-во ИрГТУ, 2014. – 374 с.
4. История английского языка: от зарождения до наших дней [Электронный ресурс]. – РФ, 2022. – Режим доступа: <http://www.native-english.ru/articles/history>. – Дата доступа: 28.03.2023.
5. Лексика английского языка [Электронный ресурс]. – РФ, 2022. – Режим доступа: <http://online-teacher.ru/study/leksika-anglijskogo-yazyka>. – Дата доступа: 28.03.2023.
6. Особенности национального характера, или за что англичане любят очереди [Электронный ресурс]. – РФ, 2022. – Режим доступа: <https://www.ukstudycentre.com/matarialy/osobennosti-nacionalnogo-kharaktera/>. – Дата доступа: 28.03.2023.

СОДЕРЖАНИЕ

БАНКОВСКАЯ ЭКОНОМИКА

Белевич А.А., Кукса О.А. Риски цифровизации в банковском секторе.....	3
Босовец А.Р., Кукса О.А. Организация банковского надзора в Республике Беларусь.....	5
Буряк А.С., Давыдова Н.Л. Экосистемы банков и возможность их внедрения в банках Республики Беларусь.....	8
Велесевич Д.А., Кукса О.А. Денежно-кредитная политика Беларуси на современном этапе..	10
Вергей С.А., Давыдова Н.Л. Ресурсный потенциал ОАО “АСБ Беларусбанк”.....	13
Волкова А.А., Пономарёва Е.С. Развитие карточных продуктов в банках Республики Беларусь на основе современных технологий.....	16
Деканчук А.А., Лукашевич В.А. Состояние и перспективы развития валютного рынка Беларуси.....	17
Журавель А.И., Кареткина Т.К., Покровская Н.В. Методы оценки рыночного риска.....	20
Катечева Е.Е., Сергиевич Т.В. Деньги как экономический институт.....	22
Пальчик Н.С., Павлова К.М., Лукашевич В.А. Преимущества и недостатки национальной цифровой валюты.....	23
Парфенова М.В., Львова Н.А. Развитие инструментария макропруденциального регулирования в условиях санкций: опыт РФ.....	25
Смирнова Е.А., Лукашевич В.А. Развитие кредитной системы Республики Беларусь.....	27
Чернак А.В., Кукса О.А. Обзор отдельных показателей кредитного риска в банковской системе Республики Беларусь.....	29
Юнчиц А.Г., Давыдова Н.Л. Оценка конкурентных позиций ЗАО “Альфа-банк“ на розничном рынке Республики Беларусь.....	32
Юрковец А.Д., Давыдова Н.Л. Деятельность ОАО “АСБ Беларусбанк“ на рынке розничных банковских услуг.....	34

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

Базилюк Е.А., Якубова И.П. Экономическое содержание категории «кредиторская задолженность».....	38
Билида Д.А., Галкина М.Н. Налоговый учет: подходы к сущности и основные направления совершенствования.....	40
Болобосова У.А., Галкина М.Н. Учетная политика организации как инструмент управления хозяйственной деятельностью.....	42
Гродель К.В., Бондарь А.Г. Краткосрочные активы: сущность, классификация и состав.....	44
Дорошко А.О., Добрыдень Н.В. Требования к составлению финансовой отчетности в Республике Беларусь и МСФО.....	47
Иванюк А.И., Севашко А.С., Бухтик М.И. Бухгалтерский учет в условиях цифровизации..	49
Карпенко А.И. Совершенствование учета, анализа и аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками.....	51
Куриль Е.П., Якубова И.П. Развитие состава и номенклатуры статей расходов на реализацию в разрезе бизнес-процессов системы товародвижения ЧП “Омега Пинск“.....	53
Кухта К.В., Галкина М.Н. Оплата труда: сущность, формы, системы.....	56
Макаренко А.А., Галкина М.Н. Запасы организации: подходы к сущности, классификации и оценке.....	58
Максимук-Супрунович И.В., Галкина М.Н. Готовая продукция: сущность и оценка.....	60
Малибошко Д.А., Дашкевич С.С., Бухтик М.И. Факторы, влияющие на формирование учётной политики организации.....	63
Мartiнович Д.С., Добрыдень Н.В. Отчет о движении денежных средств: сравнительная характеристика действующей практики составления и в соответствии с МСФО.....	64
Ништ А.А., Галкина М.Н. Инвентаризация запасов: сущность, виды и методика проведения инвентаризации.....	67

Панковец В.В., Буценко В.С., Бухтик М.И. Автоматизация проведения инвентаризации в Республике Беларусь.....	68
Панышева М.Ю., Добрыдень Н.В. Основные средства: сущность, направления совершенствования бухгалтерского учета.....	70
Певец О.М., Добрыдень Н.В. Бухгалтерский учет расчетов по налогам и сборам: направления совершенствования.....	72
Пилецкая Е.А., Добрыдень Н.В. Сравнительная характеристика учета операций с основными средствами в Республике Беларусь и МСФО.....	75
Радкович М.И., Добрыдень Н.В. Социальное страхование и обеспечение в Республике Беларусь: сущность и учет.....	77
Седлер Т.И., Мисник А.Г., Кукса О.А. Риски в аудиторской практике.....	79
Сымоник Д.О., Галкина М.Н. Краткосрочные активы: сущность, классификация и оценка.....	82
Татаревич А.Г., Якубова И.П. Экономическая сущность расчетов по заработной плате как объекта бухгалтерского учета.....	84
Толочко В.В., Якубова И.П. Бухгалтерский учет в условиях цифровой экономики.....	86
Шаповал М.С., Якубова И.П. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками.....	89
Шибун М.Э., Якубова И.П. Бухгалтерский учет материально-производственных запасов....	91
Шик А.В., Макаревич А.А., Бухтик М.И. Аутсорсинг отчетности по МСФО.....	92
Щур Я.С., Якубова И.П. Экономическая сущность, содержание и классификация доходов и расходов организации.....	95
ФИНАНСЫ И ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Анаэр Бахэтибизкэ, Ковалев В.В. Роль неопределенности экономической политики в инвестиции компаний.....	98
Батурицкая Д.В., Белоус О.А., Вакулич Е.А. Роль налоговой политики Республики Беларусь.....	99
Билида Д.А., Бухтик М.И. Анализ оборачиваемости краткосрочных активов Волковысского ОАО «Беллакт».....	101
Боташева Д.А., Кулинка А.В., Покровская Н.В. Анализ эффективности применения налоговых инструментов для стимулирования развития регионов России.....	103
Voronova E.I., Vulanova N.P. Features of financial markets in modern conditions.....	105
Глухова А.Ф., Жимань А.В., Шутова А.М. Тенденции развития современного финансового рынка.....	106
Григорович Е.А., Голикова А.С. Риски финансового поведения потребителей в сети Интернет и управление ими.....	107
Дейкун Е.Г., Бухтик М.И. Финансы сельского хозяйства Республики Беларуси.....	109
Деканчук А.А., Пригодич И.А. Эволюция страхования дополнительной накопительной пенсии.....	111
Довкша П.А., Вакулич Е.А. Особенности финансов подрядных строительных организаций в Республике Беларусь.....	113
Дорофеев А.О., Климова Ю.Е. Сравнительная характеристика методик анализа (оценки) инновационной деятельности организации.....	115
Жабенко М.В., Цыкунов И.В. Таможенная стоимость и проблемы ее определения на современном этапе.....	117
Журавель А.И., Кареткина Т.К., Покровская Н.В. Методы оценки рыночного риска.....	119
Зайцева Я.С., Конончук И.А. Сравнительная характеристика земельного налогообложения в Республике Беларусь и Российской Федерации.....	121
Ivanovich A.A., Vulanova N.P. Analysis of financial markets of the Republic of Belarus.....	124
Козловская Е.Е., Самоховец М.П. Развитие инфраструктуры регионов как фактор повышения их финансовой самостоятельности.....	126
Кунь У, Иванов В.В. Двойная структура компаний специального назначения по осуществлению ипотеки под залог коммерческой недвижимости в Китайской Народной Республике.....	128
Кураш Н.М., Кукса О.А. Деятельность белорусского инновационного фонда.....	129
Мартынович Н. Анализ расходов бюджета на образование в Республике Беларусь.....	132

Минич В.П., Голикова А.С. Риски финансового поведения потребителей в сети Интернет и управление ими.....	133
Михальчук Я.С., Бухтик М.И. Факторный анализ платежеспособности ОАО «Машеровский».....	136
Нечепасев М.М., Львова Н.А. Проблемы выбора методического подхода к оценке бизнеса публичных компаний в условиях экономической турбулентности.....	138
Новикова А.В., Бухтик М.И. Совершенствование управления дебиторской задолженностью.....	140
Павлова К.М., Новогран Т.А., Пригодич И.А. Актуальность использования IT-технологий в страховой деятельности Республики Беларусь.....	142
Пашкевич Е.Н., Вабищевич К.И., Полешук Д.А., Пригодич И.А. Страхование как необходимый элемент в туристической деятельности.....	144
Полешук Д.А., Вабищевич К.И., Лукашевич В.А. Тенденции развития дистанционного управления банковского обслуживания.....	146
Пушкин Е.И., Климова Ю.Е. Проблемы цифровизации бухгалтерского учета и пути их решения.....	148
Рай И.А., Голикова А.С. Альтернативные источники финансирования субъектов бизнеса и оценка их эффективности.....	150
Се Цзюньцзюэ, Соколов Б.И. Исследование применения и рисков количественного инвестирования на фондовых рынках.....	152
Скребец Е.В., Кравец Д.Д., Пригодич И.А. Страхование жизни и здоровья пациента, участвующего в клинических исследованиях лекарственного препарата.....	154
Скрипко Э.Л., Хаймова Е.Д., Шутова А.М. Добровольное страхование дополнительной накопительной пенсии в Республике Беларусь.....	156
Смирнова Е.А., Пригодич И.А. Добровольное медицинское страхование в Республике Беларусь: современное состояние и перспективы развития.....	158
Сучёк А.Д., Вакулич Е.А. Особенности финансов транспорта в Республике Беларусь.....	160
Трусова А.В., Голикова А.С. Факторы финансового поведения людей, определяющие подверженность финансовому мошенничеству.....	163
Тырля В.А., Вакулич Е.А. Особенности организации финансов торговли Республики Беларусь.....	165
Филютич К.В., Мангерт В.А., Вакулич Е.А. Оценка вероятности банкротства организации на основе модели Таффлера (на примере ОАО «Беллакт»).....	168
Tsarenya M.D., Bulanova N.P. Finance and financial markets in modern conditions.....	169
Цзинь П., Покровская Н.В. Основные проблемы местной налоговой системы Китая.....	170
Чаолэмэн, Покровская Н.В. Реформирование налогообложения добавленной стоимости в КНР.....	172
Чернак А.В., Вакулич Е.А. Оценка финансовой поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь.....	174
Чернак А.В., Бухтик М.И. Анализ состояния и развития малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь.....	177
Шевчук Е.С., Вакулич Е.А. Финансы домашних хозяйств в Республике Беларусь.....	180
Юркевич А.Ю., Доморад Е.С., Пригодич И.А. Страхование мошенничества: махинации в медицине.....	182
Юркевич А.Ю., Доморад Е.С., Лукашевич В.А. Влияние Интернет-банкинга на традиционные банковские услуги.....	184
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	
Барнатович Я.Ю., Солодовников С.Ю. Роль хаотических процессов в формировании и функционировании экономической структуры общества.....	187
Бех К.Д., Батюшко А.А., Зборина И.М. Анализ изменений деловой среды с развитием технологий искусственного интеллекта.....	188
Букшинская У.В., Онищик А.И., Орешникова О.В. Влияние сервизации на уровень жизни и состояние экономики страны.....	190

Буценко В.С., Панковец В.В., Орешникова О.В. Инновационное развитие Республики Беларусь в рамках проекта “Умные города”	192
Вакулич Е.А. Проблемы внедрения инновационных финансовых технологий в страховую деятельность	195
Васютина Е.В., Бидзюра Е.А. Риск-менеджмент в системе обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия	196
Верич А.И., Друк В.Ю. Сравнительный анализ организации целевого набора в вузах стран СНГ и за рубежом	198
Войтович А.С., Друк В.Ю. Анализ условий труда на ОАО ”Пинский опытно-механический завод“ и пути их улучшения	200
Гайдук М.Д., Филипенко В.С. Определение приоритетов экономического роста региона ...	202
Гапанович Н.Г., Макаревич А.А., Орешникова О.В. Анализ производства промышленной и аграрной продукции в Брестской области	203
Гержа А.Г., Друк В.Ю. Экспорт образовательных услуг Республики Беларусь	206
Голубцова А.В., Мелешко Ю.В. Пострыночная экономика: понятие и ключевые признаки..	208
Горгун Е.В., Олихвер А.Н., Орешникова О.В. Экоинновации на промышленных предприятиях Республики Беларусь	210
Гороховик К.В., Василевска А.А. Недобросовестная конкуренция в интеллектуальной собственности Республики Беларусь	212
Данайчук К.А., Макаревич А.А., Орешникова О.В. Анализ внешнеэкономической деятельности Брестского региона	214
Дашкевич С.С., Орешникова О.В. Оценка состояния легкой промышленности Республики Беларусь	217
Демидчик А.И., Сергиевич Т.В. Роботизация как фактор трансформации бизнес-моделей в промышленности	219
Добринец Я.И. Статистика и некоторые тенденции развития системы государственных закупок в Республике Беларусь	221
Дорофеев А.О., Климова Ю.Е. Сравнительная характеристика методик анализа (оценки) инновационной деятельности организации	223
Дунчик А.В., Володько О.В. Оценка развития предприятий горнодобывающей промышленности Республики Беларусь	225
Засим К.О., Рыбалко Ю.А. Факторный анализ оборотных средств на примере ОАО «Пинский мясокомбинат»	228
Иванова Т.И., Макаревич А.А., Орешникова О.В. Перспективы инновационного развития Беларуси на основе Стратегии «Наука и технологии: 2018-2040»	231
Ивахова А.В., Сергиевич Т.В. Ограниченность применения концепции технологических укладов	233
Ивлюшкина М.А., Сергиевич Т.В. Понятие и сущность экономического института	235
Качановская О.О. Торгово-экономическое взаимодействие Беларуси со странами Арабского мира (на примере ОАЭ)	236
Kachmazova D.G., Sorokina A.I. Critical concerns facing modern economics	238
Кирикович А.С., Друк В.Ю. Анализ инновационной деятельности ОАО ”Пинский опытно-механический завод“	239
Колосовская Е.М., Друк В.Ю. Стартап как один из важных элементов экономики страны...	242
Кондратович К.А., Володько О.В. Методические аспекты управления прибылью предприятия в современных условиях	244
Корнюк Р.П., Дашкевич С.С., Орешникова О.В. ESG: Экологический компонент и его влияние на развитие экономики и общества	245
Королькова А.В., Шик А.В., Орешникова О.В. Инновационная деятельность в агропромышленном комплексе	247
Косырева Н.В., Мелешко Ю.В. Понятие индустрии моды	249
Кохнюк Р.А., Макаревич А.А., Филипенко В.С. Выявление производственных возможностей за счет использования экономических факторов	250
Кравец А.О., Бидзюра Е.А. Угрозы экономической безопасности промышленного	252

предприятия.....	
Кузьменкова В.В., Сергиевич Т.В. Влияние индустрии моды на экономическое развитие Республики Беларусь.....	254
Кузьмич Д.А., Климова Ю.Е. Внутренние и внешние риски хозяйственной деятельности предприятий хлебопекарной отрасли.....	256
Кульбацкий А.В., Климова Ю.Е. Особенности функционирования предприятий и рынка труда в Республике Беларусь.....	258
Леонтьев Д.Р., Климова Ю.Е. Экономика природопользования как способ перехода белорусских производителей к малоотходным и безотходным технологиям.....	260
Мажугина А.Л., Мелешко Ю.В. Влияние изучения иностранного языка на национальную безопасность.....	262
Макаревич А.А., Володько О.В. Тенденции развития предприятий молочной промышленности.....	264
Makarich T.A., Bulanova N.P. Sustainable economic development: status, problems and prospects.....	266
Макарова И.Р., Дашкевич С.С., Орешникова О.В. Методы борьбы с недобросовестным поведением при раскрытии информации об ESG.....	267
Мангерт В.А., Седлер Т.И., Мисник А.Г., Вакулич Е.А. Структура внешней торговли товарами Республики Беларусь.....	269
Манчик Е.С., Гороховик К.В., Копытовских А.В. Гибридный формат работы: понятие и особенности возникновения в Республике Беларусь.....	271
Матвейчук Е.С., Щербак А.С., Копытовских А.В. Влияние мотивации на организацию труда и управление персоналом.....	274
Михута П.В., Иванюк А.И., Орешникова О.В. Инновации в образовании Республики Беларусь.....	276
Мороз А.В., Добринец Я.И. Перспективы внешнеторговой деятельности Республики Беларусь.....	277
Нехме М.Р., Василевска А.А. Развитие взаимодействия Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в сфере инновационной деятельности.....	279
Новикова Е.С., Сергиевич Т.В. Реклама как общественно-функциональная инновация.....	281
Ногач А.М., Андросюк С.В., Карсеко А.Е. Прямые иностранные инвестиции как фактор инновационного развития экономики Республики Беларусь.....	283
Олеснюк Ю.С., Золотарева О.А. Интеллектуальный капитал как финансовый актив.....	284
Олихвер А.Н., Горгун Е.В., Добринец Я.И. Основные направления повышения уровня и качества жизни населения Республики Беларусь.....	287
Онищик А.И., Дунчик А.В., Орешникова О.В. Особенности развития инновационной системы в развитых странах на примере Германии.....	289
Осийчук В.И., Макаревич А.А., Филипенко В.С. Влияние инвестиций на развитие отраслей и сфер экономики.....	291
Пешко А.В., Дашкевич С.С., Орешникова О.В. Оценка влияния социального компонента ESG на рынок труда и общество в целом.....	293
Пискунович Д.И., Bierluskaite Asta Анализ и перспективы развития антимонопольного законодательства в Литовской Республике.....	295
Полуйчик О.И., Володько О.В. Методы оценки имиджа организации.....	297
Полховский С.С., Малибошко Д.А., Орешникова О.В. Инновационная политика Европейского союза.....	299
Посвенчук А.А., Солодовников С.Ю. Технично-технологическая модернизация в период смены глобализационного порядка.....	301
Потяг В.С., Сергиевич Т.В. Новая регионализация: понятие и сущность.....	303
Пашалюк С.А. Станаўленне і развіццё аграгарадкоў на тэрыторыі Палесся.....	304
Радкевич Ю.С., Голикова А.С. Ценовая дискриминация при продаже товаров с гендерной принадлежностью.....	306
Радцевич А.В., Лукьянова И.А. Цифровые решения в деятельности налоговых органов.....	308
Рай И.А., Радкевич Ю.С., Панюсько А.С. Диверсификация национальной экономики как	309

инструмент социально-экономического развития.....	
Рафалович Д.А., Бокач С.В., Карсеко А.Е. Особенности развития страхования в Республике Беларусь.....	312
Рафалович Я.А., Добринiec Я.И. Особенности внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь.....	314
Рудинская Е.Д., Орешникова О.В. Основные направления инновационного развития отрасли животноводства.....	315
Рудык В.М., Солодовников С.Ю. Понятие и сущность экономики моды.....	317
Рынкевич М.С., Володько О.В. Перспективы развития предприятий деревообрабатывающей отрасли РБ.....	319
Самусева А.В., Ковалёв А.В. Прямые иностранные инвестиции: современные тренды.....	321
Свороб А.С., Василевска А.А. Рынок искусственного интеллекта в Республике Беларусь и в Китае.....	323
Севашко А.С., Орешникова О.В. Экологические инновации: мировые «зелёные» тренды...	325
Севиенюк Е.В., Сергиевич Т.В. Ограниченность практического применения концепции устойчивого развития.....	327
Севко Д., Севко А., Орешникова О.В. «Зеленая» экономика как одно из направлений устойчивого развития Республики Беларусь.....	328
Седлер Т.И., Конончук И.А. Экологическое налогообложение в Республике Беларусь.....	330
Скорая К.В., Мелешко Ю.В. Рациональное недропользование как фактор устойчивого развития предприятия добывающей промышленности в Республике Беларусь: на примере добычи минерально-сырьевых ресурсов.....	333
Сотов С.П., Покровская Н.В. Китайско-российское экономическое сотрудничество в 2022 году: основные аспекты и перспективы.....	335
Строк О.А., Семак Е.А. Инновации в отношении образовательной услуги.....	337
Сюй Хэ, Молохович М.В. Мировой опыт инновационного развития национальной экономики.....	338
Сюй Ц., Солодовников С.Ю. Некоторые особенности социально-ориентированного подхода к трактовке корпоративного управления ТНК.....	340
Хандрико Д.А., Климова Ю.Е. Цифровизация на территории Республики Беларусь.....	342
Харевич У.А., Сергеевич Т.В. Влияние цифровизации на трансформацию человеческого капитала.....	344
Черноус З.В., Солодуха М.А., Зборина И.М. Основные направления внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь.....	346
Чжао Юнтянь, Молохович М.В. Особенности формирования инновационной стратегии развития индустриально-технологического парка.....	348
Шеметовец А.В., Сергиевич Т.В. Рынок труда: попытка теоретического осмысления.....	350
Шиманская А.А., Рыбалко Ю.А. Развитие модели человеческого поведения в институциональной экономике.....	352
Шурхай В.В., Зборина И.М. Цифровые технологии и развитие сферы услуг.....	353
Щербак А.С., Зборина И.М. Ключевые факторы устойчивого развития предприятий сферы туризма.....	355
Юркевич Ф.М., Ефименко А.Г. Основные направления развития цифровой экономики.....	357
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА	
Артёмчик К., Альферович П., Тихоновская Ю.О. Роль маркетинга в предпринимательской деятельности.....	360
Борисевич А.В., Тихоновская Ю.О. Техника принятия управленческих решений.....	361
Булавина А.В., Колосов Г.В. Теоретические пути повышения конкурентоспособности продукции предприятия.....	363
Городецкая В.А., Тихоновская Ю.О. Конкуренция среди банковских организаций в предоставляемой услуге: платежная карта.....	365
Демедюк С.С., Зборина И.М. Туризм в Республике Беларусь в 2022 году: анализ и тренды..	368
Демьянович П.С., Тихоновская Ю.О. Методы оценки конкурентоспособности.....	369

Деревянко Е.С., Русак В.А., Тихоновская Ю.О. Формирование спроса и стимулирование сбыта в маркетинге.....	371
Жукова Ю.А., Лукашеня А.В., Козловская О.И. Повышение лояльности потребителей посредством фирменного стиля.....	374
Завадская А.Р., Дыдышко К.А., Гречишкина Е.А. Формирование имиджа ОАО «АСБ Беларусбанк» среди молодежи.....	376
Злоденная Е.И., Васильченко А.О. Продвижение в сети Интернет как фактор повышения конкурентоспособности предприятия.....	378
Копач В.Д., Селюжицкая Т.В. Сообщества в социальных сетях как составляющие интернет-представительства организации и их параметры качества.....	380
Ксенда А.С., Красюк Д.А., Тихоновская Ю.О. Анализ рекламной деятельности ОАО «Берёзовский комбикормовый завод».....	383
Михнюк А.В., Гурина Е.Н., Тихоновская Ю.О. Мотивация труда персонала на предприятии.....	385
Недбайленко В.В., Климова Ю.Е. Продвижение организации с помощью партнерского маркетинга.....	387
Пархоменко А.Р., Юрченко О.А., Климова Ю.Е. Теоретические аспекты влияния искусственного интеллекта на менеджмент.....	389
Плеханов Н.В., Тихоновская Ю.О. Продвижение деятельности банка в сети Интернет.....	391
Плеханов Н.В., Тихоновская Ю.О. Проблемы продвижения бухгалтерских услуг в социальных сетях.....	393
Плеханов Н.В., Хмельницкая Е.В. Тенденции развития SMM в Республике Беларусь.....	395
Потапенко А.С., Климова Ю.Е. Анализ и моделирование успеха клиентов в цифровом маркетинге.....	396
Русак В.А., Деревянко Е.С., Тихоновская Ю.О. Улучшение сервисного обслуживания путем исследования поведения потребителей.....	398
Севко А.В., Зборина И.М. Особенности бизнес-планирования в сфере туризма.....	400
Скробатун К.В., Зборина И.М. Современные тренды HR-рынка.....	402
Скрылькова Е.С., Климова Ю.Е. Актуальные проблемы тайм-менеджмента.....	404
Телипко А.А., Жолнерчук Д.С., Кисель Е.И. Подходы к развитию национальных брендов в Республике Беларусь.....	406
Тихомирова А.С., Рыбалко Ю.А. Использование А/В-тестирования в качестве метода оценки эффективности таргетированной рекламы.....	407
Турчина Д.Ф., Пашкевич М.С., Тихоновская Ю.О. Требования к современному руководителю в разных странах.....	409
Utlik A.A., Makeeva. S.A., Bulanova N.P. Prospects for the development of marketing and management.....	412
Федечко А.А., Тихоновская Ю.О. Технологические тренды и их роль в менеджменте.....	413
Шебеко В.А., Герасимович С.Н., Монтик О.Н. Актуальные вопросы развития регионального туризма.....	415
Шуманская Е.Р., Якубович А.И., Орешникова О.В. Экономические проблемы развития международного туризма.....	417
Шурхай В.В., Тихоновская Ю.О. Нейросеть как инструмент современного маркетинга.....	418
Щербак А.С., Хмельницкая Е.В. Вишневый фестиваль как инструмент событийного маркетинга.....	420
Язубец И.В., Шурхай В.В., Копытовских А.В. Организация рабочего места как способ мотивации работников.....	421
Якубович А.И., Шуманская Е.Р., Зборина И.М. Факторы конкурентоспособности организации сферы туризма в современной экономике.....	423
ЯЗЫК, ПЕРЕВОД, КУЛЬТУРА, КОММУНИКАЦИЯ	
Аброров С., Базар Н.Н. Сравнительный анализ пословиц и поговорок в таджикском и русском языках.....	425
Альферович П.Е., Селиванова Е.А. Формирование молодежного сленга в немецком языке.....	427
Ананич В., Каминская Д., Жилевич О.Ф. Концепт «вдохновение/inspiration» в русской и.....	429

английской лингвокультурах.....	
Андрошук П.В., Селиванова Е.А. Немецкая кухня.....	432
Reem Ahmed, Doronina V., Gerusova I. Archaisms in the novel “For whom the bell tolls” by Ernest Hemingway: to understand or to skip?.....	434
Барышникова П., Горина О., Жилевич О.Ф. Концептосфера «понимание/ understanding» в русской и английской лингвокультурах.....	436
Бірыч А.І., Вецік Я.В. Лінгвакультуралагічны аспект моўнай адзінкі “час”.....	438
Бушило Д.В., Селиванова Е.А. Особенности употребления немецких пословиц с компонентами «дни недели».....	440
Вабищевич К.И., Полешук Д.А., Базар Н.Н. Прагматические свойства текста: читабельность, информативность, новизна, ценность.....	442
Горина О.Н., Мартынович В.Г. Intercultural dialogue and linguistic studies.....	444
Деканчук А.А., Смирнова Е.А., Базар Н.Н. Этимология русских и белорусских слов: способы и принципы образования.....	445
Дорошко А.О., Володкевич С.С., Мацкевич В.Н. Заимствованные термины сферы предпринимательства в экономической терминосистеме русского языка.....	447
Евтух С.Г., Селюжицкая Л.Н. Семантический анализ перевода эвфемизмов с английского языка на русский.....	449
Клопот А.Д., Мисиевич Д.С., Селиванова Е.А. Суеверия Германии.....	451
Ковальчук Д.А., Сакович В.В., Изотова Л.А. English learning apps: differences and prospects.....	453
Korolyova A.V., Shikolay S.A., Akopova T.I., Deineko I.V. Comparative analysis of literary characters of belarusian folk tales and english folk tales.....	455
Кравец Д.Д., Скребец Е.В., Селюжицкая Л.Н. Сравнительный анализ перевода категории модальности в английском, немецком и русском языках.....	457
Lukutin P.O., Andreichuk K.E., Tatarevich M.V. The impact of modern english music on the world culture.....	459
Ляшук А.Д., Корженевич Ю.В. «Ложные друзья переводчика» в теории и практике перевода (на материале текстов экономического дискурса).....	461
Мелюх В.В., Кухарчук Н.А., Изотова Л.А. Idioms with a component ‘weather’.....	463
Метёлкина А.Р., Корженевич Ю.В. Лексические особенности перевода фразеологических выражений в экономических текстах (на материале газетных статей).....	465
Полешук С.С., Окуленко Е.Р., Изотова Л.А. Роль французских заимствований в английском языке.....	467
Северина Я.А., Кравцова А.А. Словообразовательные модели этнохоронимов Беларуси как основа создания «словаря этнохоронимов Беларуси».....	468
Семак К.М., Павлова К.М., Новогран Т.А., Базар Н.Н. Прагматика лжи в современной коммуникации.....	470
Симирская А.Н., Базар Н.Н. Особенности лексики в молодёжных переписках студентов первого курса Полесского государственного университета.....	472
Симирская А., Жилевич О.Ф. Семантический анализ глаголов «общаться»/ «to communicate» в русском и английском языках.....	475
Смирнова Е.А., Деканчук А.А., Базар Н.Н. Этимология слов-приветствий в русском и английском языках.....	477
Tipun K., Kopaleishvili T., Tatarevich M.V. Business etiquette and its communicative features... 478	
Фурса Ю.С., Браим А.А., Селиванова Е.А. Особенности перевода немецких пословиц и поговорок о животных.....	480
Юркевич А.Ю., Пальчик Н.С., Доморад Е.С., Базар Н.Н. Перформативные выражения в материалах белорусских средств массовой информации.....	482
СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ	
ЦИВИЛИЗАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА:	
ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ	
Бранцевич А.М., Евстафьев В.А. Практика двойных стандартов в мировой политике как источник угрозы национальной безопасности Республике Беларусь.....	486

Горина О.Н., Шульга М.Л. Психологические модели перфекционизма.....	488
Джумалиева А.Д., Микелевич Е.Б. Билингвизм как тенденция языкового развития современного общества.....	490
Китель М., Марковская Т.И. Социальная реклама как инструмент привлечения внимания населения к проблемам современного общества (на примере города Пинска).....	492
Козел Т.С., Шульга М.Л. Перфекционизм и депрессия.....	494
Котковец Д.Н., Котковец А.М. Родовое имя Достоевских: историко-культурная ценность и целесообразность восстановления.....	495
Кухарчук Н.А., Мелюх В.В., Каленчук Э.Н. Преступность как форма девиантного поведения среди несовершеннолетних (на примере Республики Беларусь).....	498
Лесюк В.Ю., Рацык Ф.І. Польша Дастоеўская. Праблемы вывучэння і успрымання метадам дэманстрацыйнай антрапатэхнікі.....	499
Мазалевская Е.В., Жукоцкая З.Р., Ежова Т.Б. Использование информационно- коммуникационных технологий в деятельности юриста.....	501
Рябченко Н.Ю., Мацель В.М. Беларусь и феномен «гражданского общества»: о процессе общественного самоуправления и месте организованной гражданской инициативы в нём....	503
Сакович В.В., Полешук С.С., Каленчук Э.Н. Особенности влияния ценностных ориентаций студентов на их профессиональное самоопределение.....	505
Шаранович Ю.В., Демидов А.Б. Социальные установки современных белорусских старшеклассников.....	506
Шелест М.В., Ковальчук Д.А., Каленчук Э.Н. Жизненные ценности молодежи Беларуси и Китая.....	508
Шмат А.М., Савило Т.Н. Государственная информационная политика в сфере организации здорового образа жизни.....	510
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	
Gerasimovich S.N., Bulanova N.P. Development of the economy of the Republic of Belarus at the present stage.....	513
Deryabkina E.D., Bulanova N.P. Current issues of economic and financial development in the Republic of Belarus.....	514
Zinchenko R.A., Bulanova N.P. Current issues of economic and financial development in the Republic of Belarus.....	516
Lesun A., Bulanova N.P. Topical issues of economic and financial development of the Republic of Belarus.....	517
Sevko D.V., Zborina I.M. Business planning risk analysis in tourism.....	518
Zhang Wei, Druk V.Y. The industrial policy and certain aspects of its implementation in China...	520
E Yan, Druk V.Y. Mergers and acquisitions as a development strategy for chinese firms.....	521
РОЛЬ БАНКОВ В РАЗВИТИИ СТРАНЫ	
Наварич А.А., Рай И.А., Петрукович Н.Г. Коммуникационная политика центральных банков как инструмент современной денежно-кредитной политики.....	524
Плирик А.В., Гук И.А., Панюсько А.С. Особенности развития рынка банковских платежных карт в Республике Беларусь.....	526
Пушко М.А., Туцкий С.Г. Химия в мире бонистики и нумизматики.....	529
ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ И ТУРИЗМ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА	
Вербанович Я.А., Лагодич А.А., Селява С.Я., Тельнова У.Л., Швецов А.Д. Тайны подземного Пинска.....	531
Кисель В.И., Конончук И.А. Особенности налогообложения физических лиц в Республике Беларусь.....	532
Лемешевский О.С., Касперович Т.Н. Микроэлектроника в экономике Республики Беларусь.....	534
Носов Е.А., Хмельницкая Е.В. Влияние западных санкций на белорусские предприятия...	536
Федкович А.С. Утраченное культурно-историческое наследие (XI-конец XVIII вв.) города Пинска.....	537
Шевчук А.А., Радкевич Ю.С., Петрукович Н.Г. Роль криптовалюты в современной	539

экономике.....	
Шевчук А.С., Онищук П.Д., Шикеля К.Г., Гембицкая М.Н., Коржич В.П. Разработка виртуальных экскурсий с использованием программного продукта krapo.....	542
Шумская О.С., Касперович Т.Н. Нейромаркетинг как современная технология манипулирования потребителем.....	543
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	
Анішчук П.Д., Магер Н.У. З “Вожыка” і “Вясёлкі” ў свой сусвет.....	545
Kutsko R.R., Novik I.A., Starik V.S. Omens and superstitions in the UK and Belarus.....	546
Selyuzhitskaya A.A., Khvesyuk N.A. The development of the high technologies park as a national treasure of the Republic of Belarus.....	550
Скварник Т.А., Жилевич О.Ф. Языковые средства снижения категоричности высказывания (на примере китайского языка).....	552
Yusenko A., Bolinova N. Linguistic-cultural characteristics of the functioning of everyday english..	554

Научное издание

МАТЕРИАЛЫ

XVII международной молодежной
научно–практической конференции
“Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси”
Часть I

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
14 апреля 2023 г.

За содержание и достоверность информации
в материалах сборника отвечают авторы

Подписано в печать 29.05.2023. Бумага типографская
Формат 60×84/8 Гарнитура Times
Усл. печ. л. 65,7. Уч.–изд.л. 48,7.