

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
*ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ*

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФГБОУ ВО «ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФГБОУ ВО «КУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФГБОУ ВО «ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФГБОУ ВО «НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
АГРОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СБОРНИК**  
**трудов XVIII международной**  
**научно–практической конференции**  
**”Устойчивое развитие экономики:**  
**состояние, проблемы, перспективы“**

*XVIII International scientific-practical conference*  
**”SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY:  
THE STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS“**

Полесский государственный университет,  
г. Пинск, Республика Беларусь,  
26 апреля 2024 г.

Пинск 2024

УДК 330 (476.7)  
ББК 65.9 (4Бел)  
У 81

**Редакционная коллегия:**

**Дунай Валерий Иванович** – ректор Полесского государственного университета,  
кандидат биологических наук, доцент;  
**Штепа Владимир Николаевич** – декан инженерного факультета,  
доктор технических наук, доцент;  
**Золотарева Ольга Александровна** – проректор по учебной работе,  
доктор экономических наук, доцент.

**Рецензенты:**

**Ржевская Татьяна Александровна** – декан факультета экономики и финансов,  
кандидат экономических наук, доцент;  
**Давыдова Наталья Леонтьевна** – заведующий кафедрой банкинга и финансовых рынков,  
кандидат экономических наук, доцент;  
**Лисовский Максим Иванович** – заведующий кафедрой финансового менеджмента,  
кандидат экономических наук, доцент;  
**Гречишкина Елена Александровна** – заведующий кафедрой маркетинга  
и международного менеджмента, кандидат экономических наук, доцент;  
**Зборина Ирина Михайловна** – заведующий кафедрой экономики и бизнеса,  
кандидат экономических наук, доцент;  
**Панюсько Алена Сергеевна** – заместитель декана факультета экономики и финансов  
по научной работе;  
**Рыбалко Юлия Александровна** – начальник научно-инновационного отдела,  
кандидат экономических наук, доцент.

**Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы:** сборник трудов XVIII международной научно–практической конференции, УО ”Полесский государственный университет“, г. Пинск, 26 апреля 2024 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2024. – 358 с.

ISBN 978–985–516–826–4

Приведены материалы участников XVIII международной научно–практической конференции ”Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы“.  
Материалы изложены в авторской редакции.

УДК 330 (476.7)  
ББК 65.9 (4Бел)

ISBN 978–985–516–826–4

© УО “Полесский государственный университет”, 2024

# ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

УДК 338.984, 658.5.012

## THE MODELS OF COST MANAGEMENT: THE EVOLUTION OF IDEAS

Wang Jianbo, PhD student

Belarusian National Technical University, 17882828986@163.com

Ван Цзяньбо, аспирант

Белорусский национальный технический университет

**Abstract.** The evolution of cost management models reflects the dynamic changes in business environments and the increasing complexity of organisational structures and processes. This paper traces the development of cost management theories from traditional costing methods to contemporary strategic models that integrate technology and sustainability. Initially, cost management focused primarily on direct cost calculation and control, suitable for simple, linear production processes. As industries evolved, the advent of activity-based costing (ABC) marked a significant shift towards more accurate overhead allocation and better product costing. In recent years, the integration of advanced technologies such as big data analytics and artificial intelligence has introduced predictive cost management, enabling proactive decision-making and enhanced financial performance [1, p. 25]. This evolution signifies a move from tactical, operational cost management to a more holistic, strategic approach that aligns with long-term organizational goals and sustainable practices.

**Keywords:** cost management, evolution, activity-based costing, predictive analysis, sustainability.

Cost management is a critical aspect of any business, as it directly impacts the profitability and sustainability of an organization. Over the years, various models and strategies have been developed to help businesses effectively manage their costs and optimize their financial performance. The evolution of ideas in cost management has been influenced by changes in technology, globalization, and market dynamics, as well as by the need to improve the efficiency and effectiveness of cost management. Evolution of ideas in cost management has been influenced by changes in technology, globalization, and market dynamics, leading to the development of new and innovative approaches to cost control and optimization [2, p. 164]. In this article, we will explore the different models of cost management and how they have evolved to meet the changing needs of businesses in today's competitive environment.

As we know, inventory management is the core of enterprise management, it is in order to reduce the operating costs of enterprises, enhance the efficiency of enterprise management, and take some effective ways and means to manage inventory (raw materials, work in progress, semi-finished products, finished products, etc.), the purpose is to enable enterprises to provide customer satisfaction services at the lowest cost. Doing a good job of inventory management optimization can build a good image for the enterprise, accelerate the return of funds, and improve core competitiveness to lay a good foundation. The finiteness of resources and the infinity of human desire is a contradiction in terms of the existence of the same problem in the enterprise, due to the finiteness of the enterprise resources, the same degree of management of all the inventory is impossible, in order to obtain the maximum benefit in the limited human, financial and material must be classified and managed inventory. ABC analysis is based on the requirements of such a trend out of the way. Its role is mainly manifested in the following points:

1. it can make the enterprise will focus on a small number of key links; focus resources on their main business; improve their core competitiveness.

2. through the use of this method, make the enterprise in the inventory management slowly to zero inventory management closer to the real total cost of inventory to minimise.

3. from the value side, so that the enterprise according to the fact that the adjustment of their own industrial structure.

With the development of the market, the profit of the domestic oil refining industry in China is getting less and less, the refined management becomes more important. Finished oil can be divided into gasoline,

paraffin, diesel oil three categories, each category can continue to be divided down, if all products are treated equally, will make the management of inefficient and consume a lot of cost. ABC analysis in many industries now have applications in inventory management, and have achieved good results, and the more complex the inventory the more significant effect, theoretically, the ABC analysis method introduced into the management of refined oil inventory Theoretically, it is feasible to introduce ABC analysis into the management of refined oil inventory.

Shanghai Petroleum Company Limited (SPC), as a well-known oil company, has always been committed to improving efficiency and profitability in managing costs and resources. ABC analysis, as an important cost management tool, is widely used in SPC's operations. Through the ABC analysis method, Shanghai Petroleum Company Limited can meticulously categorise and evaluate different categories of costs to better understand which costs have the greatest impact on the company's operations and profitability. This detailed cost analysis and management methodology helps Shanghai Petroleum Company Limited to develop targeted cost control strategies, optimize resource allocation, reduce production costs, improve competitiveness and achieve sustainable development and long-term success.

Based on the sales data in Table 1.1, it can be seen that there are significant differences between different grades of fuel oil in terms of quantity sold, unit selling price and sales value. Paraffin I has the highest sales quantity of 12.38 million tons, but the unit selling price is relatively low at \$5,600 per ton, resulting in sales of \$519.12 million. In contrast, the quantity of Gasoline III sold was smaller, at 2.65 million tons, but the unit selling price was higher, at \$ 5,851/ton, resulting in sales of as much as \$ 217,519,000, making it the fuel type with the highest sales. In addition, the sales quantity of Diesel I was 110,000 tons, with a unit selling price of \$ 5,075 per ton, but due to the lower sales quantity, the sales amounted to \$ 6,282,291,000 yuan, showing the higher market value of this grade of diesel. Gasoline IV, on the other hand, had the highest unit selling price of \$ 6,182 per ton and a sales volume of \$ 8,462.55 million. Despite the fact that the quantity sold was only 1.37 million tons, the high selling price made the sales volume relatively high.

Table 1. – Annual sales revenue of refined oil products of Shanghai Petroleum Co., Ltd. in 2023

Kind	Sales, mln. tons	Unit selling price (\$/ton)	Sales/\$10,000
Paraffin I	1238	5600	51912
Petrol II	372	5700	113031
Petrol III	265	5851	2175519
Petrol IV	137	6182	846255
Petrol V	41	5904	63054
Paraffin II	20	5950	1578654
Petrol I	19	5520	228694
Diesel I	11	5075	6282291
Diesel II	9	5583	107529

Sources: [3, p. 42].

There are certain differences in the performance of different grades of fuel oil in the market, and the relationship between sales quantity, unit selling price and sales is complicated and diverse. Through in-depth analysis of the sales data of different grades of fuel oil, it can provide an important reference for market decision-making and help enterprises to better formulate sales strategies and optimise product structure.

The products were sorted and numbered in order of sales size and cumulative sales, cumulative sales percentage, cumulative sales, cumulative sales percentage were calculated and the products were classified according to ABC classification. The results are shown in Table 1.2.

Table 2. – Annual sales of refined oil products of Shanghai Petroleum Co., Ltd. in 2023

Kind	Number of sales/million-tons	Unit selling price (\$/ton)	Cumulative percentage/per cent	Categorisation
Diesel I	1238	1238	58.6	A
Petrol III	372	1610	76	A
Paraffin II	265	1876	89	B
Petrol IV	137	2012	95	B
Petrol I	41	2052	97	B
Petrol II	20	2072	98	C
Diesel II	19	2092	99	C
Petrol V	11	2103	99.6	C
Paraffin I	9	2112	100	C

Sources: [3, p. 42].

Finally, the above products are classified by ABC analysis as follows: diesel I, Petrol sub-species percentage is 22%, the value of the percentage found 74%, classified as A products; 2. Paraffin II, Petrol IV, Petrol I is classified as B products; 3. Paraffin I, Petrol II, diesel II, Petrol V is classified as C products. From the above, it can be seen that the classification method is basically in line with the standard of ABC classification. Category A products, which account for 22% of the assortment, account for 74% of the total amount, and should be given the highest priority in inventory management; Category B products are given normal control, and Category C products are only managed in a simple manner.

In recent years, the enterprise has been insisting on focusing on the A type of inventory, has played a very good effect. The number of those who accounted for 20 per cent of the products that can bring 80 per cent of the revenue must be as the management of the top priority; at the same time for the B products can not relax vigilance, to do regular inventory. The above data well illustrates the practicality of the ABC analysis method. Through this scientific management means for the company to save nearly half of the inventory fee, effectively revitalize the assets, increase revenue, while invariably improve the competitiveness of enterprises in the market [4, p. 162].

In the future, with the continuous development of science and technology and the acceleration of globalization, the cost management model will focus more on digitalization and intelligence. Enterprises will make use of big data, artificial intelligence and other technical means to achieve real-time monitoring and analysis of cost data, so as to carry out cost control and management more accurately and improve the competitiveness of enterprises [5, p. 50]. With the enhancement of the awareness of environmental protection and sustainable development, the future cost management mode will pay more attention to environmental protection cost and social responsibility cost. Enterprises will actively adopt green production methods, reduce resource consumption and environmental pollution, and incorporate environmental protection costs into the cost management system to achieve a win-win situation for both economic and environmental benefits.

### References

1. Peng, S. Exploration of Full Process Cost Management Model in Manufacturing Enterprises/ S. Peng // Market Weekly. – 2024. – No. 37 (08). – pp. 25-28.
2. Chen, Y. On the Enterprise Cost Management Model Based on Value Chain Theory. / Y. Chen // Volkswagen Investment Guide. – 2023. – No. 19. - pp. 164-166.
3. Bu, Y. Optimization Analysis of Cost Management Model in Petroleum Enterprises / Y. Bu // China Agricultural Accounting. – 2023. - No. 33 (08). – pp. 42-44.
4. Sun, Y. Research on Integrated Cost Management Model of Oil Production Plants Based on Oil Company System / Y. Sun // Chemical Management. – 2022. – No. 3. – pp. 162-168.
5. Dan, Z. Analysis of Cost Management Model in Manufacturing Enterprises under Lean Concept. / Z. Dan // Finance and Economics. – 2021. – No. 32. – pp. 50-51.

## АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ НЕФИНАНСОВЫХ КОРПОРАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАЗРЕЗЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ТРАНСПОРТА, СТРОИТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ

Васильченко Анастасия Олеговна, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Vasylchenko Anastasiia, PhD, Associate Professor

Polesky State University, Vasilchenko.a@polessu.by

**Аннотация.** В статье отображен анализ тенденций развития нефинансовых корпораций Республики Беларусь отраслей промышленности, транспорта, строительства и торговли, выявлены основные внешние и внутренние проблемы с целью разработки рекомендаций по повышению эффективности деятельности данных организаций.

**Ключевые слова:** тенденции развития, нефинансовые корпорации, торговля, промышленность, транспорт, строительство.

Республика Беларусь является экспортно ориентированным государством с развитой промышленностью, сектором услуг и сельским хозяйством. Беларусь придерживается модели социально ориентированной рыночной экономики [1].



**Рисунок – Динамика показателей ВВП 2011-2022 гг. (2011-2015 с учетом деноминации 2016 г.)**

Рассмотрим более подробно динамику в разрезе указанных отраслей экономики. Промышленное производство формирует четверть валового внутреннего продукта Республики Беларусь, причём его доля растёт: этот показатель составил 25,5 % в 2020 г., 27,1 % в 2021 г. и 28,3 % в 2022 г. [2, 3].

**Таблица 1. – Основные показатели работы предприятий промышленности**

	2018	2019	2020	2021	2022
Количество организаций на конец года, единиц	16107	16106	16188	16040	16072
Объём промышленного производства, млн. руб.	110363,9	115700,5	118407,7	155870,0	170378,0
Валовая добавленная стоимость в промышленности, млн. руб.	31741,7	35015,7	38194,6	47750,9	54259,0
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	9534,3	11164,3	11301,3	11285,2	9172,6
Среднесписочная численность работников, тыс. человек	879,3	875,6	847,4	842,1	833,0
Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн. руб.	10964,3	11385,8	13206,6	18323,9	20977,5
Чистая прибыль, млн. руб.	3141,5	6591,0	3354,1	9384,9	9258,2
Рентабельность продаж, процентов	8,5	8,3	9,4	10,1	10,8

Примечание – источник: [4].

Согласно таблице 1, среднее количество организаций промышленности за вышеуказанный период составляет 16103, количество промышленных организаций за 2021-2022 гг. имеет тенденцию к снижению на 63 и 31 ед. Объем промышленного производства имеет стойкую тенденцию роста и в сравнении с 2018 г. увеличился на 154,4%, валовая добавленная стоимость возросла на 170,9%, что свидетельствует об экономической росте. Показатель инвестиций в основной капитал в сравнении с 2019 г. значительно снизился на 1991,7 млн. руб., что составляет 17,8%, данная тенденция свидетельствует о том, что *количество средств, вкладываемых предприятиями в ремонт, модернизацию и покупку нового оборудования снижается, а показатели амортизации растут*, что в целом является негативной тенденцией развития организаций. *Среднесписочная численность работников, занятых в промышленности, также сократилась* на 5,3% в сравнении с 2018 г., что также является негативной тенденцией. Показатели прибыли от реализации продукции, товаров, работ, услуг и рентабельности продаж имеют стойкие тенденции роста, что говорит об эффективном решении проблем связанных с реализацией продукции. Показатель чистой прибыли имеет нестабильную динамику, но за 2021-2022 гг. показывает тенденции роста, что говорит о росте производства продукции и продаж, снижении себестоимости, улучшении свойств, характеристик и структуры выпускаемой продукции, возможно об избавлении от простаивающего оборудования (его продаже или сдаче в аренду), грамотном использовании производственных площадей и имеющихся ресурсов. Однако, следует учитывать факт нестабильного роста данного показателя и невозможности говорить и стабильном развитии предприятий. В 2023 доход от реализации продукции, товаров, работ или услуг по сравнению с 2022 г. стал ниже на 7,8%. Прибыль до налогообложения сократилась на 9,8%. В свою очередь чистая прибыль белорусских компаний стала ниже на 13,9%.

В частности, за 2023 г. по сравнению с 2022-м выручка от реализации товаров, работ, услуг увеличилась на 12%, а себестоимость реализованной продукции – на 14,7%. При рентабельность продаж снизилась – с 10,5% до 7%. Одновременно сократилось число убыточных организаций с 716 в 2022 г. до 681 в 2023-м. Соответственно и доля убыточных компаний в общем объеме предприятий снизилась с 11,3% до 10,7%. Дебиторская задолженность на 1 января 2024 г. по сравнению с 1 января 2023 г. выросла на 9,4% (а просроченная – на 7,8%). Кредиторская задолженность стала выше на 16,8% (просроченная – на 15%). Долги по кредитам и займам увеличились на 6,1%. А вот просроченная задолженность по кредитам и займам, напротив, сократилась на 26,8% [5].

Одним из ключевых показателей социально-экономического развития Республики Беларусь является валовый внутренний продукт. В структуре данного показателя в разрезе регионов наблюдается следующая тенденция: г.Минск (26,9%), Минская (15,8%) и Гомельская (10,2%) области. Данные области формируют более половины ВВП страны (52,9%). Остальные регионы – Брестская область – 9,4%, Витебская – 7,5%, Гродненская – 8,2%, Могилевская – 6,9%, 15,1% составляет нераспределенная часть ВВП [6]. Проанализируем динамику и структуру ВРП за 2018-2022 гг.

Таблица 2. – Валовой региональный продукт

Области	2018		2019		2020		2021		2022	
	млрд. руб	%	млн. руб	%	млн.руб	%	млн.руб	%	млн.руб	%
Всего	122 319,7	100	134 732,1	100	149 720,8	100	176 879,0	100	191 374,0	100
в том числе Брестская:	11 520,5	9,4	12 640,1	9,4	14 374,7	9,6	18 635,3	10,5	21 791,4	11,4
Витебская	9 073,5	7,4	9 940,2	7,4	11 709,1	7,8	14 800,3	8,4	16 643,1	8,7
Гомельская	12 304,3	10,1	13 355,4	9,9	15 099,4	10,1	21 268,1	12,0	22 643,4	11,8
Гродненская	10 070,3	8,2	10 900,4	8,1	12 274,2	8,2	18 300,1	10,3	20 321,6	10,6
г. Минск	32 976,2	27,0	36 905,9	27,4	41 079,8	27,4	56 921,3	32,2	58 910,6	30,8
Минская	18 056,0	14,8	20 962,7	15,6	22 718,6	15,2	33 801,8	19,1	35 868,1	18,7
Могилевская	8 458,7	6,9	8 905,2	6,6	9 963,6	6,7	13 152,1	7,4	15 195,8	7,9

Примечание – Источник собственная разработка на базе [7].

Из таблицы видно, что в структуре ВРП преобладает удельный вес г. Минска и Минской области, следом за ней идут Гомельская, Брестская, Гродненская, Витебская и Могилевская области. В

2024 году Министерством промышленности будет продолжена реализация отраслевой инвестиционной программы на среднесрочную и долгосрочную перспективу, которая предусматривает реализацию 65 проектов 54 организациями системы. В результате реализации программы планируется создать более 1,6 тыс. рабочих мест и модернизировать более 600 действующих рабочих мест.

Основные проблемы, с которыми столкнулись предприятия промышленности: возрастание конкуренции на основных рынках сбыта; сложности с закупкой необходимого сырья и материалов (по количеству и качеству); ограниченность рынков и каналов сбыта, нестабильный спрос; нарушение логистических цепочек, увеличение сроков поставок.

По предварительной оценке за 2022 год доля транспортной отрасли в валовом внутреннем продукте Республики Беларусь составила 5%. Транспортные услуги формируют более 40% общего объема экспорта услуг страны. В сфере транспортного комплекса Республики Беларусь по состоянию на 1 января 2023 года функционирует около 11,2 тыс. организаций различных форм собственности и более 36 тыс. индивидуальных предпринимателей [7].

Транспортная отрасль в 2022 году составляла 5% от общего ВВП страны, что в денежном эквиваленте составляло 9 млрд 544 млн рублей. В отрасли было занято 284 тысячи человек (7% работающего населения страны). Однако, доля расходов консолидированного бюджета на транспорт составила около 2%.

Основные данные Статистического комитета Республики Беларусь говорят о том, что грузооборот транспорта в 2023 г. составил 82,3% к 2022 г. (72919,8 млн.т.км), а в январе-феврале 2024 г. 11 053,5 млн.т.км (101,6%) в сравнении с аналогичным периодом 2023 г. Отметим, что в 2023 году транспортная отрасль продолжила нести потери от введения западных санкций, грузооборот по итогам года сократился на 17,7%. При этом грузооборот за 2022 год снизился относительно 2021 г. на 25,4%. Основные проблемы, с которыми столкнулись предприятия транспортного комплекса: санкции (в результате введения ограничительных мер по итогу апреля 2023 г. падение отрасли сохранялось на уровне 12%); рынки (транспортный потенциал отрасли существенно сократился); потеря привычных рынков вызвала необходимость переориентации на другие направления; состояние транспортной инфраструктуры (текущий и капитальный ремонт).

Число организаций строительной отрасли Республики Беларусь с 2020 по 2022 г. снизилось на 323 и составило 8034. По количеству строительных организаций лидером является Минская область. Структура затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) организаций строительства в сравнении с 2018 имеет следующий вид: материальные затраты составили 55,5% (сократились на 1,6%), затраты на оплату труда возросли на 1,5%, отчисления на социальные нужды возросли на 0,4%, амортизация основных средств и нематериальных активов, используемых в предпринимательской деятельности осталась на прежнем уровне и составила 2,9%, прочие затраты сократились на 0,3%. Удельный вес *инвестиций в основной капитал в ВВП в сравнении с 2020 г. сократился на 4,9%, что является негативной тенденцией*. Индексы строительно-монтажных работ также имеют тенденцию к снижению и составляют 85,9% 2023 г. против 101,3% в 2022 г. В январе-феврале 2024 года введено в эксплуатацию 417,1 тыс. м<sup>2</sup> жилой площади в сравнении с аналогичным периодом 2023 г. (588,2 тыс.м<sup>2</sup>), это практически на 30% меньше, число квартир уменьшилось на 36,8% (с 5700 до 3600) [8]. Если рассматривать структуру по областям, то темпы строительства больше всего сократились в Минской и Гродненской областях (Минская область – 127,4 тыс. м<sup>2</sup> (-42,2%), Гродненская область – 49,1 тыс. м<sup>2</sup> (-39,6%)). Основные проблемы, с которыми столкнулись предприятия строительной отрасли: несоблюдение контрагентами сроков строительства, поставок; сложности с закупкой необходимых строительных материалов (по количеству и качеству); увеличение закупочной цены строительных материалов и услуг сторонних организаций; сложности с закупкой нового и обслуживанием имеющегося оборудования.

Темп роста розничного товарооборота предприятий торговли в 2023 г. составил 104,6%, оптовый товарооборот увеличился более чем на 5%, товарооборот общественного питания вырос практически на 12%. На начало 2023 года количество розничных торговых объектов по статистике составило 85 тыс. с торговой площадью 6,4 млн кв.м. Это практически на уровне 2022 года. Развивается сфера общественного питания: количество объектов увеличилось на 4% и достигло 15 тыс. Выполняются социальные нормативы по обеспечению населения на 1 тыс. человек торговой площадью и местами в объектах общепита. За период с 2019 по 2024 гг. растут показатели интернет-торговли. За этот период удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов увеличился

с 3,7% до 6% [9]. Основные проблемы, с которыми столкнулись предприятия сферы торговли: возрастание конкуренции на основных рынках сбыта; ограниченность рынков и каналов сбыта, нестабильный спрос на основных рынках сбыта и др.

Таким образом, проанализировав основные показатели деятельности предприятий сфер транспорта, промышленности, строительства и торговли, была изучена специфика их деятельности, что позволило сформулировать выводы о наличии внешних и внутренних проблем, и в последующем разработать рекомендации по повышению эффективности деятельности данных организаций.

#### Список использованных источников

1. Основные социально-экономические показатели развития Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]/ Экономика. – Информационный сайт Президента Республики Беларусь. Вкладка «Экономика». – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics>. – Дата доступа: 24.03.2024 г.
2. Промышленный комплекс Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infocenter.nlb.by/ekonomika-i-biznes/promyshlennost/>. – Дата доступа: 15.09.2023
3. Васильченко, А.О. Экономика регионов Республики Беларусь: тенденции, проблемы и сценарии развития / А.О. Васильченко // Потребительская кооперация : научно-практический журнал. – 2022. – № 2 (77). – С. 31-40.
4. Промышленность Республики Беларусь. Статистический буклет. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск. – 2023. – 34 с.
5. Снизилась рентабельность, сократилась прибыль. Как белорусские предприятия завершили 2023 г. – [Электронный ресурс]/ Федерация профсоюзов. Новости. Раздел «Экономика и бизнес». – Режим доступа: <https://1prof.by/news/ekonomika-i-biznes/snizilas-rentabelnost-sokratilas-pribyl-kak-belorusskie-kompanii-zavershili-2023-g/> – Дата доступа: 24.03.2024 г.
6. Социально-экономическое состояние регионов и перспективы их развития. Материалы Единого дня информирования (март 2020)/[Электронный ресурс]/ [minsk.gov.by](https://minsk.gov.by/ru/actual/view/209/2020/inf_material_2020_03.shtml) // Режим доступа: [https://minsk.gov.by/ru/actual/view/209/2020/inf\\_material\\_2020\\_03.shtml](https://minsk.gov.by/ru/actual/view/209/2020/inf_material_2020_03.shtml) – дата доступа: 24.03.2024 г.
7. Транспорт в Республике Беларусь. Статистический буклет. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск. – 2022. – 28 с.
8. Инвестиции в строительство Республики Беларусь. Статистический буклет. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск. – 2023. – 40 с
9. Внутренняя торговля и общественное питание Республики Беларусь. Статистический буклет. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск. – 2023. – 60 с.

УДК 005

#### ESG-КОНЦЕПЦИЯ: НОВЫЕ АСПЕКТЫ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Володько Ольга Владимировна доцент, к.э.н, доцент,

Володько Людвик Павлович доцент к.э.н, доцент

Полесский государственный университет

Луць Дарья Васильевна, менеджер проекта ООО ”Смотрим в будущее“

Volodko Olga Vladimirovna, PhD in Economics,

Volodko Lyudvik Pavlovich, PhD in Economics

Polesky State University, volodko\_olga@mail.ru, dariluts@mail.ru

Luts Darya Vasilievna, Project Manager, LLC ”Looking to the Future“

**Аннотация.** В современных условиях устойчивое развитие и внедрение ESG-факторов (Environmental, Social, Governance) становятся приоритетом для бизнеса. В статье рассмотрены новые аспекты устойчивого развития бизнеса и важности соблюдения ESG-факторов для белорусских организаций.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, ESG, экологические факторы, социальные факторы, управленческие факторы.

Устойчивое развитие – это подход к управлению на стыке экономической, экологической и социальной областей, благодаря которому бизнес обеспечит свою успешность. В широком смысле ESG – это устойчивое развитие коммерческой деятельности, которое строится на:

- ответственном отношении к окружающей среде (E – environment),
- высокой вовлеченности бизнеса в решение социальных проблем (S – social),

– высоким качестве корпоративного управления и противодействия коррупции (G – governance). ESG-факторы являются нефинансовыми и делятся на три группы: факторы, связанные с окружающей средой; факторы, связанные с социальной сферой; факторы, связанные с корпоративным управлением.

В связи с важностью и актуальностью внедрения аспектов устойчивого развития и ESG в реальном секторе Беларуси, в г. Минске были проведены такие мероприятия, как: конференция «На пути к устойчивому будущему: ESG вызов», организованная Министерством экономики в партнерстве с ПРООН в Республике Беларусь, ЗАО «Агентство стратегического и экономического развития», ОАО «АСБ Беларусбанк» при участии Сети Глобального договора в Беларуси (с привлечением представителей бизнеса; международных организаций, государства и банков); конференция по ESG, организованная Бизнес-школой XXI век-консалт (с привлечением руководителей компаний, банков, ведущих вузов страны; представителей агентств и ведомств, отвечающих за внедрение ESG-повестки); Республиканский круглый стол "ESG-повестка: свободный выбор или необходимость", организованный Научно-исследовательским экономическим институтом Министерства экономики и ГУО "Кадры индустрии" (с привлечением представителей органов государственного управления, научных организаций и представителей субъектов хозяйствования).

Проведенный анализ выступлений представителей органов государственного управления, руководителей компаний, позволил выделить новые аспекты устойчивого развития бизнеса и важности соблюдения ESG-факторов для белорусских организаций [1, 2, 3].

1) Сегодня в глобальной экономике в центре внимания собственников бизнеса, инвесторов находится не только максимизация прибыли, но и забота о социальном благополучии своих работников, сохранении природного многообразия, ответственное управление бизнесом, что должно учитываться как бизнес-сообществом, так и государственными органами, регуляторами.

Вместе с этим, деятельность компаний в области устойчивого развития приобретает все большее значение для многих заинтересованных сторон. Так, Вместе с финансовыми результатами инвесторы и кредиторы анализируют нефинансовые показатели, позволяющие оценить соблюдение ESG-стандартов. В России, странах Ближнего Востока, Южной и Юго-Восточной Азии, с которыми сотрудничает Беларусь, уже есть законодательство, регулирующее вопросы устойчивого развития. В этих условиях государство и бизнес приходят к пониманию, что требуется принятие совместных усилий в данном направлении.

Внедрение ESG-стандартов для белорусских организаций крайне необходимо для того, чтобы не потерять традиционные рынки сбыта, инструменты финансирования и инвестиций, а также иметь возможность выходить на новые рынки, которыми в перспективе могут быть предъявлены такие же требования к открытию ESG-информации. К примеру, Китай тоже начинает активно заниматься этим вопросом, поэтому к белорусским производителям эти требования будут возрастать. В связи с этим, внедрение ESG-факторов может стать существенным конкурентным преимуществом для наших компаний. Это же касается и внутреннего рынка. Если бизнес демонстрирует заботу об окружающей среде, работниках, обществе, и работает легитимно, то такой бизнес всегда найдет поддержку общества и государства.

Повышенный спрос на ESG вынуждает компании считаться с принципами устойчивого развития. Теперь, из-за давления инвесторов и банков, им невыгодно иметь низкий ESG-рейтинг. Инвесторы меньше поддерживают компании с низким ESG-рейтингом. В 2020 году компания ЕУ провела опрос среди институциональных инвесторов – страховых и инвестиционных компаний, пенсионных и благотворительных фондов. В результате 98% опрошенных заявили, что строго отслеживают ESG-рейтинг компании. Ориентируясь на ESG-рейтинг, инвесторы могут избежать компаний, деятельность которых связана с экологическими рисками и крупными денежными потерями.

ESG-рейтинг – это мнение рейтингового агентства о том, в какой степени процесс принятия ключевых бизнес-решений в компании ориентирован на устойчивое развитие в экологической, социальной и управленческой сферах. ESG-рэнкинг – это проект по сбору, систематизации и анализу ESG-данных, результатом которого становится составление ТОПа объектов по ESG-оценке.

Рейтинговое агентство BIK Ratings в партнерстве с Белинвестбанком составили ESG-рэнкинг белорусских компаний. Рэнкинг был составлен на основе публичных данных [4].

Таблица – ESG-Рэнкинг белорусских компаний (ТОП-20)

Место	Компания	Экологические факторы	Социальные факторы	Управленческие факторы	Итог	Справочно:
1	ОАО «Сбер Банк»	61,3	63,8	100,0	81,8	AA.esg
2	ЗАО «БСБ Банк»	52,5	52,5	100,0	71,5	A.esg
3	ОАО «Белинвестбанк»	52,5	52,5	81,3	64,0	A.esg
4	Администрация СЭЗ «Гродноинвест»	49,8	63,2	51,3	59,5	A.esg
5	ОАО «Банк БелВЭБ»	21,0	52,5	75,0	55,2	–
6	ОАО «Пивоваренная компания Аливария»	46,4	73,5	43,9	54,8	–
7	Унитарное предприятие «А1»	49,8	67,1	32,2	49,7	–
8	ООО «А-Лизинг»	21,0	48,8	56,3	46,2	–
9	ОАО «БНБ-Банк»	26,3	43,1	56,3	45,0	A.esg
10	«Приорбанк» ОАО	10,5	35,6	68,8	43,9	–
11	СООО «Мобильные телесистемы»	24,0	67,1	32,2	43,5	–
12	ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК»	34,4	36,8	43,9	42,4	–
13	Руп «Минское областное агентство по государственной регистрации и земельному кадастру»	30,0	57,9	29,6	40,5	–
14	ОАО «Технобанк»	0,0	31,9	56,3	39,3	A.esg
15	ОАО «АСБ Беларусбанк»	0,0	48,8	43,8	37,0	–
16	ЗАО «МТБанк»	0,0	35,6	56,3	36,8	–
17	ООО «СТАТУСКВО»	25,0	47,4	29,6	35,3	–
18	Государственное предприятие «Стравита»	0,0	48,8	37,5	34,5	–
19	ОАО «Белагропромбанк»	0,0	39,4	43,8	33,3	–
20	ОАО «Банк развития Республики Беларусь»	0,0	26,3	56,3	33,0	–

Примечание – Источник [4]

Перечень участников формировался из представителей профильных ассоциаций (в т.ч. БелТПП, Ассоциации белорусских банков, Ассоциации лизингодателей и т.д.), участников Сети Глобального договора ООН в Беларуси, а также юридических лиц, имеющих ESG-рейтинги. Участниками ТОПа стали компании всех секторов экономики Беларуси. С учетом предварительного отсева осуществлялся непосредственный анализ 35 организаций, на основе данных которых был составлен ТОП-20 компаний Беларуси по раскрытию ESG-факторов в своей деятельности. Тройку лидеров в ESG-рэнкинге сформировали ведущие коммерческие банки страны. Всего в список вошло 20 структур.

2) Белорусским организациям необходимо соблюдать ESG-факторы и правильно оценивать свои экологические и социальные риски, а также понимать свое влияние на экономику в целом. Несоблюдение принципов ESG ведет к дополнительным требованиям со стороны недружественных стран к импортируемой продукции. При этом основные партнеры уже активно соблюдают эту повестку. Степень открытости экономики нашей страны составляет 60%. И если работать на международных рынках, необходимо заниматься данным вопросом, а также раскрывать свои нефинансовые формы отчетности.

Национальной стратегией устойчивого развития Беларуси до 2035 года предусматривается, что субъекты хозяйствования постепенно перейдут к формированию публичной нефинансовой отчетности. В связи с этим в стране постепенно внедряются экологические, социальные и управленческие факторы, более известные как ESG-факторы.

Министерство финансов и Национальный банк продвигает вопросы раскрытия нефинансовой отчетности, как в финансовом, так и в нефинансовом секторе. На основе исследования в рамках инициативы Программы развития ООН (ПРООН) по продвижению экологических, социальных и управленческих стандартов в деятельности коммерческих Беларуси, разработано Руководство по применению экологических, социальных и управленческих стандартов (ESG-стандартов) субъектов хозяйствования Беларуси.

Требования к реальному сектору в этой части будут возрастать. Поэтому, бизнесу в любом случае придется заниматься этими вопросами более серьезно.

3) ESG создает потенциально новые нетарифные ограничения для наших производителей на зарубежных рынках. Это обстоятельство может стать определенным вызовом для нашей экономики, к которому нужно быть готовыми. Сейчас происходит момент формирования нового мирового устройства - будущее будет радикально отличаться от того, что мы видим на данный момент. При этом на международной арене сохранится и усилится конкуренция и борьба за рынки. В ход будут идти все инструменты, в том числе и недобросовестная конкуренция. В таких условиях необходимо адекватно воспринимать происходящее и грамотно к нему адаптироваться, просчитав вероятность наступления того или иного события.

Таким образом, вхождение в процессы ESG-трансформации создаст множество неопределенностей для белорусских предприятий. Поэтому те предприятия, которые сейчас задумываются о наращивании ESG-компетенций, безусловно, преуспеют в будущем.

#### **Список использованных источников**

1. Картун, А. Необходимо адаптировать повестку ESG с учетом национальных приоритетов и интересов [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/news-ru/view/andrej-kartun-neobходимо-adaptirovat-povestku-esg-s-uchetom-natsionalnyh-prioritetov-i-interesov>. – Дата доступа: 26.03.2024 г.

2. Внедрение ESG-стандартов для развития бизнеса в Беларуси [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/vnedrenie-esg-standartov-dlja-razvitija-biznesa-v-belarusi-obsudili-v-minske>. – Дата доступа: 28.03.2024 г.

3. ESG и устойчивое развитие. Готов ли белорусский рынок к этому? [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://globalcompact.by/news/esg-article>. – Дата доступа: 28.03.2024 г.

4. ESG-Рэнкинг белорусских компаний [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://bikratings.by/renkingi/esg-renking-belorussskih-kompanij-na-osnove-publicnyh-dannyh>. – Дата доступа: 04.04.2024 г.

УДК 338.242.2

### **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

**Гориш Ирина Владимировна, Полесский государственный университет**  
Gorish Irina Vladimirovna, Polesky State University, gorish.i@polessu.by

**Аннотация.** В статье поднимаются актуальные вопросы, связанные с функционированием системы взаимосвязей субъектов процесса внедрения инновационных проектов предпринимателей, претендующих на финансирование из государственных инновационных фондов.

**Ключевые слова:** предпринимательство, инновационные фонды, государственная поддержка, экспертиза инновационных проектов, система критериев, балльная оценка, эксперты, кластер, технопарк, специалист по сопровождению инновационных проектов.

В нашей стране взят стратегический курс на инновационное развитие. В Беларуси большое внимание уделяется развитию высокотехнологичного предпринимательства, так как инновации – один из драйверов роста экономики.

Под инновационным предпринимательством следует понимать вид экономической деятельности, направленной на получение прибыли за счет внедрения инноваций. Это могут быть новые

виды продукции, технологии, бизнес-модели и т.д. Атрибутом инновационного предпринимательства является риск, так как осваивается что-то новое и результаты неизвестны. В Беларуси с целью минимизации и перераспределения таких рисков функционирует система поддержки инновационного предпринимательства, включающая бизнес-инкубаторы, базовые центры поддержки предпринимательства, технопарки, где компетентные специалисты (например, бухгалтеры, юристы и те, кто может помочь привлечь финансовые ресурсы) помогают предпринимателю лучше позиционировать свой товар, свою компанию на рынке и тем самым избежать многих ошибок, способных привести к банкротству [1].

Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг. является определяющим документом на пути развития Национальной инновационной системы (НИС), цель которой – достижение Республикой Беларусь уровня инновационного развития стран – лидеров в регионе Восточной Европы на основе реализации интеллектуального потенциала белорусской нации.

В целях финансирования развития высокотехнологичных отраслей, обеспечивающих высокий уровень конкурентоспособности национальной экономики, формирования и развития инновационной инфраструктуры, внедрения инновационных проектов создаются инновационные фонды. Распределение средств между получателями средств республиканских инновационных фондов осуществляется на конкурсной основе распорядители средств республиканских инновационных фондов, между получателями средств местных инновационных фондов – распорядители средств местных инновационных фондов. Финансирование научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ за счет средств инновационных фондов осуществляется при условии их соответствия приоритетным направлениям научных исследований и научно-технической деятельности в Республике Беларусь, установленным актами законодательства [5].

Обратимся к методике и критериям конкурсного отбора инновационных проектов, претендующих на финансирование из государственных инновационных фондов, прописанным в Приложении 2 к Инструкции о порядке работы межведомственной конкурсной комиссии по открытому конкурсному отбору проектов (мероприятий) для финансирования за счет средств республиканского централизованного инновационного фонда, Положении о порядке конкурсного отбора и реализации проектов и работ, финансируемых за счет средств республиканского бюджета, в том числе и инновационных фондов, Положении об оказании государственной финансовой поддержки субъектам малого предпринимательства и субъектам инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства за счет средств, предусмотренных в программах государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

В Инструкции о порядке работы межведомственной комиссии по открытому конкурсному отбору проектов (мероприятий) для финансирования за счет средств республиканского централизованного инновационного фонда отражена методика анализа и оценки материалов по проектам (мероприятиям), предлагаемым для финансирования за счет средств республиканского централизованного инновационного фонда [2]. Так, инновационные проекты, направленные на преобразование новшеств в инновации в сфере производства товаров оцениваются по критерию «Прирост экспортной добавленной стоимости за счет государственной поддержки», инновационные проекты, направленные на преобразование новшеств в инновации в сфере услуг оцениваются по тому же критерию, либо по критерию «Прирост экспорта за счет государственной поддержки». При этом при расчетах используются данные второго года, следующего за годом выхода проекта на проектную мощность, т.е. речь идет о реализуемых проектах. Отметим, что инновационные проекты на стадии разработки не рассматриваются как потенциальные объекты финансирования их средств государственных инновационных фондов, т.к. очень велики риски.

Если говорить о финансировании на ранней стадии реализации бизнес-проектов, то в п.3 Положения об оказании государственной финансовой поддержки субъектам малого предпринимательства и субъектам инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства за счет средств, предусмотренных в программах государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, то государственная финансовая поддержка предоставляется субъектам малого предпринимательства на конкурсной основе при реализации ими инвестиционных проектов, бизнес-проектов по следующим направлениям:

- создание, развитие и расширение производства товаров (работ, услуг);

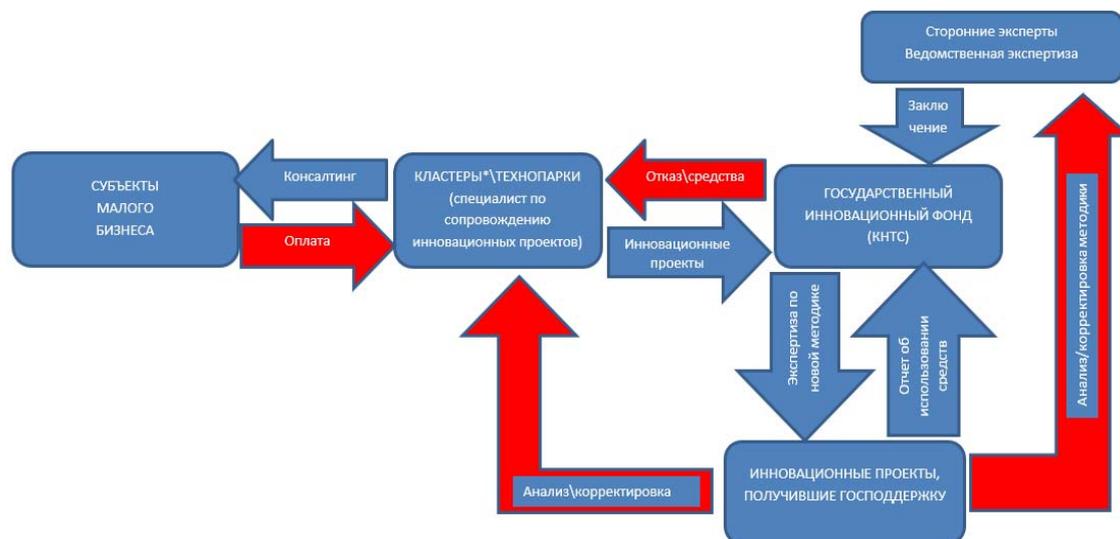
- организация, развитие производства, реализация экспортоориентированной, импортозамещающей продукции;
- производство продукции, направленной на энерго- и ресурсосбережение;
- внедрение новых технологий [3].

Обратимся так же к Постановлению Совета Министров Республики Беларусь №1329, определяющего порядок конкурсного отбора и реализации проектов и работ, финансируемых за счет средств республиканского бюджета, в том числе инновационных фондов. В п.6 указаны требования, которым должны отвечать Проекты и работы по организации и освоению производства, венчурные проекты:

- быть направленными на решение важнейших социально-экономических проблем и соответствовать утвержденным в установленном законодательством порядке приоритетным направлениям научно-технической деятельности;
- не дублировать уже финансируемые из республиканского бюджета проекты;
- создаваемая при выполнении проекта научно-техническая продукция должна базироваться на новейших научных достижениях и быть конкурентоспособной;
- период выполнения проекта от его начала до полного завершения этапов научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ не должен превышать двух лет;
- период реализации до полного достижения поставленных финансируемых на возвратной основе проектов не должен превышать семи лет [4].

Анализируя указанные требования, можно сделать вывод, что в нормативных документах определены основные направления государственной финансовой поддержки субъектам малого предпринимательства на конкурсной основе при реализации ими инвестиционных и инновационных проектов, однако предложенная методика и система критериев отбора конкурсных проектов членами Координационного научно-технического совета не является объективной. Отсутствует единая матрица показателей с их балльной выраженностью, что не позволяет сделать доступной пониманию заинтересованных субъектов процедуру отбора инновационных проектов предпринимателей, претендующих на поддержку государственных инновационных фондов.

А теперь рассмотрим систему взаимодействия субъектов внедрения инноваций. К таковым мы отнесем субъектов малого и среднего бизнеса, технопарки, кластеры, бизнес-инкубаторы и центры поддержки предпринимательства, государственные инновационные фонды, сторонних экспертов, членов координационных научно-технических советов (КНТС).



**Рисунок – Система связей субъектов процесса разработки и внедрения инноваций**

В качестве проблемных мест рассмотренной системы отметим следующие:

во-первых, предприниматели не готовы платить за консалтинговые услуги, при том что сами не обладают достаточными компетенциями и собственными средствами для реализации инновационных проектов;

во-вторых, согласно данным Белстата, малый и средний бизнес занят преимущественно в сфере торговли, а не производства;

в-третьих, отмечается настороженное отношение предпринимателей к «государственным» деньгам;

в-четвертых, не во всех субъектах поддержки предпринимательства есть организационно-штатная единица специалиста по сопровождению инновационных проектов;

в-пятых, отсутствует обратная связь между проектами и экспертами, подготовившими заключение по этим проектам, т.к., как показывает опыт, положительное заключение не является гарантией выделения средств на проект. Видится необходимым устранить этот пробел, т.к. обеспечение фидбэка позволит эксперту анализировать и оценивать результаты своей экспертной деятельности, а также, при необходимости, осуществлять ее корректировку. Этот же вопрос актуален для специалистов по сопровождению инновационных проектов;

в-шестых, в силу непрозрачности методики и критериев отбора инновационных проектов не всегда понятны основания как для отказа, так и для одобрения того или иного инновационного проекта;

в-седьмых, на сегодня нет юридически описанного механизма взаимодействия структурных единиц кластеров, что создает существенные препятствия в их формировании;

в-восьмых, есть вопросы с самим определением инновационности продукта (технологии, услуги и т.д.), т.к., например, заполнение предпринимателем отчета об осуществлении инновационной деятельности в ИМНС выступает весьма сомнительным критерием, однако может уже рассматриваться как доказательство таковой.

Несмотря на то, что п. 8 Указа Президента Республики Беларусь «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства» указывает в качестве основных принципов проведения конкурса инвестиционных проектов претендентов прозрачность, открытость и конкуренция, вопрос доступности и понятности критериев отбора проектов, как показывает практика, остается открытым.

Стоит подчеркнуть, что субъекты частного бизнеса, независимо от масштабов их предпринимательской деятельности, с опаской относятся к «государственным» деньгам и предпочитают изыскивать другие источники финансирования своих проектов. Так, получают средства из государственных инновационных фондов на безвозмездной основе преимущественно государственные предприятия и предприятия с высокой долей государственной собственности. Это также является сдерживающим инновационное развитие фактором.

#### **Список использованных источников**

1. Инновационное предпринимательство в Беларуси: меры поддержки и развитие технопарков [Электронный ресурс] / БЕЛТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/comments/view/innovatsionnoe-predprinimatelstvo-v-belarusi-meru-podderzhki-i-razvitie-tehnoparkov-8104/>. – Дата доступа: 28.03.2024.

2. Инструкция о порядке работы межведомственной комиссии по открытому конкурсному отбору проектов (мероприятий) для финансирования за счет средств республиканского централизованного инновационного фонда [Электронный ресурс] / Государственный комитет по науке и технологиям. – Режим доступа: <https://www.gknt.gov.by/upload/iblock/Instruksiya-MKK-08062017.pdf>. – Дата доступа: 14.03.2024.

3. О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства [Электронный ресурс] / Национальный правовой портал. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=p30900255>. – Дата доступа: 11.03.2024.

4. Положение о порядке конкурсного отбора и реализации проектов и работ, финансируемых за счет средств республиканского бюджета, в том числе инновационных фондов [Электронный ресурс] / Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.gknt.gov.by/upload/Deyatelnost>. – Дата доступа: 15.03.2024.

5. Положение о порядке формирования и использования средств инновационных фондов [Электронный ресурс] / Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://www.minfin.gov.by/upload/gosznak/acts/ukaz\\_070812\\_357.pdf](https://www.minfin.gov.by/upload/gosznak/acts/ukaz_070812_357.pdf). – Дата доступа: 24.03.2024.

**ИССЛЕДОВАНИЕ КОНТЕКСТА КООПЕРАЦИИ В  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕОРИЯХ И КОНЦЕПЦИЯХ**

**Ермалинская Наталья Васильевна, к.э.н., доцент**

**Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого**

Natallia Yermalinskaya, Candidate of the Economic Sciences, Associate Professor

Sukhoi State Technical University of Gomel, whiteblack-white@yandex.by

**Аннотация.** представлены результаты исследования интерпретации явления кооперации в экономических теориях и междисциплинарных подходах; сделаны выводы о развитии научных представлений в части ее функций и роли; определены особенности современного этап обоснования феномена.

**Ключевые слова:** экономические теории, междисциплинарные подходы, кооперация, кооперативные отношения.

Исследование хронологии развития отечественной теории агропромышленной кооперации позволило установить, что в период перехода к рыночной экономике, начиная с середины 90-х гг. XX века, потребовалось глубокое переосмысления имеющего теоретического базиса в контексте установления предпринимательской природы кооперации и научного обоснования кооперативно-интеграционных механизмов восстановления производственно-экономического потенциала агропромышленного комплекса страны.

В связи с этим актуализировались задачи поиска и формирования новой теоретико-методологической платформы исследования кооперации с сохранением исторической преемственности *организационно-производственной школы* (кооперативная концепция социализма (М.И. Туган-Барновский, 1916 г.); теория крестьянской кооперации (А.В. Чаянов, 1908 г.); экономическая теория сельскохозяйственной кооперации (С.Л. Маслов, 1921 г.); концепция развития аграрной отрасли (Н.И. Бухарин, 20-е гг. XX в.); экономическая теория кооперации (И.В. Емельянов, 20-е гг. XX в.) и пр.) и *советско-кооперативного направления* (Ленинский кооперативный план (В.И. Ленин, после 1923 г.) и пр.) [2].

Новый взгляд на проблему агропромышленной кооперации потребовал поиска приемлемого теоретико-методологического инструментария ее изучения за пределами отраслевой научной базы. Наиболее широкое распространение получили комплексные исследования кооперации как экономического явления на базе неоклассической и институциональной экономической теории, стратегического менеджмента, теории пространственной экономики, а также ряда междисциплинарных подходов (таблица).

Таким образом, цель проводимых исследований заключалась в изучении теоретической интерпретации кооперации в экономических теориях и концепциях в части раскрытия сущности явления и определения последствий (эффектов) кооперативно-интеграционного типа взаимодействий товаропроизводителей.

Таким образом, по результатам исследования теоретической интерпретации кооперации в экономических теориях и междисциплинарных подходах (см. таблицу 1) установлено следующее:

*во-первых*, наблюдается эволюционное усложнение кооперативно-интеграционных процессов с нарастанием многообразия моделей (от формы организации труда до сетей и экосистем) и расширением территориальных границ производственно-экономических объединений;

*во-вторых*, основной ракурс исследований в рамках научных направлений определялся выбранной для обоснования экономической функцией кооперативных отношений. Первым шагом стало раскрытие *производственной* (форма организации труда и товарного производства) и *защитной* (снижение ресурсной зависимости и рыночной неопределенности, выживание) функций кооперации. В дальнейшем акценты были смещены на обоснование *системообразующей* функции (получение конкурентных преимуществ, совместное освоение рыночной среды и сотрудничество). На современном этапе активно обосновывается *конвергенционный* форм-фактор кооперации, призванный обеспечить совместное развитие с возможной трансформацией экономической среды взаимодействия ее участников, в т.ч. в рамках систем более высокого уровня;

Таблица – Контекст кооперации в экономических теориях и подходах

Предмет исследования	Трактовка сущности явления кооперации	Ожидаемые эффекты от кооперации
<b>Классическая и неоклассическая экономическая теория</b> ( <i>микроэкономика</i> (У. Джевонс, 1871; Л. Вальрас, 1874; А. Маршалл, 1879); <i>теория фирмы</i> (Г. Хеимбергер, С. Хуз, 1962); <i>теория отраслевых рынков</i> (Э. Мейсон, 1957; Дж. Бэйн, 1956; Ж. Тироль, 1988) и др.)		
ресурсы и производство, эффект масштаба и разнообразия;	способ (производственная функция) восполнения недостатка ресурсов, их объединения и комбинирования для реализации эффективных рыночных стратегий;	оптимальное распределение ресурсов, снижение затрат на единицу продукции, увеличение прибыли, контроль над поставщиками и покупателями;
<b>Институциональная и новая институциональная экономическая теория</b> ( <i>теория трансакционных издержек</i> (О. Уильямсон, 1985; Р. Коуз, 1937); <i>теория локальных или коллективных общественных благ</i> (Дж. Бьюкенен, 1960-гг.); <i>теория прав собственности</i> (А. Алчиан, Г. Демсец, 1972) и др.)		
принципы обмена, права собственности, издержки управления;	форма контроля над ресурсами, способ экономии трансакционных (внешних) издержек и снижения рисков в рыночных обменах; гибридная структура управления между рыночно-ценовой и иерархической;	максимизация прав на выгоды от использования ресурсов; экономия издержек управления; получение кооперативной выгоды от скоординированных действий;
<b>Теория стратегического управления</b> ( <i>теория ресурсной зависимости</i> (Дж. Пфедфер, Дж. Саланчик, 1978); <i>ресурсный подход</i> (Б. Вернерфельт, 1983); <i>теория цепей создания стоимости</i> (М. Портер, 1960-е гг.); <i>отношенческий (сетевой) подход</i> (Д. Дайер, Х. Сингх, 1998), <i>системно-интеграционная теория</i> (Г. Клейнер, 2003) и др.)		
методы управления организационными формами, распределения издержек и выгод;	способ снижения ресурсной зависимости; способ совместного освоения рыночной среды; межорганизационная сеть продолжительных взаимоотношений (транзакций, потоков, связей) обмена;	повышение прибыли от доступа к важным ресурсам и усиление контроля их использования; достижение долгосрочных конкурентных преимуществ;
<b>Теория пространственной / региональной экономики</b> ( <i>коалиционный анализ</i> (В. Сулов, 1980-е гг.), <i>кластерный подход</i> (М. Портер, 1998) и др.)		
степень взаимозависимости, условия эквивалентного обмена; формы территориального развития систем;	форма организации производственно-экономического взаимодействия территориально обособленной группы экономических субъектов на основе взаимной зависимости (ресурсной/ товарной) или совместных проектов.	эффекты взаимодействия коалиций (регионов); эффекты от региональной производственной агломерации и пространственной концентрации; рост конкурентоспособности;
<b>Междисциплинарные подходы (биология)</b> ( <i>концепция предпринимательских экосистем</i> (Дж. Ф. Мур, 1990); <i>концепция кооперации (со-конкуренции)</i> (А. Бранденбургер, Б. Нейлбафф, 1996) и др.)		
формы построения отношений в общей среде, способы совместного развития;	форма совместного противостояния внешней среде и эволюционного развития (симбиоз) на основе формирования общей благоприятной экосистемы через сочетание конкуренции и эволюции;	выживание фирмы в долгосрочной перспективе и достижение общей предпринимательской выгоды в экосистеме;
<b>Междисциплинарные подходы (социология)</b> ( <i>организационная экология</i> (А. Хоули, Г. Олдрич, 1970-е гг.); <i>социальная институциональная теория</i> (Ди Маджио, У. Пауэлл, 1983); <i>теория человеческих отношений</i> (Э. Мэйо, М. Фоллетт, начало 1930-х гг.) и др.)		
способы построения, условия реализации социальных связей;	форма построения легитимных социальных связей; способ соблюдения норм и выполнения требований окружающей среды;	выживание фирмы, исключение социальной изоляции, встраивание в общественную формацию;
<b>Междисциплинарные подходы (экономико-математические теории)</b> ( <i>теория кооперативных игр</i> (Ф. Нейман, 1928), <i>системный подход</i> (А. Богданов, 1912; Л. Берталанфи, 1930-е гг.) и др.)		
свойства сложных систем; правила принятия решений для благополучия игроков и коалиции;	форма сотрудничества (образования коалиции); социально-экономическая система, взаимосвязанная совокупность элементов, взаимодействующих между собой и с окружающей средой;	синергический эффект как результат системного свойства эмерджентности; повышение ценности группового блага, справедливое распределение его полезности.

Примечание – Таблица составлена автором по материалам исследований [1; 3; 4].

*в-третьих*, в процессе накопления теоретического базиса происходила смена концептуальной роли кооперативно-интегрированных структур в развитии экономического пространства: с *пассивной* (способ адаптации к внешним социально-экономическим и производственно-технологическим условиям за счет внутренних изменений), *ситуационной* (модель обеспечения долгосрочной эффективности деятельности субъектов в флуктуационные (переходные) моменты циклов развития экономики) к *активной* (способность объединений изменять свое внешнее окружения и за счет этого укреплять свои рыночные позиции) и *коэволюционной* (совместному согласованному развитию бизнес-структур на основе рационального сочетания кооперативных и конкурентных отношений);

*в-четвертых*, современный этап исследований характеризуется раскрытием контекста кооперации как модели, лежащей в основе ряда производных от нее форм, различных по степени структурной гибкости (производственно-экономические системы в формате кооперативно-интегрированных формирований, кластеры, сетевые цепи, экосреды) в зависимости от уровня, масштаба и целей построения взаимоотношений.

Таким образом, полученные результаты исследований могут быть положены в основу разработки методологической платформы исследования проблемы кооперации и будут способствовать результативному поиску новых моделей и форм в современных условиях хозяйствования.

#### Список использованных источников

1. Дешковская, Н.С. Эволюция теории агробизнеса/ Н.С. Дешковская [Электронный ресурс] // Вестник Томского государственного университета. Серия «Экономика». – 2006. – № 292 (II) . – Режим доступа: [https://journals.tsu.ru/ vestnik/&journal\\_page=archive&id=803&article\\_id=6068](https://journals.tsu.ru/ vestnik/&journal_page=archive&id=803&article_id=6068).- Дата доступа: 9.12.2023.
2. Ермалинская, Н.В. Эволюция отечественной теории кооперации в условиях поэтапного развития аграрной отрасли Беларуси / Н.В. Ермалинская // Аграрная экономика. – 2024. – № 3. – С. 45–59.
3. Орехова, С.В., Интеграция бизнеса: эволюция подходов и новая методология / С.В. Орехова, В.С. Заруцкая [Электронный ресурс] //Журнал экономической теории. – 2019. – Т. 16. – №. 3. – С. 554-574. – Режим доступа: <https://jet-russia.com/%d0%b8%d0%bd%d1%82%d0%b5%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%86%d0%b8%d1%8f-%d0%b1%d0%b8%d0%b7%d0%bd%d0%b5%d1%81%d0%b0-%d1%8d%d0%b2%d0%be%d0%bb%d1%8e%d1%86%d0%b8%d1%8f-%d0%bf%d0%be%d0%b4%d1%85%d0%be%d0%b4%d0%be/> . - Дата доступа: 9.12.2023.
4. Третьяк, О.А. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена/ О.А. Третьяк, М.Н. Румянцева [Электронный ресурс] //Российский журнал менеджмента. – 2003. – Т. 1. – №. 2. – С. 25-50. – Режим доступа: <https://rjm.spbu.ru/article/view/812> . - Дата доступа: 12.12.2023.

УДК 339.54

### ТОРГОВАЯ ВОЙНА МЕЖДУ США И КИТАЕМ: ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**Зборина Ирина Михайловна, к.э.н., доцент,  
Миркина Алина Игоревна**

**Полесский государственный университет**

Zborina Irina Mikhailovna, Ph.D. in Economics, zborina75@mail.ru

Mirkina Alina Igorevna, angelinamirkina50@gmail.com

Polesky State University

**Аннотация.** Данная статья посвящена изучению конфликта в сфере торговли между США и Китаем, выявлению причин и изучению последствий для глобальной экономики. Проводится оценка воздействия торговой войны на экономическое положение стран посредством экономического анализа.

**Ключевые слова:** торговая война, Китайская Народная Республика (КНР), Соединенные Штаты Америки (США), Европейский союз (ЕС), Япония, мировая арена, тарифы, барьеры, объем торговли, ВВП, экономический рост, экспорт, инвестиции, последствия, конфронтация, сотрудничество.

Сегодня термин “торговые войны” широко используется в СМИ и на телевидении для обозначения конфликтов между государствами в области торговли. На взгляд специалистов, под этим грозным термином следует понимать не любые торговые препятствия, а торговые ограничения, налагаемые одной страной, и ответные меры пострадавшей от них другой страны или нескольких стран. Одним из таких главных геополитических событий последних лет является торговая война между Китайской Народной Республикой (КНР) и Соединенными Штатами Америки (США), которая имеет серьезные последствия для мировой экономики. Конфликт между двумя крупнейшими мировыми экономиками начался с торговых атак и взаимных тарифных ударов, которые привели к значительному увеличению торговых барьеров между странами, сокращению объемов торговли, росту цен и нарушению цепочек поставок.

Война между Китаем и США, начавшаяся в 2018 году, была вызвана рядом факторов, которые накапливались в течение многих лет. Одним из основных, способствовавших торговой войне, был большой торговый дефицит. В 2017 году дефицит составил 375 миллиардов долларов, что вызвало обеспокоенность в Белом Доме по поводу потери рабочих мест и закрытия предприятий в США также обвинили Китай в несправедливой торговой практике, такой как субсидирование экспорта, передача технологий и кража интеллектуальной собственности. Администрация Дональда Трампа утверждала, что эта практика дала Китаю несправедливое преимущество. На данной почве Белый Дом стремился сократить торговый дефицит и пересмотреть существующие торговые соглашения, которые, по его мнению, были несправедливы для США. Эти действия привели к переговорам по пересмотру Североамериканского соглашения о свободной торговле (НАФТА) и выходу США из Транстихоокеанского партнерства (ТТП).

Подъем Китая как экономической державы стал еще одним фактором, способствовавшим торговой войне. Китай стал крупнейшим в мире экспортером и второй по величине экономикой. Администрация Трампа считала, что США должны принять меры для защиты своих интересов от растущей мощи Китая.

Политическая риторика как в США, так и в Китае также способствовала торговой войне. Президент Дональд Трамп неоднократно критиковал торговую политику Китая, а китайские официальные лица ответили резкой критикой в адрес США. Это еще больше обострило напряженность и затруднило разрешение конфликтов [2].

Борьба за господство между США и Китаем продолжалась в течение нескольких этапов. В январе 2018 года администрация США ввела тарифы на импорт китайских товаров на сумму 34 миллиарда долларов в ответ на предполагаемую кражу интеллектуальной собственности. Китай ответил аналогичными мерами. В течение 2018 и 2019 годов США и КНР ввели дополнительные раунды тарифов, постепенно увеличивая сумму облагаемых тарифами товаров. К сентябрю 2019 года США ввели тарифы на китайские товары на сумму более 550 миллиардов долларов, а Китай ввел тарифы на американские товары на сумму более 185 миллиардов долларов. На фоне эскалации конфликта страны провели несколько раундов переговоров в попытке разрешить конфликт. Торговые переговоры с Китаем имеют коммерческое значение, но также предоставляют возможность защитить интересы национальной безопасности США и укрепить доступ к важнейшим технологиям. Однако прелиминарии (предварительные переговоры; временные решения, соглашения (в отношениях между государствами) несколько раз срывались, поскольку обе стороны не могли договориться по основным вопросам.

В январе 2020 года США и Китай подписали соглашение первой фазы, которое предусматривало снижение некоторых тарифов и увеличение китайских закупок американских товаров и услуг. Однако соглашение не решило всех основных вопросов, лежащих в основе противодействия. В декабре 2020 США и Китай подписывают “Фазу 2” торгового соглашения, которая предусматривает более структурные изменения в китайской экономике.

После вступления в должность президента Джо Байдена в 2021 году, противники объявляют о “промежуточном соглашении”, которое предусматривает снижение некоторых тарифов и увеличение доступа к рынкам друг друга. В мае 2022 года США и Китай договорились отменить тарифы на некоторые товары, а в июле 2022 года министр финансов США Джанет Йеллен и вице-премьер Китая Лю Хэ провели встречу для обсуждения торговых отношений. Так в 2023 году с обеих сторон были введены послабления на тарифы на товары. Однако основные вопросы, лежащие в основе торговой войны, остаются нерешенными. США по-прежнему обеспокоены торговым

дефицитом с Китаем, несправедливой торговой практикой и кражей интеллектуальной собственности. Китай, со своей стороны, обеспокоен тем, что США пытаются сдержать его экономический рост. В целом перспективы торговой войны между двумя державами остаются неопределенными. На ход конфликта могут повлиять президентские выборы в США в 2024 году и ситуация между Китаем и Тайванем. Данные обстоятельства могут привести как к снижению напряжения между странами, так и к эскалации конфликта [2], [4].

Эксперты Британского Центра экономических и бизнес-исследований (Centre for Economics and Business Research, CEBR) делают прогнозы, что к 2028 году Китай обойдет США благодаря своим умениям адаптироваться в момент кризиса. КНР активно развивает свои промышленные отрасли, включая микроэлектронику и промышленное машиностроение, и становится все более конкурентоспособным на мировой арене. Китайская стратегия включает в себя не только производство товаров по низким ценам для экспорта, но также развитие передовых технологий и производственных процессов. Китайские компании стали более инновационными и способными конкурировать с западными фирмами не только в ценовой категории, но и в качестве и технологических характеристиках. Они умеют создавать продукцию высокого качества и предлагать ее по конкурентоспособным ценам, что делает их более привлекательными для заказчиков. Китай также осознал уязвимость США в контексте протекционистской политики и торговой агрессивности. Это позволяет Китаю использовать свои ресурсы и технологии для создания собственных производственных мощностей и укрепления своей экономической позиции на мировом рынке. Таким образом, Китай стремится не только к развитию своей экономики, но и к укреплению своего влияния на мировой арене, что вызывает опасения и вызывает реакцию со стороны других государств, включая США [1], [5].

Исследования показывают, что стратегия Вашингтона против Пекина в основном имела отрицательное влияние на мировой рынок за период 2018-2024 годов, замедляя его рост и создавая неопределенность для мировой торговли и инвестиций. По мнению экспертов Centre for Economics and Business Research (CEBR), после сильного постпандемического спада в 2021 г. темпы роста экономики США составят примерно 1,9% в год с 2022 по 2024 год и около 1,6% в последующие годы. Напротив, темпы роста китайской экономики, по прогнозам, будут достаточно высокими: 5,7% в год в 2022–2025 гг. и 4,5% в год в 2026–2030 гг. Прогнозируемый рост мировой экономики ожидается на уровне 3,1% в 2024 году и 3,2% в 2025 году. Прогноз на 2024 год превышает на 0,2 процентных пункта прогноз, представленный в октябрьском докладе «Перспективы развития мировой экономики» (ПРМЭ) 2023 года, благодаря более высокой степени устойчивости экономики США и некоторых стран с развивающимся рынком, а также благодаря бюджетной поддержке в Китае, которая оказалась выше ожидаемой. Тем не менее, прогноз на 2024–2025 годы ниже среднего исторического показателя 3,8% за период с 2000 по 2019 год из-за повышения директивных ставок центральных банков для борьбы с инфляцией, сокращения бюджетной поддержки из-за высокого уровня задолженности, что оказывает давление на экономическую активность, и низкого общего роста производительности. Сокращение объемов торговли между США и Китаем привело к нарушению глобальных цепочек поставок и повышению неопределенности для бизнеса, соответственно к снижению инвестиций и потребительских расходов во многих странах.

Торговая война между Китаем и США имеет как негативные, так и положительные последствия по всей мировой арене. Рассмотрим на примере Европейского союза (ЕС), Японии, а также ряде развивающихся стран.

Неопределенность и волатильность, вызванные войной, привели к снижению экономического роста в ЕС. Например, Европейская комиссия прогнозирует, что экономический рост снизится до 1,3% в 2023 году и до 1,2% в 2024 году. В начале конфронтации экспорт из ЕС в США снизился на 7% в 2019 году, а экспорт в Китай снизился на 2%. Это нанесло ущерб предприятиям, особенно тем, которые зависят от поставок в эти страны. Например, немецкий производитель автомобилей BMW сообщил о снижении продаж в Китае на 18% в 2019 году. Введение взаимных тарифов привело к росту цен на ряд товаров и услуг. Например, цены на сталь выросли на 25%, а цены на алюминий выросли на 15%, что в значительной степени оказало влияние на потребителей и предприятия. Противостояние нарушило глобальные цепочки поставок, поскольку компании ЕС были вынуждены искать альтернативных поставщиков сырья и готовой продукции. Например, немецкая компания Siemens сообщила о перебоях в поставках компонентов из Китая.

Однако стоит заметить, Европа предоставила финансовую помощь предприятиям, пострадавшим от торговой войны. Например, немецкое правительство выделило 1 миллиард евро для предприятий, связанных с тарифами США на сталь и алюминий. Осуществлялся поиск альтернативных рынков на экспорт. Например, ЕС подписал соглашение о свободной торговле с Японией в 2019 году. Произошла диверсификация источников поставок сырья и готовой продукции. Например, ЕС увеличил импорт стали из Южной Кореи и Бразилии. Началось инвестирование в инфраструктуру и образование для повышения конкурентоспособности. Например, развитие высокоскоростных железных дорог и цифровых технологий.

Борьба за господство оказала двоякое влияние и на экономику страны восходящего солнца. Китай является крупнейшим торговым партнером Японии, и замедление экономического роста в Китае негативно сказалось на японском экспорте. Международный валютный фонд (МВФ) прогнозирует снижение экономического роста до 1,0% в 2024 году. В противовес Япония смогла увеличить экспорт на рынки Германии, Франции, Вьетнама и Таиланда, чтобы компенсировать потери. Помимо этого, японские потребители стали чаще покупать товары отечественного производства, и компании смогли выйти на новые рынки внутри страны.

Конфронтация оказала негативное влияние на многие развивающиеся страны. Особенно пострадали страны Юго-Восточной Азии (Вьетнам, Малайзия) и Латинской Америки (Бразилия, Мексика), т.к. сильно зависят от экспорта в США или Китай. Однако, это дает возможность некоторым странам скорректировать свою политику экспорта и найти новых партнеров для торговли [3].

Кроме этого, важно отметить, что многие страны могут попытаться митигировать (смягчить) негативные последствия торговой войны путем принятия дополнительных мер по стимулированию экономики и развитию внутреннего рынка.

Стоит отметить, что долгосрочные последствия непримиримого противостояния еще предстоит увидеть, но вполне возможно, что оно приведет к более фрагментированной мировой экономике и к снижению зависимости от глобальных цепочек поставок. Противодействия также могут привести к снижению доверия к международным институтам и к усилению протекционистских и популистских тенденций во всем мире.

Хотя торговая война имела ряд негативных последствий, она также привела к некоторым положительным результатам. Например, перемещение производства из Китая в другие страны, увеличение экспорта и созданию рабочих мест в этих странах. Также была повышена осведомленность о несправедливой торговой практике, что может привести к более сбалансированной международной торговой системе.

В целом, торговая война между США и Китаем является сложным вопросом с рядом последствий. Важно учитывать как негативные, так и положительные стороны при оценке ее общего воздействия.

#### **Список использованных источников**

1. Беляков Г.П., Беляков С.А., Шпак А.С. Опыт КНР по реформированию системы стратегического планирования и управления научно-технологическим развитием // *Экономические отношения*. – 2019. – № 3. – с. 1575-1586.
2. Михеев В., Луконин С. Китай–США: многовекторность “торговой войны”. *Мировая экономика и международные отношения*, 2019, т. 63, № 5, с. 57-66 [Электронный ресурс]. – URL: <https://doi.org/10.20542/0131/2227/2019/63/5/57/66/> – Дата доступа: 16.04.2024.
3. Макаров, О. «Долгосрочный ущерб: кто пострадает от торговой войны между США и Китаем» / О. Макаров [Электронный ресурс]. -URL: <https://www.rbc.ru/economics/18/09/2018/5ba11b839a79477489970c6a> – Дата доступа: 17.04.2024.
4. Чжай Лицян, Чан Чуньянь, Яо Лянь Эмпирическое исследование факторов, влияющих на двойную маржу экспорта китайской культурной продукции в рамках инициативы «Один пояс и один путь» // *Экономические отношения*. – 2021. – № 1. – с. 85-102.
5. US-China Trade War: Economic Causes and Consequences. - [Электронный ресурс]. -Режим доступа: URL: <https://www.eurasian/research.org/publication/us/china/trade/war/economic/causes/and/consequences/> – Дата доступа: 18.04.2024.

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ЗАЛОГ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Зглюй Татьяна Владимировна, Полесский государственный университет  
Zgliui Tatsiana, Polesky State University

**Аннотация.** В статье представлены результаты анализа экономического потенциала Брестской области, рассмотрена динамика различных видов потенциалов региона, дана оценка динамики основных экономических показателей по видам экономической деятельности в Брестской области, определена роль региона в формировании ВВП Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** экономический потенциал, регион, устойчивое развитие.

В условиях ускоренного развития производительных сил и социально-ориентированных рыночных отношений с целью обеспечения повышения уровня благосостояния населения и национальной безопасности страны особенно важно совмещение экономических ресурсов всех регионов страны и их эффективное использование.

Брестская область – западные ворота Беларуси, важный туристический, транзитный и агропромышленный регион Республики Беларусь. Область расположена на юго-западе страны, на юге граничит с Украиной, на западе – с Польшей.

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 [1].

Важной составляющей совокупного экономического потенциала региона является его демографический потенциал. В последние годы население Республики Беларусь сократилось на 1,01%, население Брестской области сократилось на 1,05%, что говорит об опережении темпов снижения населения в регионе по сравнению с республикой в целом.

Для оценки трудового потенциала была проанализирована общая численность населения занятого в экономике. Выявленные тенденции схожи с динамикой общей численности населения Брестской области. Количество работающего населения в регионе за период снизилось на 0,91%, а по всей Беларуси – на 1,64%. Удельный вес региона в общей численности населения занятого в экономике в последние года находится на уровне 13,6%. Важно отметить, что в рассматриваемом периоде сокращение численности населения, занятого в экономике, наблюдалось во всех областях Республики Беларусь, на что, безусловно, повлияли и миграционные процессы.

Снижение количества населения, занятого в экономике, может привести к нехватке квалифицированных работников и созданию дефицита рабочей силы в определенных отраслях экономики, что может замедлить рост и развитие этих отраслей. Снижение трудового потенциала также может привести к демографическому дисбалансу, когда количество пожилого населения превышает количество трудоспособного населения, что создает проблемы в поддержании социального обеспечения, доступности медицинского обслуживания и связанных с этим расходов.

Численность занятого населения напрямую влияет и на показатель валового внутреннего продукта (ВВП). ВВП Республики Беларусь, как и ВРП Брестской области в текущих ценах в рассматриваемом периоде имели положительную динамику (прирост составил 8,2% и 16,9% соответственно). Положительным фактом является и рост участия Брестской области в формировании ВВП страны. Наибольший вклад в ВВП Республики Беларусь у города Минска, наименьший – у Могилевской области. Удельный вес Брестской области составляет 11,4% от ВВП Республики Беларусь, это 4 место среди всех регионов страны.

Важным в экономической характеристике экономического потенциала является показатель валовая добавленная стоимость (ВДС), которая представляет собой разность между выпуском товаров и (или) услуг и промежуточным потреблением, исчисляемую по видам экономической деятельности. Объем ВРП Брестской области в 2022 году к уровню 2021 года в сопоставимых ценах составил 98,2%, что говорит о снижении показателя на 1,8%, и что как раз могло произойти за счет снижения населения, занятого в экономике.

Снижение ВРП в сопоставимых ценах является серьезным сигналом экономических проблем в регионе, для предотвращения которых могут потребоваться дополнительные меры по стимулированию экономического роста, привлечению инвестиций, а также поддержке малого бизнеса и инфраструктурных проектов.

Анализ основных видов экономической деятельности в регионе показал, что наибольшее положительное влияние на динамику регионального продукта в 2022 году оказало сельское хозяйство, а также информация и связь. Существенно снизили ВРП транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность. Отрицательное влияние на динамику ВРП оказало строительство, промышленность, оптовая и розничная торговля, прочие отрасли.

Динамика основных показателей работы организаций Брестской области свидетельствует о росте результативных показателей деятельности организаций региона. Сократилось количество убыточных организаций, что говорит о правильной организации бизнеса на территории Брестской области и повышении экономической активности в регионе в рассматриваемом периоде. Увеличение выручки и прибыли указывает на рост объемов производства и продаж и говорит об увеличении инвестиций на расширение бизнеса, создание новых рабочих мест и стимулирование экономического роста, а также повышение конкурентоспособности, приводящих к улучшению качества товаров и услуг и повышению эффективности управления ресурсами.

В Брестской области наблюдается положительное сальдо внешней торговли. Доля региона в общем объеме экспорта Республики Беларусь составила 9,9%, импорта – 5%. Увеличение стоимостного объема экспорта обусловлено увеличением поставок на внешний рынок товаров по всем укрупненным группам, кроме инвестиционных. Уменьшение стоимостных объемов импорта наблюдается по инвестиционным и непродовольственным товарам.

Учитывая положительное влияние отрасли информации и связи на формирование ВРП, значительный интерес для анализа складывающихся тенденций представляют данные о развитии отраслей, которые принято считать высокотехнологичными.

Анализ показателей, характеризующих инновационную деятельность организаций промышленности, информационных технологий и деятельности в области телекоммуникаций и информационного обслуживания по областям и г. Минску показал, что, несмотря на незначительную долю в общем объеме отгруженной продукции, Брестский регион показывает положительные результаты деятельности в указанных направлениях. Так, за последний год объем отгруженной инновационной продукции вырос на 22,84%. Растет и число организаций в данной сфере. Учитывая общую по Республике Беларусь тенденцию, как к снижению объемов отгруженной инновационной продукции, так и самого числа организаций, связанных с инновациями, исходя из положительной динамики по региону, мы можем судить об эффективности и высоком потенциале его развития.

Динамика отгруженной инновационной продукции позволил выделить примечательную особенность Брестской области – второй из областей Беларуси, которая отгружает инновационную продукцию новую для мирового рынка. Инновационная отгрузка Брестской области имеет следующее распределение: 47,7% за пределы Республики Беларусь; 37,3% в государства-члены ЕАЭС; 33,7% в Российскую Федерацию.

Более детальный анализ результатов инновационной деятельности в разрезе областей Республики Беларусь, показал высокую эффективность инновационной деятельности в Брестской области. Так, в 2022 году в области были реализованы 16 инновационных проектов и 3 мероприятия по развитию инновационной инфраструктуры.

Ежегодно на конкурсной основе с участием средств инновационного фонда Брестского областного исполнительного комитета осуществляется финансирование не только инновационных проектов и мероприятий по развитию инновационной инфраструктуры, но и научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ, научных мероприятий (симпозиумов, конференций, выставок), подготовки и издания научно-технической и методической литературы и отраслевых лабораторий.

Целью региональной программы является развитие, формирование и внедрение инновационных технологий и разработок в реальный сектор экономики области, обеспечивающих социально-экономическое развитие и повышение внутренней и внешней конкурентоспособности. [4]

Для оценки общего благосостояния населения и социально-экономического региона, была проанализирована динамика номинальной начисленной среднемесячной заработной платы и инвести-

ций в основной капитал. Анализ показал снижение номинальной начисленной среднемесячной заработной платы и её несоответствие намеченным целевым показателям государственной программы. Снижение номинальной среднемесячной заработной платы может иметь серьезные последствия для благосостояния населения, и может потребоваться соответствующая реакция со стороны правительства, работодателей и других заинтересованных сторон.

Выводы:

На долю Брестской области приходится 11,4% ВВП всей республики (4 место).

Наибольшее положительное воздействие на региональный продукт Брестской области оказало сельское хозяйство, а также отрасль информация и связь. Самое негативное последствие на ВРП оказала транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность. Также отрицательно на формирование ВРП повлияли строительство, промышленность, а также оптовая и розничная торговля.

Несмотря на отрицательный темп прироста ВРП в сопоставимых ценах, результаты работы организаций Брестской области значительно выросли. Количество убыточных организаций снизилось. Снижение выручки наблюдалось в транспортной деятельности, снижение прибыли – в транспортной, профессиональной, научной деятельности, а также в предоставлении прочих видов услуг.

Среди экспортируемых из региона товаров преобладает продукция молочной и мясной промышленности, рыбопродукты, масло рапсовое, мебель, газовые плиты.

Несмотря на незначительную долю в общем объеме отгруженной инновационной продукции. Учитывая общую по стране тенденцию, как к снижению объемов отгруженной инновационной продукции, так и к уменьшению числа организаций, связанных с инновациями, исходя из положительной динамики по региону, можно судить об эффективном использовании инновационного потенциала в области.

Брестская область – вторая из областей Республики Беларусь, которая отгружает инновационную продукцию новую для мирового рынка. Инновационная отгрузка Брестской области осуществляется за пределы Республики Беларусь в государства-члены ЕАЭС и в Российскую Федерацию.

В 2022 году Брестская область осуществляла реализацию 16 инновационных проектов и 3 мероприятий по развитию инновационной инфраструктуры.

Однако, несмотря на ряд положительных характеристик, в Брестской области в анализируемом периоде наблюдалось снижение номинальной начисленной среднемесячной заработной платы и её несоответствие намеченным целевым показателям государственной программы, что негативным образом сказалось на динамике показателей, характеризующих уровень жизни населения в регион, и что подтверждает необходимость повышения эффективности использования имеющегося в регионе экономического потенциала.

#### Список использованных источников

1. Официальный сайт Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Брестская область. – Минск. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/regions/brestskaya>. – Дата доступа: 12.01.2024.
2. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс]. / Социально-экономическое положение Брестской области в январе-декабре 2022 г. – Минск, 2023. – Режим доступа: [https://www.brest.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/public\\_bulletin/index\\_62288/](https://www.brest.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/public_bulletin/index_62288/) – Дата доступа: 17.01.2024.
3. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс]. / О научной и инновационной деятельности в Республике Беларусь в 2022 году – Минск, 2023. – Режим доступа: [http://belstat.mitgroup.ru/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public\\_bulletin/index\\_71088/](http://belstat.mitgroup.ru/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_71088/) – Дата доступа: 24.12.2023.
4. Официальный сайт Брестского городского исполнительного комитета [Электронный ресурс]. / Инновационное развитие Брестской области в 2022 году – Брест, 2023. – Режим доступа: <https://brest-region.gov.by/ru/innovatsionnaya-deyatelnost-112-ru/view/innovatsionnoerazvitie-brestskoj-oblasti-v-2022-godu-2000011276>. – Дата доступа: 16.02.2024.
5. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс]. / Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2022 – Минск, 2023. – Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public\\_compilation/index\\_57394/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public_compilation/index_57394/) – Дата доступа: 17.01.2024.

**СТАТИСТИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ БЕЛАРУСИ: СОСТОЯНИЕ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

**Иванов Вячеслав Федорович, к.э.н., доцент, ведущий научный сотрудник**

**Сунита Светлана Анатольевна, заведующая сектором**

**Белорусский институт системного анализа и информационного обеспечения научно-технической сферы**

Ivanov Viacheslav, PhD, leading researcher, ivanovv@belisa.org.by

Sunitsa Svetlana, head of the sector, sunitsa@belisa.org.by

Belarusian institute for system analysis and information support of the scientific and technical sphere

**Аннотация.** В статье рассмотрены международные стандарты статистики инноваций. Проведен анализ организации статистического наблюдения за инновационной деятельностью в сельском хозяйстве Беларуси и России.

**Ключевые слова:** инновации, инновационная деятельность, сельское хозяйство, статистика, показатели, зарубежный опыт.

Развитие сельского хозяйства составляет основу продовольственной безопасности Беларуси. От состояния и темпов развития сельскохозяйственного производства во многом зависит и рост экономики страны.

В Беларуси сельское хозяйство производит 7,7% валового внутреннего продукта. В сельскохозяйственном производстве в 2022 году было занято 251,3 тыс. человек, что составляет 7,0% от всех занятых в экономике. Продукция сельского хозяйства и пищевой промышленности – одна из важнейших статей экспорта Беларуси. За последние годы экспорт сельскохозяйственной продукции и продуктов питания значительно вырос: если в 2010 г. он был 3,4 млрд. долларов США, то в 2022 г. – 8,3 млрд. долларов США, что составляет 21,6% от общего объема экспорта товаров (2010 г. – 13,4%) [1].

Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственного производства, обеспечение импортозамещения неразрывно связаны с ускорением инновационного развития отрасли. Использование результатов научных исследований и разработок (новые сорта растений, пород и видов животных, кроссов птицы; высокопроизводительные и ресурсосберегающие технологии, в том числе цифровые и др.) является основой развития аграрной отрасли в современных условиях.

Формирование и реализация государственной политики развития сельского хозяйства Беларуси тесно связано с необходимостью своевременного получения и анализа полной, достоверной статистической информации об инновационной деятельности в аграрном секторе экономики.

Разработка методологических подходов к формированию статистического обследования инноваций связана и с учетом международных стандартов. Руководство Осло – основные методические принципы статистического измерения инновационной деятельности, подготовленные Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Статистической службой Европейского союза (Евростат) и признанные в качестве международного стандарта в области статистики инноваций. Руководство Осло содержит конкретные рекомендации, объединяющие указания по сбору и интерпретации индикаторов инноваций с учетом возможности межстрановых сопоставлений.

В 2018 году ОЭСР совместно с Евростатом выпустили четвертую по счету редакцию Руководства Осло [2, с.35]. Важнейшим нововведением Руководства Осло является изменение состава исследуемых инноваций, повлекшее корректировки в определении основных понятий. Сокращение исследуемых типов инноваций произошло с четырех (продуктовые, процессные, организационные и маркетинговые) до двух (продуктовые и процессные).

Продуктовая инновация – внедренный на рынке новый или усовершенствованный продукт (товар, услуга), значительно отличающийся от продукта, производившегося ранее.

Процессная инновация – внедренный в практику новый или усовершенствованный бизнес-процесс, связанный с методами производства товаров и услуг, логистики, маркетинга, обработки и передачи информации, администрирования и управления, практикой деловых отношений и внешних связей, и значительно отличающийся от соответствующего бизнес-процесса,

используемого ранее.

Опыт Европейского обследования инноваций, в том числе и в сельском хозяйстве, получил широкое признание и стал основой для международного стандарта в части методологии статистического измерения инноваций. По оценкам ОЭСР статистическое наблюдение инноваций с использованием базовых принципов Руководства Осло развернуто более чем в 80 странах [2, с.45].

Рекомендации Руководства Осло положены в основу статистики инноваций в Беларуси. Статистическое наблюдение инноваций ведется по форме 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации» [3]. Система показателей и инструментарий статистического обследования инновационной деятельности разработан применительно к организациям промышленности и деятельности в области телекоммуникаций, компьютерного программирования и информационного обслуживания. Форма 1-нт (инновация) не распространяется на организации сельского хозяйства.

В настоящее время статистические показатели, характеризующие инновационную деятельность в сельском хозяйстве, связаны в основном с состоянием материально-технической базы [3]:

наличие основных видов сельскохозяйственной техники, машин и оборудования в сельскохозяйственных организациях;

обеспеченность сельскохозяйственных организаций тракторами и комбайнами;

внесение минеральных и органических удобрений в сельскохозяйственных организациях;

внесение минеральных и органических удобрений в расчете на один гектар пахотных земель в сельскохозяйственных организациях;

энергетические мощности в сельскохозяйственных организациях;

ввод в эксплуатацию производственных мощностей;

основные средства в сельскохозяйственных организациях;

коэффициент обновления основных средств в сельскохозяйственных организациях.

Рекомендации Руководства Осло положены в основу статистики инноваций и в России, которая ведется по ряду форм: 4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации», 2-МП инновация «Сведения об инновационной деятельности малого предприятия», 1-технология «Сведения о разработке и использовании передовых производственных технологий» и 1-лицензия «Сведения о коммерческом обмене технологиями с зарубежными странами (партнерами)» [4]. Сельскохозяйственные организации отчитываются по форме 4-инновация.

В контексте расширения охвата статистикой наблюдаемых видов экономической деятельности в России одним из существенных нововведений последних лет стало формирование методологических подходов к измерению инноваций в сельском хозяйстве. Основные проблемы были обусловлены спецификой самой отрасли, где процесс производства связан с естественным развитием живых организмов – растений и животных. Инновационные процессы в сельском хозяйстве затрагивают не только технологические, но и биологические изменения в продукции. В этой связи в понятийный аппарат, инструментарий статистического наблюдения, включающий форму обследования 4-инновация и указания по ее заполнению, был существенно доработан с учетом особенностей отрасли [2, с.48].

В форму 4-инновация введены показатели, отражающие специфику сельского хозяйства в части измерения объема инновационной продукции, учета затрат на инновации, факторов, способствующих и препятствующих внедрению инноваций в сельском хозяйстве, оценки результатов инновационной деятельности, оказывающих воздействие на развитие сельскохозяйственных организаций и др.

На основе формы 4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации» Институт статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в партнерстве с Росстатом ежегодно готовит статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности» [5]. Сборник содержит широкий спектр показателей, которые дают комплексное представление о развитии инноваций в организациях сельского хозяйства:

уровень инновационной активности;

распределение организаций по видам инновационной и экономической деятельности (исследования и разработки; приобретение машин и оборудования, прочих основных средств;

маркетинг и создание бренда; обучение и подготовка персонала; дизайн; инжиниринг и т.д.);

- организации, имевшие научно-исследовательские и проектно-конструкторские подразделения;
- численность работников организаций, выполнявших исследования и разработки;
- затраты на инновационную деятельность, в том числе по типам инноваций (продуктовые, процессные);
- затраты на инновационную деятельность по видам инновационной и экономической деятельности (исследования и разработки; приобретение машин и оборудования, прочих основных средств; маркетинг и создание бренда; обучение и подготовка персонала; дизайн; инжиниринг и т.д.);
- затраты на инновационную деятельность по источникам финансирования;
- объем инновационных товаров, работ, услуг, в том числе в общем объеме товаров, работ, услуг;
- объем инновационных товаров, работ, услуг по уровню новизны;
- экспорт инновационных товаров, работ, услуг, в том числе в процентах от общего объема инновационных товаров, работ, услуг;
- удельный вес организаций, осуществлявших экологические инновации, в общем числе организаций, имевших завершённые инновации;
- организации, осуществлявшие инновации, обеспечивающие повышение экологической безопасности в процессе производства товаров, работ, услуг (замена сырья и материалов на безопасные и менее опасные; осуществление вторичной переработки отходов производства, воды или материалов; снижение загрязнения окружающей среды и т.д.);
- удельный вес организаций, использующих систему контроля за загрязнением окружающей среды, в том числе в общем числе организаций;
- кооперация в разработке продуктовых и процессных инноваций;
- организации, участвовавшие в технологическом обмене;
- факторы сдерживающие инновационное развитие в сельском хозяйстве.

В целом с учетом международного опыта можно сделать вывод, что действующая система статистического наблюдения в Беларуси не в полной мере обеспечивает задачи оценки инновационной деятельности в сельском хозяйстве.

Формирование инновационной политики в сельском хозяйстве обуславливает необходимость создания современной статистики инноваций в целях получения полной информации о состоянии и уровне развития инновационной деятельности в аграрной отрасли. Опыт статистического наблюдения инновационной деятельности в сельском хозяйстве России может стать основой совершенствования статистики инноваций в аграрном секторе Беларуси.

#### **Список использованных источников**

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь, стат. буклет, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 01.04.2024.
2. Кузнецова, И.А. Развитие методологии статистического измерения инновационной деятельности в условиях реформирования международных стандартов / И.А. Кузнецова, С.Ю. Фридлянова // Вопросы статистики. – 2020. – Т. 27. № 1. – С. 29 – 52.
3. Государственные статистические наблюдения. Статистика науки и инноваций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа – 04.04.2024.
4. Пашинцева, Н.И. Информационный справочник: источники и показатели, характеризующие деятельность организаций сферы науки / Н.И. Пашинцева. – М.: ИПРАН РАН, 2023. – 834 с.
5. Индикаторы инновационной деятельности: 2024, статистический сборник / В. В. Власова, Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т. «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. – 260 с.

## ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Карпович Мария Максимовна, аспирант  
Белорусский государственный университет**

Karpovich M.M., Belarusian State University, Karp\_hik.m.m@yandex.ru

**Аннотация.** В статье дана характеристика финансового рынка – одного из составляющих финансовой системы страны, выделены главные направления и задачи его успешного функционирования.

**Ключевые слова:** экономика РБ, движение денежных ресурсов, инвестиции, валютный рынок, ценные бумаги.

Финансовый рынок – это одна из составляющих финансовой системы страны. В ходе аккумуляции и размещения финансовых ресурсов, осуществляется процесс управления финансами государства и субъектов предпринимательства. Также данный процесс переплетается с деятельностью финансовых рынков и институтов. Финансовый рынок – весьма сложная и комплексная экономическая категория, которая взаимодействует с множеством различных процессов, происходящих как в экономике одной страны, так и в мире в целом.

Одной из главных задач финансового рынка является создание необходимых условий для осуществления торговли финансовыми активами и обязательствами между продавцами и покупателями финансовых ресурсов [1]. Финансовый рынок, как и иные рынки, образуется благодаря наличию спроса, предложения и уравнивающей цены на определенные товары и услуги и сводит покупателей и продавцов.

Что касается конкретно экономики и финансового рынка Республики Беларусь (РБ), то в последние годы они столкнулись с рядом непредвиденных вызовов. На финансовый сектор Республики Беларусь масштабное воздействие оказывали внешние и внутренние факторы. На фоне пандемии COVID-19 в течение 2020 года наблюдалось резкое снижение мировых цен на нефть. Падение мировой экономики, в том числе стран - основных торговых партнёров Республики Беларусь, сопровождалось закрытием внешних рынков и сжатием спроса на основные экспортные позиции. Произошло снижение экономической активности, инфляция, напротив, ускорилась [2].

Главными характеристиками финансового рынка Республики Беларусь являются следующие его черты:

1. Финансовый рынок создаёт необходимые условия для развития экономики, осуществления материально-финансовой равновесия по общему объёму и по структуре общественного производства. Благодаря ему развиваются предприятия и отрасли, обеспечивающие инвесторам высокую прибыль на вложенный капитал. Также финансовый рынок способствует осуществлению научно-технического прогресса.

2. Главными товарами финансового рынка являются: наличные деньги, в том числе внутренняя и иностранная валюта; банковские кредиты; ценные бумаги, драгоценные металлы.

3. Основными составляющими финансового рынка Республики Беларусь являются:

- валютный рынок;
- рынок межбанковских кредитов;
- кредитно-депозитный рынок;
- рынок ценных бумаг;
- доверительное управление, осуществляемое банками;
- рынок страховых услуг.

Благодаря проведённому анализу финансового рынка РБ были выявлены проблемы, которые государству необходимо решить для дальнейшего эффективного его функционирования и развития:

- 1) доминирование банковского сектора, что снижает конкурентное давление и уменьшает стимулы к его развитию;
- 2) долларизация и сегментация кредитного рынка;
- 3) ускорение инфляционно-девальвационных процессов;

- 4) степень государственного участия в собственности банков находилась на стабильно высоком уровне;
- 5) доминирующим источником заемного финансирования для субъектов хозяйствования остаются банковские кредиты;
- 6) наличие законодательных барьеров для желающих активно участвовать в торговле ценных бумаг.

В связи с этим, можно предложить следующие мероприятия по долгосрочному и благоприятному развитию финансового рынка в РБ.

Так, развитие и совершенствование финансового рынка РБ в 2023/24 годах осуществляется по пути, определенному Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12.03.2020 г. № 143 “О Государственной программе “Управление государственными финансами и регулирование финансового рынка” на период до 2025 года”.

Приоритетным направлением финансового рынка является обеспечение финансовой стабильности в Республике Беларусь [3]. Основным направлением совершенствования всех составляющих финансового рынка в ближайшие годы - это рост уровня их диверсификации и устойчивости.

Опыт развитых стран показывает, что для создания высокодоходного фондового рынка, формирующего справедливую рыночную стоимость, необходимо, чтобы доля государственной собственности не превышала более четверти всего объема. Развитие рынка акций в РБ тесно связано с дальнейшими решениями по уменьшению доли государства в акционерном капитале без потери контроля государства в ключевых сферах. Эти задачи возможно реализовать с условием сохранения в собственности государства блокирующих пакетов - 25% + 1 акция (*в настоящее время 90%*) [4].

Для развития рынка облигаций необходимо осуществление следующих целей: формирование института профессионального инвестора, квалифицированного управляющего рисками, установление порядка эмиссии.

Важным направлением развития рынка будет регистрация и обращение нового вида облигаций, предназначенных для квалифицированных инвесторов. Полномочия по регистрации данных облигаций должны быть предоставлены центральному депозитарию. Значимым пунктом развития является эмиссия и обращение ещё одного вида облигаций - облигаций с раздельным обращением номинала и купонов (*механизм стрипования облигаций*). Инвесторы смогут покупать и продавать отдельно от номинала купоны по облигациям. Реализация такого предложения направлена на стимулирование эмитентов к эмиссии долгосрочных облигаций. Наличие безрисковых инструментов сохранения сбережений в белорусских рублях будет способствовать развитию внутреннего рынка государственных облигаций в национальной валюте и повышению доверия инвесторов к национальной валюте [5]. Данные инструменты также будут являться ориентирами для формирования процентных ставок.

Так же в будущем в РБ необходимо устранить барьеры, которые сдерживают ликвидность акций и интерес к ним со стороны инвесторов. Это возможно осуществить путём отмены преимущественного права облисполкомов и Минского горисполкома на покупку акций, приобретённых гражданами в процессе разгосударствления в обмен на чеки “Имущество” и на льготных условиях.

Ещё одним важным пунктом развития финансового рынка - это совместная работа систем дистанционного банковского обслуживания с торговой системой биржи, что создаст возможность размещать государственные облигаций с помощью систем дистанционного банковского обслуживания.

Для развития индустрии инвестиционных фондов, необходимо разработать систему льготного налогообложения инвестиционных операций данных фондов и доходов инвесторов, который они получили от участия в фондах. Такие меры простимулируют появление инвестфондов, и инфраструктуры, необходимой для их бесперебойного функционирования.

Так же важным фактором развития финансового рынка - это международное сотрудничество. Для успешного функционирования рынка ЦБ, необходимо проводить работы по вступлению в Международную организацию комиссий по ценным бумагам (IOSCO). Сотрудничество с международными депозитариями позволит нерезидентам покупать ценные бумаги белорусских эмитентов, а эмитентам нашей страны – напрямую размещать ценные бумаги за рубежом.

Что касается интеграции рынка ценных бумаг РБ в общий финансовый рынок ЕАЭС, то оно обеспечит повышение доступности финансовых услуг на финансовом рынке РБ, развитие цифровых технологий, а также систем удаленного доступа, способствующих приближению всей индустрии финансовых услуг к конечному потребителю [6].

Представленные направления совершенствования функционирования финансового рынка Республики Беларусь создадут основу для его дальнейшего успешного развития и улучшения обеспеченности субъектов экономики финансовыми ресурсами [7].

Также к основным направлениям развития можно отнести обеспечение финансовой стабильности; развитие банковской системы, страхового сектора, небанковских финансовых организаций, рынка ценных бумаг; реформирование подходов к директивному кредитованию; совершенствование инфраструктуры финансового рынка; международное сотрудничество.

Новые реалии работы экономики, белорусских банков и других финансовых посредников требуют адаптивности всей системы, выбора и применения эффективных инструментов реагирования на возникающие угрозы, складывающуюся ситуацию на финансовых рынках. Важнейшими механизмами абсорбирования шоков будут выступать обменный курс и процентная политика. А в условиях ограниченности ресурсов крайне важно обеспечить их эффективное распределение. Преимущественный доступ к кредитным ресурсам должны получать конкурентоспособные предприятия. Это будет способствовать росту экономического потенциала государства.

Рассмотрев пути совершенствования финансового рынка Республики Беларусь можно сделать следующие выводы:

1. Основными проблемами функционирования финансового рынка в Республике Беларусь являются доминирование банковского сектора, долларизация и сегментация кредитного рынка, ускорение инфляционно-девальвационных процессов, степень государственного участия в собственности банков находилась на стабильно высоком уровне, доминирующим источником заёмного финансирования для субъектов хозяйствования остаются банковские кредиты, наличие законодательных барьеров для желающих активно участвовать в торговле ценных бумаг и т.д.

2. Для совершенствования финансового рынка должны быть осуществлены такие мероприятия, как: уменьшение доли государства в акционерном капитале; развитие процесса эмиссии и обращения еще одного вида облигаций - облигаций с отдельным обращением номинала и купонов; устранение барьеров, которые сдерживают ликвидность акций и интерес к ним со стороны инвесторов; разработка системы льготного налогообложения инвестиционных операций инвестфондов и доходов инвесторов, а так же развития индустрии инвестиционных фондов; развитие системы размещения ценных бумаг на бирже с помощью систем дистанционного банковского обслуживания и т.д.

#### **Список использованных источников**

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.

2. Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2023 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep/finstab2020.pdf>. - Дата доступа: 02.04.2024 г.

3. Киевич, А.В. Анализ основных показателей финансового рынка Республики Беларусь / А.В. Киевич // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : сборник трудов XVI международной научно-практической конференции, Пинск, 29 апреля 2022 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – Ч. 1. – С. 83-89.

4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 12 марта 2020 г. № 143 о государственной программе “О Государственной программе “Управление государственными финансами и регулирование финансового рынка” на 2020 год и на период до 2025 года” [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/postsm\\_120320\\_143.pdf](https://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/postsm_120320_143.pdf). Дата доступа: 15.04.2024.

5. Киевич А.В. Развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 3 (260). С. 13-20.

6. Киевич А.В., Король О.В. Евразийский экономический союз: итоги деятельности за год / А.В. Киевич, О.В. Король // «Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 5. Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія». – 2016. – Том 6. – № 2. – С. 69-76.

УДК 338.45:630:67

## **СОСТОЯНИЕ ЛЕСНОЙ, ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ И ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ**

**Кендысь Юлия Александровна, экономист**

**Производственное унитарное предприятие "АльтоКлассик"**

**Володько Ольга Владимировна, к.э.н., доцент**

**Полесский государственный университет**

Kendys Yulia, economist, IUE "AltoClassic", yulia.kendys@gmail.com

Volodko Olga Vladimirovna, Ph.D., Associate Professor

Polesie State University, olga\_volodko@mail.ru

**Аннотация.** Одним из перспективных направлений развития обрабатывающей промышленности является устойчивое развитие лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. С целью развития отрасли государством разработан ряд программ развития, в производственную базу направляются значительные потоки инвестиций. Поддержка со стороны государства обеспечивает достижения положительных результатов в деятельности предприятий. Цель статьи – анализ состояния лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности Беларуси, а также выявление перспективных направлений развития отрасли.

**Ключевые слова:** деревообработка, производство мебели, целлюлозно-бумажная промышленность, рынки сбыта, экспорт, импортозамещение.

Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность является одной из наиболее развитых отраслей промышленности Республики Беларусь. К ней относится группа отраслей, которые занимаются заготовкой древесины, её механической обработкой и химической переработкой. В ходе своей деятельности предприятия данной отрасли используют одно и то же сырьё, при этом из-за отличия в технологии производства в конечном итоге получается различная по назначению продукция.

Положительное влияние на развитие данной отрасли оказывает наличие квалифицированной рабочей силы, близость отдельных малолесных зарубежных районов, спрос со стороны населения, рост строительства. Также благоприятным фактором является высокий показатель лесистости территории.

Основной документ, формирующий общие направления развития лесного комплекса Республики Беларусь – Государственная программа "Белорусский лес" на 2021-2025 гг.

Цель Государственной программы "Белорусский лес" на 2021-2025 гг. – обеспечение формирования высокопродуктивных и устойчивых лесов, рационального использования лесных ресурсов, повышение ресурсного потенциала лесов для удовлетворения потребностей экономики и общества [1].

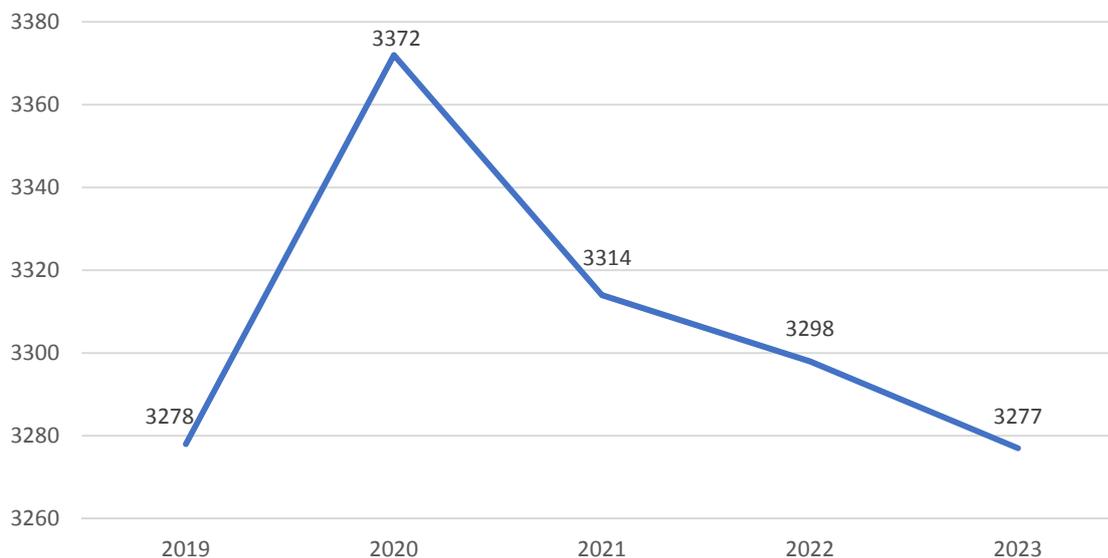
Промышленная политика в области лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности основана на эффективном использовании собственных запасов древесины на территории Республики Беларусь. Стратегическая цель отрасли – переработать имеющийся запас сырья на собственных предприятиях и обеспечить реализацию продукции с высокой добавленной стоимостью.

В национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. сформулированы следующие стратегические цели развития лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности:

- ускоренное развитие производств, базирующихся на переработке местных сырьевых ресурсов, производство продукции по полному технологическому циклу;
- увеличение глубины переработки древесного сырья и выпуск продукции с улучшенными свойствами;
- наращивание объемов производства продукции деревообрабатывающей промышленности;

- строительство завода беленой сульфатной и вискозной целлюлозы, создание производства многослойного мелованного и немелованного картона;
- проведение качественных технологических улучшений в деревообработке и целлюлозно-бумажной промышленности, разработка технологии по максимальному и комплексному использованию всех отходов на основе своевременного технического перевооружения и внедрения передовых международных стандартов качества [2].

На рисунке 1 представлена динамика изменения числа организаций лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности в период 2019-2023 гг.



**Рисунок – Количество организаций, занятых в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности за 2019-2023 гг.**

Примечание – Источник: собственная разработка на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [3].

Изменение количества организаций лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности связаны с введением санкционных ограничений со стороны стран Европейского союза. Введение в 2022 г. ограничений по коду ТН ВЭД 44 стало серьезной проблемой для предприятий. В группу данных товаров попали пиломатериалы, фанера, брикеты, топливные гранулы и различные древесные плиты, мебель и мебельные корпуса.

Ввод санкционных ограничений привел к появлению трех основных проблем:

- потере привычных рынков сбыта;
- сложностям с покупкой оборудования;
- росту издержек на транспорт.

Серьезной проблемой стал уход торговой сети IKEA. Белорусские организации, сотрудничающие с данной торговой сетью, в большинстве случаев имели узкий ассортимент продукции. Как правило, эти компании производили один-два продукта в больших количествах. Уход IKEA заставил организации пересмотреть свой ассортимент выпускаемой продукции и выстраивать с нуля новые логистические цепочки.

В условиях санкционного давления на предприятиях лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности выработаны две основные стратегии дальнейшего развития (таблица 1).

Таблица 1. – Стратегии развития предприятий лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности в условиях санкционного давления

Название стратегии	Сущность стратегии
Стратегия сжатия и упрощения	сокращение трудовых ресурсов, упрощение ассортимента выпускаемой продукции, снижение инвестиций. Данной стратегии придерживались организации, которые прямым образом были ориентированы на импорт
Стратегия наращивания экономического потенциала предприятия	данная стратегия предполагает наращивание организациями основных факторов производства. Стратегия характерна для организаций, где были альтернативы для импорта в сочетании с появлением ниш на белорусском рынке

Примечание – Собственная разработка автора.

В выборе стратегии компаний можно заметить эффект колеи: для фирм, предпринимавших определенные адаптационные шаги в 2022 г., было характерно осуществление примерно тех же действий и в 2020–2021 гг.

Из-за санкций предприятиями возникла срочная необходимость вывода на полные мощности производств по импортозамещающей продукции, для возможности изменения, существовавшей долгое время в Республике Беларусь, тенденции преобладания импорта продукции. Для реализации данной цели в республике продолжается работа по масштабной модернизации отрасли. Целью осуществляемой модернизации является вовлечение в производственный оборот новых видов сырья, которые ранее не пользовались особым спросом на белорусском рынке. Информация по запланированным инвестиционным проектам представлена в таблице 2.

Таблица 2. – Инвестиционные проекты деревообрабатывающего и мебельного производства концерна "Беллесбумпром" на период до 2025 г.

Предприятие	Запланированное мероприятие	Результат
ОАО "Ивацевичдрев"	Технологическое переоснащение	Организация поточного производства мебельных деталей, облицовка мебельных деталей методом каширования
ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев"	Модернизация лесопильного производства на базе ленточнопильных станков	Увеличение объема выпуска пиломатериалов до 60 тыс.м <sup>3</sup> /год
ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев"	Модернизация	Увеличением объема выпуска фанеры и ГКД до 120 тыс.м <sup>3</sup> /год
ОАО "Ивацевичдрев"	Разработка нового вида продукции	Производство мебельной кромки АБС
ООО "АКИТАМА"	Строительство завода по переработке низкотоварной древесины	Выпуск древеснотопливных гранул и мелких древесных компонентов
ОАО "Мостовдрев"	Реконструкция лесопильно-деревообрабатывающего цеха	Увеличение производительности труда и качества выпускаемой продукции
ОАО "Бумажная фабрика "Спартак"	Реконструкция размольно-подготовительного отдела и технологического потока бумагоделательной машины	Увеличение переработки вторичного сырья в 3,5 раза, повышение производительности бумагоделательной машины на 50%

Примечание – Источник: собственная разработка на основе источника [4], [5]

Все проекты рассчитаны на комплексное использование древесного ресурса имеющегося в стране.

Уровень и качество белорусской мебели за последние годы значительно улучшились, при том, что цены остались демократичными. Однако по-прежнему из-за небольшого ассортимента и устаревшего дизайна конкурентоспособность продукции остается на невысоком уровне. Поэтому перед отечественными мебельными предприятиями стоят задачи наращивания объемов производства высококачественной продукции с применением инноваций и передовых технологий.

Таким образом, можно сформулировать следующие перспективные направления развития лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности:

- завершение модернизации и выход предприятий на полную производственную мощность;
- рост объемов экспорта продукции на новых рынках;
- максимальное вовлечение в хозяйственный оборот местных видов ресурсов.

В сложившихся условиях приоритетными направлениями для сбыта продукции лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности становятся страны СНГ, так как с экспортными поставками в другие страны возникают логистические проблемы. Существует альтернатива поставки продукции в Азию, однако за счет транспортных расходов размер получаемой прибыли будет значительно ниже в сравнении с экспортом в страны ЕС. Также сложность вывода белорусских компаний на азиатский рынок связана с пересечением интересов с российскими компаниями, которые уже давно занимают часть азиатского рынка.

В целом, предприятия лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности в Беларуси вынуждены модернизировать свое производство и сосредотачиваться на импортозамещающей продукции. Для этого предприятиям необходимо модернизировать свое производство с целью вовлечения новых видов сырья, которые ранее не пользовались большим спросом на белорусском рынке.

Развитие данной отрасли промышленности в Республике Беларусь требует продолжения усилий, направленных на повышение эффективности использования лесных ресурсов, внедрение новых технологий и создание современных производств. Это позволит лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности стратегически перерабатывать сырье и выпускать продукцию с высокой добавленной стоимостью, способствуя развитию экономики и удовлетворению потребностей общества.

#### **Список использованных источников**

1. Государственная программа «Белорусский лес» на 2021–2025 годы: утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28.01.2021 № 52 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://pravo.by/>. – Дата обращения – 15.03.2024г.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. Минск., 2017.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2023 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 07.04.2024г.
4. Программа развития целлюлозно-бумажной отрасли концерна «Беллесбумпром» на 2021-2025гг. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.bellesbumprom.by/>. – Дата доступа: 24.03.2024г.
5. Программа развития деревообрабатывающего и мебельного производства концерна «Беллесбумпром» до 2025гг. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.bellesbumprom.by/>. – Дата доступа: 24.03.2024г.

УДК 338.242.2

### **ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РБ**

**Киевич Александр Владимирович, д.э.н., профессор**

**Полесский государственный университет**  
Kievich A.V., Doctor of Economics, Professor,  
Polessky State University a.v.kievich@yandex.ru

**Аннотация.** В статье проведён анализ государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в РБ на современном этапе.

**Ключевые слова:** субъекты МСП, экономика страны, государственная поддержка, налоговые ставки, финансовые гарантии, финансирование, кредитование.

Сравнительный анализ различных рейтингов по деятельности МСП показал, что РБ при сравнении со странами ближнего зарубежья пока что отстаёт, поэтому дальнейшая либерализация политики в области деятельности МСП необходима стране, чтобы раскрыть неиспользуемый потенциал малого и среднего бизнеса [1]. Тем более что в последние годы важность малого бизнеса в

экономике РБ неоднократно подчеркивалась и подтверждалась на самом высоком государственном уровне.

Вместе с тем в РБ существует ряд проблем, с которыми сталкиваются предприятия малого бизнеса при осуществлении своей деятельности:

Во-первых, финансовая поддержка на этапе создания юридического лица очень важна. Вклады учредителей являются источником стартового капитала 86% предприятий. На старте своей деятельности субъекты малого предпринимательства или не имеют ликвидного обеспечения вообще, или это обеспечение недостаточно для банковского кредита [2].

Во-вторых, система налогообложения в РБ характеризуется относительно высокой общей налоговой нагрузкой, причём изменения налогового кодекса происходят ежегодно. Ужесточение налогового кодекса в последние годы негативно сказалось на численности индивидуальных предпринимателей и привело к их оттоку. В текущем 2024 г. произойдут изменения и в налогах. Дальнейшие изменения в законодательстве и обязанность ИП платить отчисления в ФСЗН. Новые изменения кодекса коснутся налоговых ставок предпринимателей, чей доход за налоговый период превышает 500 тыс. руб. Они вырастут с 20 % до 30 %. Согласно изменениям в НК подоходный налог с 2024 г. для физлиц увеличен для той категории, чьи доходы за год суммарно превысят 200 тысяч руб. Теперь ставка для них составит 25% [3].

В-третьих, необходимость выполнения предпринимателями обязательных правил и процедур, в соответствии с нормативными документами, регламентирующими деятельность малых предприятий, готовились теми или иными властными структурами. Вместе с тем бюрократическая запутанность процедур регистрации бизнеса, лицензирования деятельности, сертификации продукции, оформления прав собственности и т.д. – желает лучшего.

В-четвёртых, в РБ в экономике доминирует крупный бизнес, что создаёт предпосылки к снижению конкуренции. Неравные условия для государственного и частного бизнеса, т.е. предприятия предпочитают работать с государственными торговыми организациями, лоббируют свои интересы в переговорах и получении предложения.

В-пятых, часть субъектов малого предпринимательства РБ можно отнести к рынку венчурного финансирования, который в настоящее время находится на начальной стадии своего развития [4]. По экспертным оценкам, лишь около 10% белорусских стартап-компаний смогли привлечь для своего развития капитал венчурных фондов.

Таким образом, если сгруппировать укрупненно проблемы сектора малого и среднего предпринимательства в РБ, то на сегодня выделяется пять групп проблем:

- Проблемы финансового характера
- Проблемы, связанные с налоговым окружением
- Проблемы бюрократического характера
- Проблемы, связанные с преобладанием крупного бизнеса в экономике и недостаточной конкуренцией.
- Проблемы, связанные с недостаточным финансированием инновационных стартапов и венчурных компаний

Рассмотрим, каким образом государство решает проблемы малого и среднего бизнеса в РБ.

**1. Проблемы финансового характера:** увеличение доступности заёмных средств, уменьшение платы за пользование заемными средствами. Законом «Об изменении законов по вопросам предпринимательской деятельности» № 365-З [36] также предусматривается значительное расширение инструментов государственной финансовой поддержки МСП. В таблице 1 представлены условия предоставления поддержки в различных банках и НКФО в РБ.

**2. Проблемы, связанные с налоговым окружением.** Ежегодно Налоговый кодекс РБ обновляется. В 2024 г. наибольшие изменения коснулись именно индивидуальных предпринимателей. 2 апреля 2024 г. принят Закон РБ «Об изменении законов по вопросам предпринимательской деятельности» № 365-З. Основные изменения, которые он внес, представлены в таблице 2.

Таблица 1. – Условия предоставления финансовой поддержки

Субъект	Характер поддержки	Особенности
1	2	3
Областные (Минский городской) исполнительные комитеты	субсидии для долевого финансирования или возмещения части расходов по направлениям, определяемым Советом Министров РБ	На конкурсной основе
Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей	- заем (предоставление денежных средств на возвратной возмездной основе); - лизинг имущества (предоставление имущества на условиях финансовой аренды). - Гарантия (поручительство)	На конкурсной основе по выбранным направлениям на срок до 5 лет с процентной ставкой в размере - от 4,75% годовых, - от 0,5% ставки рефинансирования - в размере ставки рефинансирования в сумме не превышающей: - 600 тыс. руб. для займа; - 296 тыс. руб. для лизинга
Белорусский инновационный фонд	Финансирование на возвратной основе	Финансирование инновационных проектов и работ по организации и освоению производства на возвратной основе сроком до 7 лет с возможностью отсрочки платежа по основному долгу и процентам сроком до 2 лет под процентную ставку в размере 0,5 ставки рефинансирования страхования займа и залог не требуются.
	ваучеры	На безвозвратной основе выделяется физическим лицам и индивидуальными предпринимателям в сумме до \$25 тыс. для реализации проекта на начальной стадии подготовительного или конструкторско-технологического этапа.
	гранты	На безвозвратной основе выделяется юридическим лицам – резидентам РБ, которые являются субъектами малого предпринимательства при реализации конструкторско-технологического этапа для проведения научно-технических, опытно-конструкторских и технологических работ на сумму до \$100 тыс. при условии денежного участия не менее 10% от общего объема необходимых средств.
Банк развития Республики Беларусь	Промкооперация;	До 5 млн руб. под 7,5%
	Стабилизационный (для экспортно-ориентированных)	До 7 млн руб. под 7,5% через банки партнеры, 8,5% лизинг
	Поддержка регионов;	До 5 млн руб. под 6,25% через банки партнеры, 7,25% лизинг
	Поддержка организаций производственной сферы;	По франшизе до 5 млн руб. под 6,25% через банки партнеры, 7,25% лизинг
	Поддержка социального предпринимательства;	До 5 млн руб. под 7,25% через банки партнеры, 8,25% лизинг
	Поддержка экологических проектов;	До 5 млн руб. под 7,25% через банки партнеры, 8,25% лизинг

## Окончание таблицы 1

1	2	3
ОАО «АСБ Беларусбанк»	Кредиты на инвестиционные цели Микро-Бизнес Инвест Микро-Бизнес Инвест Плюс Микро-Бизнес Инновации Микро-Бизнес Старт	На сумму до 25 000 базовых величин на срок до 7 лет - в белорусских рублях: под ставку рефинансирования + 2,11 п.п - в российских рублях под ключевую ставку ЦБ + 3 п.п; в китайских юанях – не менее 8% годовых.
	На текущую деятельность «Микро-бизнесоборот», «Микро-Бизнес Старт», «Микро-Бизнес Овердрафт»	На сумму до 25 000 базовых величин валюта кредитования BYN/CNY/RUB процентная ставка: - от 6 % годовых до 30 дней; - от 7 % годовых до 60 дней; - от 8 % годовых до 90 дней
ОАО «Белагропромбанк»	Финансирование инвестиционной деятельности за счет ресурсов ОАО "Банк развития Республики Беларусь" (в том числе на приобретение франшизы) Факторинг, программа «Своими руками», «Ширекруг», факторинг	На сумму до 5 000 тыс. бел. руб. Срок полного возврата не позднее 29.12.2028 Форма предоставления: - невозобновляемая кредитная линия; - единовременное предоставление кредита Процентная ставка 1/2 СР + 2.5 п.п., Собственное участие не менее 20%

Примечание – Собственная разработка на основе источников [5]

Таблица 2. – Основные изменения в налогах малого и среднего предпринимательства

Действовавшие в 2023 г	Станет в 2024	Комментарий
1	2	3
<b>Единый имущественный налог для физлиц</b>		
Земельный, транспортный и налог на недвижимость - приходилось оплачивать по разным реквизитам. Это было неудобно и часто приводило к недоплатам.	Единый имущественный налог будет уплачиваться одним платежом в бюджет по месту регистрации плательщика.	Единый платеж более удобен и упрощает жизнь предпринимателей.
<b>Налог на добавленную стоимость</b>		
ИП могли уменьшать те суммы НДС, которые исчисляются из выручки, на суммы входного НДС, если они приобретали товары, работы и услуги с НДС. Платили не полную его сумму, а только разницу. Те, кто применял ставку НДС 0%, могли возвращать суммы входного НДС на расчетный счет.	ИП не являются плательщиками НДС. ИП всё еще должны уплачивать НДС, если они ввозят товары на территорию Беларуси и приобретают услуги у иностранной организации или у ИП, не состоящих на учёте в налоговых органах РБ	Утрата права применять режим налогообложения с уплатой НДС по реализации, возможно, сподвигнет тех, кому выгодна работа с НДС, на регистрацию юридического лица. В основном затронуло ИП, которые работают в сфере междуна-родных грузоперевозок, оптовой торговле и тор-говле на экспорт
<b>Новая ставка подоходного налога для ИП – 30% и лимит выручки 500 тыс. руб.</b>		
Ставка подоходного налога 20%	Если сумма выручки превышает этот лимит, работать как ИП со следующего года незаконно. С момента, когда выручка превысит лимит ко всем доходам с начала года применяется новая 30%.	Это ограничение касается ИП и на подо-ходном, и на едином налогах.
<b>Увеличенная ставка подоходного налога физических лиц с доходов выше 200 тыс. руб.</b>		

## Окончание таблицы 2

1	2	3
13% не зависимо от суммы	Если доходы физического лица превысили 200 тысяч BYN за год, применяется ставка налога 25% с суммы превышения.	В сумму 200 тысяч рублей учитывается: зарплата, дивиденды, доходы по гражданско-правовым договорам – то есть все доходы, к которым была применена ставка 13%. НЕ включается в эту сумму: доходы, к которым была применена льготная ставка подоходного налога.
<b>УСН</b>		
Все плательщики налога при УСН обязаны вести книгу учёта доходов и расходов Ставка 6%	С 1 января 2024 г. увеличены критерии валовой выручки для УСН – с 2 150 000 бел. руб. до 2 311 250 бел. руб.; перехода на УСН – с 1 612 500 бел. руб. до 1 733 440 бел. руб. организации, являвшиеся в 2023 г. плательщиками налога при УСН, не вправе применять УСН в 2024 г.,	Если их валовая выручка нарастающим итогом за 2023 г. превысила 2 150 000 бел. руб. УСН также нельзя использовать

Примечание – Собственная разработка на основе источников [6]

По новому Кодексу с 1 июля 2024 года индивидуальные предприниматели должны представлять налоговые декларации в форме электронного документа по установленному образцу. До этого времени в НК такая обязанность была установлена только для индивидуальных предпринимателей, которые являлись плательщиками налога на добавленную стоимость. Таким образом, в изменениях можно увидеть как упрощение, так и рост налоговых нагрузок.

**3. Проблемы бюрократического характера решаются упрощением процедур создания, реорганизации и ликвидации малого и среднего предпринимательства.**

- Значимым аспектом нового закона является возможность упрощенного, в течение одного рабочего дня, перехода из индивидуального предпринимателя в юрлицо без приостановления деятельности. К новой коммерческой организации перейдут все права и обязанности бывшего ИП.

- Обязательная работа с электронной цифровой подписью для ИП.

**4. Проблемы, связанные со структурой организаций и конкуренцией.**

Новое законодательство пересматривает подход к определению субъектного состава сектора малого предпринимательства. Ранее в эту категорию входили индивидуальные предприниматели, микроорганизации с численностью до 15 человек и малые организации с численностью до 100 человек.

Согласно новым правилам, с 1 октября 2024 г. к субъектам малого предпринимательства будут относиться физические лица, осуществляющие индивидуальную предпринимательскую деятельность, а также коммерческие организации со средней численностью до 100 человек.

Структура действующих на рынке организаций будет претерпевать изменения после утверждения Правительством перечня видов деятельности с 1 июля 2024 г.

**5. Проблемы, связанные с недостаточным финансированием инновационных стартапов и венчурных компаний**

На данный момент в РБ функционирует лишь один условно классический венчурный фонд - инвестиционное товарищество «Российско-белорусский фонд венчурных инвестиций» (далее – RBF Ventures).

В стране действует всего несколько частных инвестиционных компаний, ориентированных на венчурное финансирование белорусских проектов: Naхus, Bulba Ventures и некоторые другие. В отличие от общепринятого мнения эти компании не являются венчурными фондами и в своей деятельности большей частью имеют крайне узкий отраслевой фокус [7].

Если обобщить проведённый выше анализ и выявленные недостатки, то можно наглядно представить информацию в виде SWOT-анализа, а также факторах внешнего и внутреннего воздействия. В таблице 3 представлен SWOT-анализ МСП в РБ.

Таблица 3. – SWOT-анализ МСП в РБ

	Возможности	Угрозы
Внешние факторы / Внутренние факторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение активности МСП в экономике</li> <li>- увеличения субъектов МСП</li> <li>- масштабирование бизнеса в малый и средний</li> <li>- рост занятости в сфере МСП</li> <li>- рост конкуренции</li> <li>-сокращение убыточных организаций</li> <li>- либерализация законодательства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отток индивидуальных предпринимателей</li> <li>- снижение занятых в сфере малого и среднего предпринимательства</li> <li>- снижение конкуренции</li> <li>- увеличение цен</li> <li>- снижение поступления налоговых платежей</li> <li>- перераспределение налоговой нагрузки на оставшихся субъектов</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие сложившегося бизнес-сообщества с навыками и умениями ведения бизнеса особенно в сфере услуг</li> <li>- развитие инфраструктуры поддержки предпринимателей</li> <li>- эффективная работа (рост рентабельности и уменьшение доли убыточных организаций)</li> <li>- наличие господдержки порядка 10 млрд./год</li> <li>- низкая безработица 3,6%</li> <li>- невысокий уровень инфляции 5,8%</li> <li>- Относительно невысокий уровень коррупции</li> <li>-законодательные условия перерегистрации субъектов МСП</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие сложившегося бизнес-сообщества дает возможность увеличения активности МСП в экономике,</li> <li>- развитие инфраструктуры и государственной финансовой поддержки способствует созданию новых субъектов МСП, росту занятости в секторе МСП</li> <li>- эффективная работа и законодательные условия создаёт предпосылки для масштабирования бизнеса</li> <li>- невысокая безработица, инфляция и коррупция способствуют сокращению убыточных организаций</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- государственная поддержка может предотвратить отток ИП</li> <li>- развитие инфраструктуры поддержки предотвратит снижение занятых в МСП путем, снижения конкуренции, роста цен</li> <li>- эффективная работа не позволит снижения поступления налогов в бюджет</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- небольшой удельный вес МСП в макроэкономических показателях по сравнению с другими странами</li> <li>- большой вклад в экономику остается у крупных предприятий</li> <li>- отрицательное сальдо внешнеторгового баланса</li> <li>- сложная налоговая политика и ежегодно меняющийся налоговый кодекс</li> <li>- административные и бюрократические барьеры</li> <li>- имеются убыточные организации МСП</li> <li>- реформирование законодательства в области индивидуального предпринимательства (исключение видов деятельности, ограничение доходности)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сложная налоговая политика препятствует появлению новых МСП</li> <li>- реформирование законодательства в области ИП может препятствовать росту активности МСП</li> <li>- небольшой удельный вес и отрицательное внешнеторговое сальдо может препятствовать либерализации законодательства в области МСП</li> <li>- бюрократические барьеры препятствуют масштабированию бизнеса</li> <li>- Большой вклад в экономику со стороны крупного бизнеса препятствует росту конкуренции</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-реформирование законодательства в области индивидуального предпринимательства в сторону уменьшения видов деятельности и ограничения доходности может спровоцировать отток ИП</li> <li>- небольшой удельный вес МСП в макроэкономических показателях и его снижение может спровоцировать перераспределение налоговой нагрузки на других субъектов</li> <li>- административные и бюрократические барьеры, усиление налоговой нагрузки могут угрожать снижением конкуренции и ростом цен и уменьшением поступления налогов</li> </ul>

Примечание – Собственная разработка на основе источников [7]

Таким образом, влияние нового законодательства на развитие МСП в РБ пока сложно предугадать. Можно лишь предположить, что изменение законодательства в области МСП в РБ может вызвать следующие изменения в экономике:

– при оптимистичном сценарии: масштабирование индивидуальных предпринимателей в микро и малый бизнес, увеличение доступа к финансам у среднего бизнеса и расширение; замещение ниш образовавшихся в результате санкционного давления. Как следствие рост выручки, прибыли и увеличение налоговых поступлений в бюджет РБ;

– при базовом сценарии произойдет переход части ИП в микро и малый бизнес с сохранением общего количества субъектов МСП и минимальными потерями ИП благодаря государственной поддержке;

– при пессимистичном сценарии произойдет отток МСП, порядка 10% от количества занятых в видах деятельности, которые претерпели изменения в законодательстве РБ с высвобождением численности занятых.

Таким образом, для минимизации последствий изменения законодательства в части МСП в РБ необходимо дальнейшее расширение государственной поддержки, а также дальнейшая либерализация политики в области деятельности МСП в РБ.

#### **Список использованных источников**

1. Финансы. / М.И. Бухтик, А.В. Киевич, И.А. Конончук, М.П. Самоховец, С.В. Чернорук. // Полесский государственный университет. Пинск, 2017.

2. Киевич Д.А. Рост конкуренции в банковской системе Республики Беларусь как фактор стабильности банковского сектора экономики. / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 3 (235). С. 43-47.

3. Сиводедова Е.И. Семь важнейших изменений в Налоговом кодексе Беларуси: для ИП и физлиц [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.alfabank.by/about/articles/dvizhukha/sem-vazhneyshikh-izmeneniy-v-nalogovom-kodekse-belarusi-dlya-ip-i-fizlits/> - Дата доступа: 09.04.2024.

4. Киевич А.В., Койпаш Д.А. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта. / А.В. Киевич, Д.А. Койпаш // Экономика и банки. 2016. № 1. С. 58–65.

5. Инструменты финансирования инновационных проектов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belisa.org.by/pdf/2023/7-prezentatsiya-BIF.pdf> - Дата доступа: 09.04.2024.

6. Михновец Н.И. Компромисс для ИП: какие налоговые изменения произойдут с 2024 года» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://tochka.by/articles/economics/kompromiss\\_dlya\\_ip\\_kakie\\_nalogovye\\_izmeneniya\\_proizoydut\\_s\\_2024\\_goda/](https://tochka.by/articles/economics/kompromiss_dlya_ip_kakie_nalogovye_izmeneniya_proizoydut_s_2024_goda/) - Дата доступа: 08.04.2024.

7. Киевич А.В. Социальная сфера как драйвер экономического роста / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 12 (244). С. 93-98.

8. Игнатенко О.П. Изменения в деятельности индивидуальных предпринимателей 2024 [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ilex.by/news/izmeneniya-v-deyatelnosti-individualnyh-predprinimatelej-2024/> - Дата доступа: 08.04.2024.

УДК 339.543

### **ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ**

**Ковалевская Юлия Дмитриевна**

**Брестский государственный технический университет**

**Потапова Наталья Васильевна, к.э.н., доцент, БУАиА**

**Kovalevskaya Y. D., Brest State Technical University**

**Potapova N.V., PhD in Economic, Associate Professor, BUAA, pnatv@tut.by**

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные источники и направления стимулирования и проанализированы методы мотивации сотрудников таможенных органов в целях успешного функционирования таможенных органов.

**Ключевые слова:** мотивация, персонал таможенных органов, таможенные органы, методы мотивации, стимулирование, сотрудник таможенных органов.

Таможенная служба является ключевой структурой, обеспечивающей национальную безопасность. Сотрудники таможни первыми встречают лиц иностранных государств при пересечении

границы, а также деятельность таможен имеет большое влияние на международную торговлю. Сотрудники таможенных органов в рамках своей служебной деятельности взаимодействуют с гражданами, представителями бизнеса и органов государственной власти зарубежных стран. Можно сказать, что таможенные органы в определенной степени являются лицом нашего государства.

Ключевым фактором роста эффективности и результативности деятельности в таможенной сфере является человеческий фактор. Однако на психике сотрудника таможенных органов отражается ряд особенностей служебной деятельности, в числе которых высокий риск возникновения чрезвычайных ситуаций, несущих угрозу здоровью, работа с различным контингентом населения, возрастающие психологические, моральные и физические нагрузки. Также у сотрудников таможенных органов нет прямой заинтересованности в результатах своей работы, поскольку их трудовая деятельность по своему содержанию направлена на реализацию общенациональных интересов, она отличается высокой степенью ответственности сотрудников за принимаемые решения и их последствия. Вследствие этого у сотрудников может происходить падение мотивации, что негативно сказывается на эффективности профессиональной деятельности. Поэтому, учитывая усложнение экономической и политической ситуации, нарастание общественных противоречий, актуальным видится исследование системы мотивации сотрудников таможенных органов.

Мотивация персонала – это система мер морального, материального, идеологического и психологического воздействия на работников, наиболее адекватно отражающая их установки, ценности и поведение в трудовом процессе и коллективе, направленная на достижение общих целей организации. Различают следующие виды мотивации:

1. Материальная
2. Нематериальная
3. Моральная
4. Организационная[1,с.87]

Обращаясь к проблемам мотивации персонала таможенных органов, стоит отметить, что в современных условиях таможенные органы Республики Беларусь представляют собой основные органы государственного контроля, регулирующие процесс перемещения через таможенную границу товаров, транспортных средств и пассажиров. В основе их деятельности заложена как исполнительные и распорядительные функции, так и правоохранительные.[2, с.34] Важно заметить, что сотрудники таможенных органов являются государственными гражданскими служащими. Законодательство накладывает определенные ограничения на возможность получения госслужащими иных доходов помимо основного места работы, поэтому денежное содержание остается основным источником доходов и является мощным стимулом повышения результатов труда. Поэтому мотивация труда в большей степени, в том числе и в таможенных органах ориентирована на материальный фактор.

На данный момент существуют следующие методы материального стимулирования сотрудников:

- Месячный оклад по занимаемой должности
  - Месячный оклад по специальному званию
  - Дополнительные выплаты
1. Ежемесячные за выслугу лет (в процентах к окладу денежного содержания) в следующих размерах: – от 2 до 5 лет – 10%; – от 5 до 10 лет - 15%; – от 10 до 15 лет - 20%; – от 15 до 20 лет - 25%; – от 20 до 25 лет - 30%; – 25 лет и более - 40%.
  2. Ежемесячные выплаты за сложность, напряженность и специальный режим службы в размере до 120 % должностного оклада;
  3. Сотрудникам, имеющим: ученую степень кандидата наук – 5% к должностному окладу, ученую степень доктора наук – 10%, ученое звание доцента – 5%, ученое звание профессора – 10% к должностному окладу;
  4. До 20% должностного оклада сотрудникам, знающим и использующим в практической работе иностранный язык;
  5. Выплаты от 5 до 15% к должностным окладам сотрудникам структурных подразделений по защите государственной тайны таможенных органов в зависимости от стажа работы в указан-

ных подразделениях, а также сотрудникам юридических служб (до 50%, но не менее 20% должностного оклада);

6. Сотрудникам, допущенным к государственной тайне на постоянной основе полагаются выплаты, размер которых зависит от степени секретности сведений: «особой важности» 25%, «совершенно секретно» - 20%, «секретно» - 10%. [3]

Таким образом, дополнительные выплаты состоят из надбавок и единовременных денежных вознаграждений. Некоторые сотрудники таможенных органов работают во вредных для здоровья условиях или несут службу в ночные часы. В этих случаях также предусмотрены доплаты к окладу, которые носят компенсационный характер.

Можно сделать вывод, что материальная форма мотивации для сотрудников таможенных органов является базовой, так как представлена весьма разнообразно. Объяснить это можно тем, что профессиональная деятельность должностных лиц таможенного органа связана с высокой степенью ответственности за национальную и экономическую безопасность, она требует психологической устойчивости.

Нематериальная мотивация предполагает вознаграждение за заслуги, имеющие денежное выражение, но выдаваемое работнику в неденежной форме (путевки, подарочные сертификаты). Система нематериальной мотивации должна учитывать, помимо потребностей работников, внешние условия, в которых работает организация. При выборе эффективного нематериального поощрения следует учитывать средний возраст и семейное положение сотрудника. Например, для старшего поколения и семейных работников важно иметь возможность отпрашиваться на 1 сентября, получать семейные путевки, подарки для детей к праздникам.

На данный момент существуют следующие методы нематериального мотивирования сотрудников:

- новогодние подарки сотрудникам и их детям
- бесплатные спортивные секции, бассейн, клубы по интересам (возможность 2 часа в неделю заниматься в спортивных секциях за счет рабочего времени)
- оплачиваемые отгулы;
- организация культурного досуга во вне рабочее время за счет компании;
- организация курсов обучения дополнительным навыкам с сохранением заработной платы; программы карьерного роста, доступные всем работникам;
- транспортное обслуживание, обеспечиваемое в связи с исполнением должностных обязанностей, а также возмещение расходов связанных с использованием личного транспорта в служебных целях;
- предоставление путевок на отдых, конференции или форумы;
- медицинская страховка для работника и членов его семьи; [3]

Таким образом, нематериальная мотивация призвана снижать отрицательные моменты, делать жизнь персонала комфортнее.

Не менее важной является система методов морального стимулирования, основанная на потребности людей в уважении и признании их заслуг.

К моральным способам мотивирования можно отнести:

- Объявление благодарности;
- Награждение почетными грамотами, нагрудными знаками и медалями;
- Публичное признание достижений: доска почета, рассылка по корпоративной почте с описанием выдающихся результатов;
- Присвоение специального звания;
- Предоставление некоторым сотрудникам особых условий работы (гибкий или свободный график, самоконтроль качества и т.д.). [3]

Хорошо выстроенная система моральной мотивации помогает сотрудникам справиться как с субъективными трудностями таможенной деятельности, связанными с неудовлетворенностью выбранной профессией, высокими рисками профессионального выгорания и степенью готовности к принятию высокого уровня ответственности, так и с объективными, включающими в себя значительные физические и психологические нагрузки, высокий риск возникновения ситуаций, несущих угрозу здоровью и др.

Также следует уделить внимание созданию организационной культуры, поддерживающей мотивацию сотрудников. Организационная мотивация представляет собой систему методов информирования сотрудников таможенных органов о задачах организации, возможность услышать мнение каждого и способствуют вовлечению в процесс достижения общей цели всех работников. Этот комплекс мероприятий, направленный на внутренние ценности и потребности подчиненных, стимулирует не только к работе в целом, но и к инициативности и желанию трудиться.[4, с.14] Тем самым улучшается атмосфера внутри коллектива, снижается текучесть кадров и увеличивается вовлеченность каждого сотрудника в процессы организации.

Организационная мотивация сотрудников таможенных органов проявляется в:

- ежегодном проведении туристических слетов и командным соревнованиям;
- организации вечеров отдыха, корпоративов, раскрытие творческого потенциала сотрудников;
- организации экскурсий для сотрудников таможни их детей;
- проведение собраний, обсуждение результатов деятельности и постановку целей и задач;

Таким образом, актуальность исследования мотивации персонала в таможенных органах обусловлена следующими обстоятельствами: во-первых, в сложившихся экономических и политических условиях нужна система мотивации, отвечающая современным требованиям и тенденциям; а во-вторых, с учетом необходимости систематического мониторинга трудовой мотивации сотрудников важно разработать критерии и определить наиболее действенные факторы, формирующие высокий уровень мотивации таможенных органов. Исследование особенностей мотивации персонала таможенных органов вносит вклад в развитие и совершенствование форм организации и профессиональной подготовки таможенных служащих. Результаты исследования могут быть применены при формировании стратегии развития личностных качеств персонала и планов индивидуального развития сотрудников.

#### **Список использованных источников**

1. Савина С. В. «Особенности управления деятельностью таможенных органов: основные подходы управления». Аллея науки. Т. 2, № 10. С. 539-542
2. Староверова К.О. «Управление персоналом в таможенных органах: учебник и практикум для вузов/К.О. Староверова. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 240 с.
3. Информационно-поисковая система Эталон онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etalonline.by/>. – Дата доступа: 17.04.2024.
4. Потапова, Н. В. Стратегии и инновации социально-ответственного бизнеса / Н. В. Потапова, Е. О. Дружинина, Е. В. Черноокая // Инновации: от теории к практике: сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции, Брест, 21–22 октября 2021 г. / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский областной исполнительный комитет, Брестский научно-технологический парк, Брестский государственный технический университет ; редкол.: В. В. Зазерская [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2021. – С. 114–119.

УДК 336.1

### **О ЦИФРОВИЗАЦИИ ПОИСКА ПУТЕЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА**

**Колесов Александр Семенович, д.э.н., профессор  
Петрозаводский государственный университет**

**Kolesov Alexander Semenovich, PhD of Economics, professor  
Petrozavodsk State University, dav1660@yandex.ru**

**Аннотация.** В настоящее время по различным причинам только какая-то часть идей о совершенствовании экономической политики государства имеет шанс быть замеченной и тем более быть использованной при выработке решений по дальнейшему ее улучшению. Необходимо решать данную проблему. По нашему мнению, это возможно только на основе цифровизации данного процесса.

**Ключевые слова:** экономическая политика, цифровизация, поиск идей.

**Введение.** В последние годы в Российской Федерации (РФ) наметился устойчивый рост экономики, валового внутреннего продукта страны. Одновременно с этим продолжает:

- расти количество государственных программ, национальных проектов и других плановых форм достижения целей экономической политики;
- увеличиваться потребность в ресурсах для реализации государственных проектов, которые становятся все более масштабными и долгосрочными;
- становиться более сложным процесс производства практически во всех отраслях;
- совершенствоваться банковская, бюджетная, налоговая, страховая, таможенная и фондовая деятельность, сопровождаемая созданием множества дополнений и уточнений в соответствующие механизмы их функционирования;
- меняться география внешней торговли;
- трансформироваться совокупность других вопросов развития экономики страны.

Все эти основательные и многовекторные преобразования, конечно, требуют значительных и перманентных изменений в процессах регулирования развитием экономикой страны и, следовательно, также в осуществлении экономической политики (ЭП) РФ.

В этой связи следует отметить, что изучением проблем улучшения регулированием развития экономики и на этой базе совершенствования отдельных направлений экономической политики занимаются многие исследователи, в том числе на основе цифровизации данного процесса [1-4 и др.]. Однако публикации о новых информационно-коммуникационных технологиях применительно ко всей ЭП в целом практически не встречаются.

Цель написания статьи состоит в том, чтобы, во-первых, привлечь внимание к факту отсутствия организации работы по сбору, анализу и отбору идей по совершенствованию экономической политики государства. Во-вторых, обосновать необходимость наладить в одном из экономических ведомств постоянную деятельность по нахождению, экспертизе и выбору конкретных предложений, направленных на ее улучшение. В-третьих, сформулировать и внести предложение о цифровизации поиска путей модернизации ЭП.

Перейдем к рассмотрению генезиса потребности регулирования государством развития экономики страны.

На первом этапе экономика всех государств формировалась фактически стихийно. Практически любой человек, имевший определенную сумму денег и желание, мог по собственной инициативе и с согласия правящих структур, основываясь на интуитивном решении и (или) минимальном обосновании, начать создание своего коммерческого дела. При этом его регулирование со стороны власти было минимальным.

Далее в зависимости от многих обстоятельств данное дело могло развиваться или закончиться неудачей. Поэтому в последующем открытие нового предприятия уже стало основываться не только на интуиции, но и на изучении сложившейся ситуации в конкретном секторе экономики, т. е. на эмпирических знаниях. Одновременно объективные и субъективные требования к желающим заняться предпринимательской деятельностью постепенно возрастали, в том числе со стороны государственных, региональных и муниципальных органов управления (патенты на право производить конкретные виды товаров, лицензии для осуществления той или иной работы и т.д.).

Роль государства в регламентировании хозяйственной деятельности постепенно повышалась, так как от этого зависело пополнение его казны, средства из которой направлялись на финансирование армии, строительство военной и гражданской инфраструктуры, содержание государственного аппарата и многое другое. Поэтому одновременно с усложнением процессов в экономике страны, в соответствии с данными переменами возникает и усиливается важность постоянно повышать качество регулирования ее развитием.

В этой связи полагаем, что необходимость совершенствования регулирования развития экономики любого государства, включая Российскую Федерацию, не должна вызывать ни у кого сомнения. В предшествующий период времени, да и во многом сегодня в основе действующей практики улучшения работы в сфере осуществления ЭП лежат идеи, генерированные чаще всего в результате эмпирического анализа и даже интуитивных озарений. До определенного времени такой подход был вполне приемлем. Совершаемые иногда оплошности, как правило, были быстро заметны и сразу же исправлялись. Однако по мере усложнения обязательных процедур корректирования раз-

витиём экономикой цена таких ошибок возрастает и в ряде случаев их регулярное повторение может привести отдельные страны даже к их краху.

Понимая данную проблему и стремясь каким-то образом улучшить качество своей экономической политики, органы власти государств могут использовать два основных подхода к получению и внедрению различных нововведений в управление экономикой:

- консервативный;
- новаторский.

В первом случае надо ждать, когда где-то в мире появятся достижения в развитии экономики, основанные на каком-либо новшестве. Потом его изучить, адаптировать к своим условиям и затем внедрить в практику регулирования хозяйственной деятельности в стране. Однако в наше время никто не будет передавать такие ноу-хау бесплатно, а в ряде случаев для сохранения какой-то своей монополии (превосходства) данные нововведения и за деньги могут оказаться недоступными. Более того, такой подход практически гарантирует сохранение имеющегося сегодня экономического преимущества государств, проявляющих активность в поиске прогрессивных решений в улучшении управления экономикой над странами, которые занимают пассивную позицию в данном вопросе.

Во втором случае предполагается развитие исследований и разработок в области государственного управления экономическими процессами. Однако из-за отсутствия реальной координации научной деятельности по данной тематике возникла и существует другая проблема. Суть ее заключается в том, что, с одной стороны, имеется все более возрастающая потребность постоянного улучшения экономической политики государства. А, с другой, в научных статьях встречаются различные предложения по корректировке ЭП, из которых лишь малая их часть по различным причинам имеет шанс быть замечена лицами, принимающими решения, и, следовательно, может быть использована при подготовке тех или иных документов об очередном ее совершенствовании.

В этой связи возникла и продолжает возрастать необходимость одному из министерств или ведомств РФ в интересах государства серьезно заняться поиском, анализом и отбором наиболее важных идей по модернизации управления разработкой и реализацией экономической политики.

По нашему мнению, такую сложнейшую работу можно выполнить только на основе ее цифровизации, которая даст возможность решения данной конкретной проблемы совершенствования регулирования хозяйственной деятельности в Российской Федерации и, следовательно, создаст предпосылки для улучшения осуществления экономической политики РФ.

В настоящее время уже существует несколько отечественных и зарубежных информационно-коммуникационных платформ первичной сортировки массива научных публикаций. Однако они направлены на нахождение только уже известных конкретных работ, совершенствование библиотечной деятельности, определение рейтингов авторов или решение других задач. Но ни одна из них ни в коей мере не предполагает поиск опубликованных идей в той или иной области знаний, в том числе в сфере управления экономикой.

Поэтому важно прежде всего создать необходимый инструментарий для сбора, обобщения и определения практической значимости предложений всех авторов по совершенствованию экономической политики государства. В этой связи первоначально следует разработать методику кодификации<sup>1</sup> таких идей. Затем надо заинтересовать<sup>2</sup> авторов в том, чтобы они сами в процессе написания научной публикации осуществляли ее кодирование. Данная мотивация должна предусматривать материальное и моральное поощрение ученых-экономистов в зависимости от возможного практического значения итогов исследования. Соответствующую оценку по установленной государством процедуре сначала могли бы делать эксперты. В последующем определение значимости достигнутых результатов станет возможным доверить компьютерным аналитическим программам с использованием искусственного интеллекта.

В результате постепенно будет сформирована пополняемая совокупность предложений по различным направлениям совершенствования экономической политики государства.

---

<sup>1</sup>Соответствующий идентификационный код, который должен будет составляться по определенной методике, предлагается размещать в публикациях ниже УДК.

<sup>2</sup> В настоящее время такая взаимосвязь существует, пожалуй, только внутри ведомственных отношений между научными и технологическими организациями и соответствующими органами управления.

Таким образом, мы рассмотрели основные положения обоснования необходимости цифровизации процессов совершенствования регулирования развитием экономики, которое, конечно, приведет к созданию дополнительных условий для успешной реализации экономической политики государства.

На основе проведенного нами краткого исследования можно сделать следующие **выводы**.

Во-первых, можно констатировать, что в настоящее время практически во всех странах целенаправленный и системный поиск идей по совершенствованию регулирования экономикой государств отсутствует. Многочисленные предложения в статьях ученых-экономистов по данной тематике в большинстве случаев не выходят за пределы научного сообщества, ограничиваясь, как правило, обсуждением внутри него.

Во-вторых, наш подход как раз предполагает разработку программного обеспечения для анализа опубликованных предложений по совершенствованию экономической политики. Формирование на его основе соответствующей базы данных создаст возможность нахождения рекомендаций, использование которых может привести к дальнейшему повышению результативности ЭП государства.

В-третьих, представляемый нами к рассмотрению порядок отбора идей должен повысить качество рекомендаций, основанных на эмпирических знаниях, и одновременно снизить вероятность внедрения интуитивных и, следовательно, более рискованных нововведений.

В-четвертых, цифровизация процедуры отбора идей по модернизации разработки и реализации экономической политики позволяет определить количественно, сколько, по каким вопросам имеется конкретных соображений, а значить понять, по каким их явно не хватает. В этой связи становится возможным введение государственного заказа на грантовой или конкурсной основе разработки теоретических исследований и прикладных разработок по наиболее важным направлениям регулирования развития экономики.

В-пятых, можно сказать, что нами предлагается создание механизма активизации целенаправленной разработки отечественных ноу-хау в сфере регулирования хозяйственной деятельности, ускорения их поиска и внедрения, который может способствовать повышению конкурентоспособности Российской Федерации в управлении экономическим развитием.

В заключение следует отметить, что важность поднятой нами темы о цифровизации поиска путей совершенствования экономической политики государства, конечно, требует продолжения усилий по ее исследованию вплоть до принятия решения о начале ее внедрения в практику работы органов власти Российской Федерации.

#### **Список использованных источников**

1. Володько Л. П., Володько О.В. Цифровая трансформация: возможности и последствия// Банковская система: устойчивость и перспективы развития: сборник научных статей IX международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, Пинск, 25-26 октября 2018 г.; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: Полесский государственный университет. - 2018. – С. 328-332.

2. Колесов А.С., Антошина Е.А. Реализация национальных проектов как современная основа социально-экономического развития регионов: роль цифровизации // Социально-экономическое развитие организаций и регионов в условиях цифровизации. Материалы докладов Международной научно-практической конференции (октябрь, 2020). – Витебск: Витебский государственный технологический университет. - 2020. – С.167 – 171.

3. Колесов А.С. О цифровизации поиска идей совершенствования финансовой политики государства // Современная экономика: проблемы и решения. - 2022. - № 7. - С. 165 - 179.

4. Ливенский В.М., Лисовский М.И., Янковский И.А. Тенденции развития сетевых форм организации цифровой экономики в Республике Беларусь// Современные аспекты экономики. – 2021. - № 3. – С. 26-32.

**ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМ НАРУЖНОГО  
ОСВЕЩЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

**Кондратьев Дмитрий Валерьевич, к. э. н., доцент**  
**Удмуртский государственный аграрный университет**  
**Павлов Константин Викторович, д.э.н., профессор**  
**Ижевский филиал Российского университета кооперации**  
Kondratyev Dmitry Valerievich, PhD in Economics, Associate Professor,  
Udmurt State Agrarian University, kondratievdmitri@mail.ru  
Pavlov Konstantin Viktorovich, Doctor of Economics, Professor,  
Izhevsk branch of the Russian University of Cooperation, kvp\_ruk@mail.ru

**Аннотация.** В статье раскрываются методические подходы и исследования, выделяются различные виды эффективности, а также определяются критерии и показатели оценки экономической эффективности функционирования и развития систем наружного освещения муниципальных образований, в том числе городов.

**Ключевые слова:** система наружного освещения, муниципальное образование, город, экономическая эффективность, методы, критерии, показатели оценки, «условный светильник».

В зависимости от природы объектов жизнедеятельности и сфер их возможного общественного применения и использования, предопределяющих виды пользы и выгоды, ими создаваемых, следует различать применимые к ним виды эффективности, позволяющие осуществлять их экономическую оценку. К видам эффективности относят экономическую, отраслевую, региональную, социальную, бюджетную, инвестиционную, техническую, экологическую и иные виды эффективности [1]. При этом следует отметить, что применительно к любому общественно значимому объекту можно использовать несколько видов эффективности. Очевидно, что экономическая эффективность имеет определяющее значение, ибо экономика является базисом функционирования и развития любого человеческого сообщества и все, что имеет ценность для людей, безусловно является экономическим благом, имеющим экономическую значимость и соответствующую эффективность.

Система наружного освещения муниципального образования относится к экономическим, социальным, техническим, экологическим, бюджетным и политически значимым объектам [2]. Поэтому к ней применимы все перечисленные виды эффективности, в числе которых наиболее важны социальная, техническая и экономическая составляющие: первая – в силу основного предназначения, т.е. в целях обеспечения благоприятных, справедливых и соответствующих социальным стандартам условий для жизнедеятельности населения и общества, вторая – в силу технической природы объекта, предназначенной обеспечивать выполнение требований к надежности, долговечности, безопасности, энергоэффективности решаемых задач, и, наконец, третья – в силу наличия общественной полезности системы наружного освещения и создания ею благ в форме оказания общественно-значимых услуг, необходимых для нормального функционирования социума. Поэтому, учитывая задачи, поставленные в данной статье, и важность их решения, основной акцент будет сделан на исследовании содержания социального, технического и экономического аспектов оценки эффективности системы наружного освещения муниципального образования.

Различным аспектам оценки социально-экономической эффективности производства в условиях модернизации общества и его инновационного развития посвятили свои исследования многие российские, белорусские ученые, а также специалисты из различных стран СНГ. Среди них такие исследователи, как Зенькова И.В. [3], Глазьев С.Ю. [4], Гусаков В.Г. [5], и некоторые другие. Далее рассматриваются различные направления и подходы к оценке экономической эффективности производственных процессов в условиях инновационного развития общества и его модернизации.

Все подходы к оценке экономической эффективности можно разделить на экономический, основанный на исследовании затрат и результатов, бухгалтерский, связанный с изучением доходов и

расходов, и последний - это финансовый, связанный с оценкой поступлений и выплат. В нашем случае особенно важны первый и третий подходы.

Первый подход применительно к системе наружного освещения муниципального образования позволяет исследовать и оценить экономические параметры функционирующего объекта, на основании чего можно судить об его экономическом состоянии (степень годности отдельных элементов и системы в целом), экономическом потенциале (степень использования элементов), экономической отдаче (экономические выгоды от отдельных элементов – эффект в виде экономии или прироста совокупной пользы или полезности), экономических рисках (потери в стоимостном выражении, обусловленные диспропорциями параметров экономики объекта, ведущими к несоответствию объекта в целом требованиям к нему внешнего окружения или нарушающими его внутреннее равновесие как сбалансированной системы) и др. В результате применения подхода нам важно понять и оценить состояние экономической системы изнутри и установить ее жизнеспособность и состоятельность в рамках имеющихся (или возможных) концепций ее функционирования.

Второй подход основан на оценке денежных потоков, обусловленных бюджетными лимитами и обязательствами, возникающими в связи с контрактами (договорами) на обслуживание (содержание, ремонт и эксплуатацию) системы наружного освещения как единого объекта, создающего минимальный комплекс экономических (социально-экономических в нашем случае) благ, утвержденный заказчиком и удовлетворяющий нужды непосредственных потребителей (в первую очередь, населения, но и других направлений - бизнеса, органы власти и проч.). В контексте данного подхода акцент делается на оценке соответствия объема выплат (в нашем случае, если только исполнитель не нарушает условия контракта, мы имеем дело преимущественно с однонаправленным денежным потоком) объему и качеству предоставляемого комплексного социально-экономического блага (услуги) в сопоставимой денежной оценке, то есть, с учетом факторов теории стоимости денег во времени. Экономическое же содержание процессов функционирования объекта (системы наружного освещения в нашем случае), состояние его элементов, использование потенциала и т.д., если это непосредственно не нарушает особых условий контракта, целиком и полностью находится в ведении и на ответственности исполнителя, то есть в этом случае анализируется проблема, как организует работы по обслуживанию исполнитель, применяет ли энергоэффективные технологии, производит ли инвестиции в модернизацию и т.п., кроме случаев особо оговоренных контрактом или по дополнительным соглашениям. Выражаясь простым языком, чем меньше денег заказчик платит за услугу определенного объема и требуемого качества, тем эффективнее модель (концепция) системы наружного освещения муниципального образования и, прежде всего, города.

Очевидно, что в городской среде – особенно в крупных городах, где более высокая плотность населения, чем в сельской местности, потребность в ускоренном развитии Системы освещения местности (далее по тексту Системы) выше, чем в среднем. Учитывая тот факт, что целевым результатом функционирования Системы (как в общем-то и любого иного общественно значимого объекта) является удовлетворение нужд конкретного потребителя, а потребителями результатов работы Системы в нашем случае выступают население, руководящие организационно-управленческие структуры и бизнес муниципального образования, выбор наиболее экономически эффективного варианта перспективного состояния и функционирования Системы должен основываться, в первую очередь, на соображениях социально-экономической эффективности. Понимая, что Система по своей природе является техническим объектом, обеспечивающим достижение целевого результата (освещения местности), при выборе вариантов развития Системы выходят на критерии технико-экономической эффективности, а учитывая структуру издержек в Системе, в первую очередь, на критерии энергоэффективности. Далее по значимости могут быть расположены показатели финансово-экономической эффективности.

В качестве критериев социально-экономической эффективности систем наружного освещения муниципальных образований могут использоваться две группы показателей (два критерия): 1) количество (объем) имеющихся (или создаваемых) системой наружного освещения социальных благ на одного жителя (на единицу площади территории, на единицу протяженности дорог, тротуаров, на единицу транспортного или пешеходного потока и т.п.) в среднем за определенный период времени (статический метод), например, в год, или в динамике, т.е. в течение различных календарных периодов времени (динамический метод), например, ежемесячно); 2) затратность (стои-

мость, объем финансовых выплат) имеющихся (создаваемых) социальных благ на одного жителя (также, возможно, использование в расчетах других показателей и тоже в статике или в динамике). В качестве дополнительного критерия социально-экономической эффективности может быть использован критерий затратности (стоимости, финансовой нагрузки) на единицу предоставляемого социального блага. В качестве социальных благ могут рассматриваться как количественные, так и качественные показатели. Последние могут оцениваться в баллах, процентах удовлетворенности целевой аудитории, на основе использования косвенных показателей, например, безопасность движения, как социальное благо, может быть оценено процентом снижения ДТП, преступлений, количеством фактов снижения вреда здоровью (при падениях, столкновениях) или дней нетрудоспособности. Основными, на наш взгляд, благами в условиях современных населенных пунктов являются количество светоточек и объем светового потока. Качественные показатели следует специально прорабатывать и оценивать для специфических территорий (участков) города (поселка, иного населенного места), такие, как дороги, парки, площади и т.п.

Критериями социально-экономической эффективности требуется руководствоваться при расширении систем наружного освещения, приведении этих систем к минимальным нормативным требованиям, поэтому эти критерии являются основными. Учитывая изложенное, приоритет должен отдаваться решениям по расширению Системы до размеров, обеспечивающих требуемый охват территорий (участков) населенного пункта минимальным количеством светоточек и уровнем освещенности, создающих условия для комфортного и безопасного перемещения в условиях ночного времени в конкретном населенном пункте. Поэтому приоритет должен отдаваться проектам по установке дополнительных светоточек в наиболее густонаселенных, наиболее пешеходно-, пассажиро- и транспортнозагруженных местах, наименее обеспеченных светом микрорайонах (территориях, участках) населенного пункта. Для этого в условиях муниципального образования или отдельных населенных пунктов, по нашему мнению, могут быть установлены минимальные стандарты обеспеченности светоточками из расчета на одного жителя территории (района, микрорайона, зоны и т.д.) и на единицу площади территории, а также стандарты затратности освещения тоже на одного жителя и на единицу площади, которые могут ранжироваться в зависимости и от значимости территории.

Технико-экономические критерии, применяемые для оценки Системы, также можно представить двумя группами показателей: 1) показатели функциональности Системы и 2) показатели затратности Системы. В общем-то в такой градации критериев и в самих по себе показателях, применяемых для оценки технико-экономической эффективности ничего нового нет, они известны и перечислять их здесь не будем. Однако, нужно понимать, что технико-экономические критерии Системы в значительной степени определяют значения социально-экономических показателей и эффективности Системы и, кроме этого они воздействуют на другие виды эффективности – экологическую, эстетическую, политическую, общеэкономическую, коммерческую и т.п.

В рамках перспективных исследований для целей обеспечения однородности и сопоставимости оценок функциональности и затратности технической составляющей Системы, в частности, ее энергоэффективности, мы предлагаем ввести понятие «условного светильника». Условный светильник – это светильник номинальной мощностью 100 Вт (таким образом, потребляющий 100 Вт\*ч), излучающий световой поток в размере 15000 люмен и имеющий эффективный средний срок службы 10 лет (или примерно 50000 часов). Условный светильник в целом соответствует ключевым средним техническим параметрам результативности современных светодиодных светильников среднего ценового сегмента, применяемых в системах наружного освещения муниципальных образований. При этом под светильником следует понимать источник света в комплексе (сам светильник с лампой). Таким образом, используя категорию «условный светильник», каждый светильник Системы, а также и Система в целом, могут быть пересчитаны в «условные светильники» путем деления светового потока каждого светильника на световой поток в размере 15000 люмен. В последующем все известные нам показатели функциональности и затратности имеющихся светоточек разных видов и типов мы можем привести к общему знаменателю – «условному светильнику» и после чего судить об их функциональности, энергоэффективности, расходах на обслуживание в одной единственной сопоставимой оценке. Однако все это можно сделать лишь с одной оговоркой: «условный светильник» как универсальная единица не подходит для оценки технико-экономической эффективности использования специфических светильников (имеющих

особый дизайн, спектр цветового излучения и т.п.). Критерии технико-экономической эффективности должны применяться при принятии решений по модернизации, восстановлению, реконструкции Систем.

#### **Список использованных источников**

1. Кондратьев, Д.В. Критерии и показатели эффективности бюджетного финансирования затрат на страхование посевов сельскохозяйственных культур. / Д.В. Кондратьев, Г.Я. Остаев, А.В. Зверев // Управление эффективностью и безопасностью деятельности хозяйствующих субъектов и публичных образований. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной памяти заслуженного экономиста Российской Федерации, д.э.н., профессора М.И. Шишкина. – Ижевск: Шелест, 2022. – С. 440-446.

2. Асадуллина, Н.Р. Финансово-экономические проблемы развития современной транспортно-логистической инфраструктуры на постсоветском пространстве / Н.Р. Асадуллина, К.В. Павлов, С.А. Никифоров // Современные тенденции развития финансово-банковского сектора в условиях экономической неопределенности. Сборник трудов международной научно-практической конференции. Астана: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2022. – С. 221-224.

3. Экономика на постсоветском пространстве в условиях новых патологических вызовов и процессов цифровизации: монография / Российский университет кооперации, Ижевский филиал, Полоцкий государственный университет; под научной редакцией К.В. Павлова. – Ижевск: Шелест, 2021. – 644 с.

4. Глазьев, С.Ю. Новый технологический уклад в современной мировой экономике/ С.Ю. Глазьев// Международная экономика. - 2010.-№5.- С.5-27.

5. Гусаков, В.Г. Научно-методические основы стратегии экономического развития страны на ближайшую перспективу/В.Г. Гусаков//Доклады Национальной академии наук Беларуси. -2020.-Т.64, №1.-С.103-110.

УДК 502.1

### **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОСИСТЕМ И БИОРАЗНООБРАЗИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Конопатская Алина Геннадьевна, студент,**

**Лак Екатерина Александровна, студент,**

**Орешникова Ольга Викторовна, к.э.н., доцент**

**Полесский государственный университет**

Konopatskaya Alina Gennadievna, alina.konopatskayaa@gmail.com,

Lakh Ekaterina Alexandrovna, lahkate1994@gmail.com,

Oreshnikova Olga Viktorovna, PhD in Economics, Associate Professor, oreshnikova.o@polessu.by

Polesky State University

**Аннотация.** Статья содержит концепцию "зеленой" экономики и ее важность для устойчивого развития, подчеркивая значимость интеграции ценности экосистемных услуг и биоразнообразия в экономические решения.

**Ключевые слова:** экономика экосистем и биоразнообразия, зеленая экономика, устойчивое развитие, экосистемные услуги, возобновляемая энергия, переработка отходов, экологический туризм, экотовары.

Экономика экосистем и биоразнообразия (The Economics of Ecosystems and Biodiversity) – это глобальное исследование, которое было начато “Большой восьмеркой” и пятью основными развивающимися экономиками. Оно фокусируется на «выгодах, получаемых глобальной экономикой от биоразнообразия, определении издержек от его потери и отказа от принятия защитных мер по сравнению с эффективным природопользованием». Экономика экосистем и биоразнообразия создает предпосылки для интеграции экономических ценностей биоразнообразия и экосистем в механизмы принятия решений[1].

Традиционная экономика часто игнорирует стоимость экосистемных услуг и биоразнообразия, что приводит к неправильному использованию природных ресурсов и разрушению экосистем. Новые подходы в экономике ставят ценность экосистемных услуг и биоразнообразия в центр внимания, признавая их ключевую роль для благосостояния человека и устойчивого развития.

Один из таких подходов - это концепция "зеленой экономики", которая призвана интегрировать ценность экосистемных услуг и биоразнообразия в экономические показатели и решения. Эта

концепция стимулирует устойчивое использование и охрану природных ресурсов, а также инвестиции в экологически чистые технологии и инфраструктуру.

L. Dogaru (2020) называет «зеленую» экономику, как экономическую систему, связанную с основными, вспомогательными, управляющими процессами и бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития и экономического роста с минимизацией возможных негативных проявлений [2].

В рамках концепции "зеленой экономики" предполагается использование эффективных технологий, уменьшение выбросов загрязняющих веществ, повышение энергоэффективности и расширение использования возобновляемых источников энергии. Принципы зеленой экономики включают в себя переход к замкнутому циклу потребления и производства, где отходы становятся сырьем для новых процессов, стимулирование инноваций в сфере экологически чистых технологий, развитие экологического образования и повышение экологической грамотности населения. Такой подход позволяет решать множество проблем, связанных с изменениями климата, истощением природных ресурсов, загрязнением окружающей среды и ухудшением экологической обстановки в целом.

В рамках этой концепции существует множество возможностей для заработка.

1. Производство и продажа возобновляемой энергии. Это может быть солнечная энергия, ветровая энергия, гидроэнергия и другие виды турбин.

2. Переработка отходов. Многие компании зарабатывают деньги, собирая отходы и перерабатывая их в новые продукты. Это может включать переработку бумаги, пластика, металла и других материалов.

3. Экологический туризм. Некоторые люди предпочитают путешествовать в места, где они могут наслаждаться природой и участвовать в активностях, которые не вредят окружающей среде. Это может включать походы, кемпинг, наблюдение за дикой природой и другие виды активностей.

4. Производство эко-товаров. Компании могут производить товары, которые не вредят окружающей среде, например, биоразлагаемые пакеты, органические продукты питания, экологически чистые строительные материалы и т. д.

5. Услуги по озеленению. Люди готовы платить за услуги по озеленению своих домов и территорий, такие как посадка деревьев, создание газонов и садов.

6. Энергосберегающие технологии. Компании могут разрабатывать и продавать технологии, которые помогают людям экономить энергию, например, энергосберегающие лампочки, системы умного дома и т. д. Это лишь некоторые примеры того, как можно заработать деньги в рамках «зеленой» экономики.

Важно отметить, что эти возможности требуют инвестиций и могут быть рискованными, но они также могут принести значительную прибыль и пользу для окружающей среды.

У Беларуси есть план развития зеленой экономики до 2025 года. Сейчас больше внимания уделяется сотрудничеству со странами СНГ и ЕАЭС, а также Китаем[3].

Хорошее развитие заработка на основе концепции «зеленой» экономики в Беларуси имеет экотуризм.

Примером являются агроусадьбы (Усадьба «Аколіца», Агроусадьба «Стары Млын» и т.п.), экотропы («Озеравки-Ельня», «Сябрыньский перекресток»), биосферные заповедники (Припятский национальный парк и Березинский биосферный заповедник).

Другим новым подходом является концепция "платежеспособности за экосистемные услуги", которая предполагает финансовую компенсацию за сохранение и восстановление экосистем и биоразнообразия. Например, сельскохозяйственным предприятиям могут выплачиваться субсидии за сохранение почвенного плодородия или за использование методов органического земледелия.

В целом, новые подходы в экономике экосистемных услуг и биоразнообразия направлены на достижение сбалансированного взаимодействия между природой и экономикой, удовлетворение потребностей современного общества и сохранение окружающей среды для будущих поколений.

В Республике Беларусь концепция "платежеспособности за экосистемные услуги" применяется в нескольких областях.

Одним из примеров является проект "Сохранение биологического разнообразия через платежи за экосистемные услуги", который был запущен в 2017 году. Цель проекта - сохранить биологическое разнообразие в национальных парках и других охраняемых территориях путем выплаты ком-

пенсаций местным жителям за отказ от определенных видов деятельности, которые могут негативно влиять на окружающую среду.

Другой пример - это программа "Экосистемные услуги в сельском хозяйстве", которая была запущена в 2018 году. Цель программы - стимулировать фермеров к использованию методов, которые способствуют сохранению природных ресурсов и предоставляют экосистемные услуги, такие как улучшение качества почвы, борьба с эрозией и улучшение качества воды. Фермеры получают финансовую поддержку за применение этих методов.

Концепция "платежеспособности за экосистемные услуги" в Беларуси помогает сохранить природные ресурсы, улучшить качество жизни людей и создать условия для устойчивого развития.

В Республике Беларусь присутствует огромное разнообразие экосистем, включая леса, болота, озера, реки и плодородные почвы. На территории Беларуси обитает множество видов животных, птиц, рыб, насекомых и растений, в том числе редкие и исчезающие.

Однако, экосистемы и биоразнообразие в Республике Беларусь, как и во многих других странах, подвергаются различным угрозам. Вырубка лесов, загрязнение водных ресурсов, ухудшение почвенного плодородия, изменение климата, интенсивное сельское хозяйство и другие деятельности человека приводят к нарушению баланса в природе и уменьшению биоразнообразия. Для сохранения и развития экосистем и биоразнообразия в Республике Беларусь необходимы комплексные меры и стратегии.

Одним из ключевых направлений должна стать охрана природных территорий и создание заповедников, где животные, растения и экосистемы могут сохранить свои естественные условия обитания. Также необходимо повышение осведомленности населения о важности сохранения экосистем и биоразнообразия, проведение публичных кампаний и мероприятий по охране природы.

Важным шагом в развитии экосистем и биоразнообразия в Беларуси является также поддержка и развитие экологически чистых технологий в сельском хозяйстве, лесном хозяйстве и других сферах деятельности.

Очень важно также проведение научных исследований по изучению экосистем, мониторингу биоразнообразия и выявлению угроз для природы.

В целом, развитие экосистем и биоразнообразия в Республике Беларусь представляет огромные перспективы для устойчивого развития страны. Необходимо совместные усилия государства, научных исследователей, общественности и бизнеса для сохранения природы и создания благоприятной среды для жизни всех живых организмов на нашей планете.

Таким образом, дальнейшее развитие экономики, экосистем и биоразнообразия связано с необходимостью устойчивого использования природных ресурсов, сохранения экологического баланса и обеспечения экологической безопасности. Важными направлениями развития являются внедрение экологически чистых технологий, развитие альтернативных источников энергии, сохранение биоразнообразия, охрана водных ресурсов и создание условий для устойчивого развития экономики. Решение этих проблем требует совместных усилий государств, бизнеса и граждан всех стран.

#### **Список использованных источников**

1. Dogaru, L. (2020) Green Economy and Green Growth – Opportunities for Sustainable Development // Proceedings. Vol. 63. Issue 1. P.: 70-1–70-8.

2. Ринг И. и др. Проблемы формирования экономики экосистем и биоразнообразия: инициатива ТЕЕВ // Современное мнение в области экологической устойчивости. – 2010. – Т. 2. – №. 1-2. – С. 15-26.

3. Постановление совета министров Республики Беларусь «О Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы» [Электронный ресурс]/ Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. Режим доступа: <https://minpriroda.gov.by/uploads/files/2021/nats.plan-po-razvitiju-zelenoj-ekonomiki.pdf> . – Дата доступа: 03.04.2024

**ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Крамаренко Анна Константиновна, к.э.н., доцент,**

**Серко Александра Сергеевна, студент**

**Брестский государственный технический университет**

**Kramarenko Anna, PhD in Economics, annnakramarenko@yandex.by,**

**Serko Alexandra Sergeevna, student, alexaserko@gmail.com**

**Brest State Technical University**

**Аннотация.** В статье изложены некоторые особенности и проблемы функционирования промышленных предприятий в условиях развития цифровой экономики в Беларуси, также определены направления в управленческой деятельности данных предприятий.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, промышленные предприятия, проблемы цифровизации, информационные технологии.

Исследование проведено с целью выявления факторов, влияющих на экономический рост, как на уровне предприятий, так и на уровне национальной экономики. Также в процессе исследования были изучены процессы развития и трансформации деятельности промышленных предприятий в цифровой экономике в Беларуси. В связи с этим были определены тенденции развития отраслей промышленности по уровню цифровизации и перспективы цифровизации промышленных предприятий.

На фоне глобального роста ИТ-рынка развитие цифровой экономики становится ключевым приоритетом и частью будущего Беларуси. Государство создает условия для эффективной трансформации экономики в цифровую, поддерживает ИТ-сектор и стартапы. Согласно отчету Information Technology Market [1] – 2023 объем мирового ИТ-рынка в 2022 г. оценивался в 9 481 627, 92 млн. долл. Ожидается, что в будущем среднегодовой темп роста составит 11% (достигнув к 2028 г. 17 736 482, 58 млн. долл.). При таком темпе глобальной цифровизации Беларуси, чтобы сохранить конкурентоспособность, необходимо еще более активно стимулировать развитие ИТ-отрасли.

Путь предприятия к цифровизации предпринимательских процессов включает последовательные этапы: автоматизацию, информатизацию и цифровизацию. Факторами, определяющими успех предприятия на этом пути, являются доступность ИТ-инфраструктуры, применение сквозных технологий и цифровых бизнес-моделей.

Сегодня в Беларуси существует много разрозненных инициатив цифрового развития. Причины таких подходов – упущения нормативно-правовой базы. Успешность цифровой трансформации предприятий в промышленности в Беларуси во многом зависит от состояния инновационной среды, наличия благоприятных административных и экономических условий, эффективной системы поддержки внедрения инноваций.

По данным обследований, проведенным статистическим комитетом Республики Беларусь [2], важнейшие экономические факторы, препятствующие развитию инновационной деятельности в промышленности, связаны с:

- недостатком финансовых ресурсов;
- с высокими рисками ввиду длительной окупаемости инновационных проектов.

Также в качестве основной или решающей 669 промышленных организаций выделили проблему с недостатком собственных денежных средств (40,5% опрошенных), указали на высокую стоимость нововведений 534 организации (15,5%), высокий экономический риск – 422 организации (15,8%), длительные сроки окупаемости нововведений – 385 организации (32,3%), низкий платежеспособный спрос на новые продукты – 262 организации (25,5%), недостаток финансовой поддержки со стороны государства – 257 организаций (23,3%) При этом влияние данных факторов на протяжении последних 5 лет остается примерно одинаковым, что свидетельствует о том, что предприятия промышленности, внедряющие инновации, испытывают системные проблемы. Проекты по внедрению цифровых технологий являются зачастую весьма дорогостоящими и требуют больших капиталовложений. В результате можно констатировать, что в условиях ограниченности

собственных ресурсов многие предприятия не могут провести цифровую трансформацию без привлечения внешнего финансирования или оказания государственной поддержки.

Исследование показало и то, что для промышленных предприятий цифровизация приносит и следующее. Так, онлайн-платформы открывают новые рынки и возможности, например, позволяют осуществлять транзакции между третьими сторонами, которые раньше были невозможны, расширяют выбор и снижают затраты на информацию. Они также предоставляют услуги по низким или даже нулевым ценам и распространяют информацию, которая помогает потребителям делать более осознанный выбор.

Ключевыми особенностями цифровых рынков на сегодняшний день являются: 1) значительный – с ростом числа пользователей ценность платформы для пользователей возрастает; 2) цифровые платформы приобретают все больше преимуществ в плане масштаба и охвата; 3) платформы работают на рынках с несколькими взаимосвязанными сторонами (например, потребителями контента, поставщиками, рекламодателями, др.); др.

В таблице сопоставим проблемы и возможности функционирования промышленных предприятий в условиях развития цифровой экономики со следующих позиций: автоматизация процессов, удешевление товаров за счет более эффективного использования ресурсов, расширение рынка и глобальная конкуренция, инновации, увеличение профессиональной активности, влияние социальных сетей и сети Интернет.

Таблица – Проблемы и возможности функционирования предприятий в цифровой экономике

Аспекты	Проблемы	Возможности
Автоматизация процессов	Сокращение сотрудников и повышение требований к молодым специалистам из-за появления оборудования и ПО.	Возможности удаленной работы. Новые профессии и рабочие места
Удешевление товаров за счет более эффективного использования ресурсов	Ценовые спекуляции и развитие монополий	Возможность приобретения товаров по более низким ценам
Расширение рынка и рост конкуренции	Небольшим предприятиям приходится выдерживать конкуренцию не только с местными фирмами, но и с международными компаниями.	Расширение выбора товаров для потребителей.
Инновации	Возникновение цифрового неравенства из-за установки ПО и новых технологий	Повышение эффективности использования ресурсов [3], энергоэффективности производственных и административных ресурсов
Увеличение профессиональной активности	Для специалистов, занятых в финансовой сфере, становится недостаточным обладание лишь профессиональными качествами	Расширение компетенций специалистов и их более глубокая интеграция в предпринимательский процесс
Влияние социальных сетей и сети Интернет	Отрицательный отзыв потребителя может существенно повлиять на объемы продаж и выручку	Положительный сетевой эффект может возвысить репутацию компании на рынке

При рассмотрении проблем функционирования промышленных предприятий в условиях развития цифровой экономики необходимо упомянуть аспект расширения базы знаний и аналитики предпринимательских процессов. Проблема заключается в повышении уровня угроз со стороны кибератак, взломов и утечек данных. Обеспечение надежной защиты информации становится важной задачей для промышленных предприятий [4; 5].

В целом, успешное преодоление проблем функционирования промышленных предприятий требует комплексного подхода. Предприятия должны инвестировать в развитие своей цифровой инфраструктуры, обеспечивать постоянное обновление своих знаний и компетенций, а также уделять должное внимание вопросам кибербезопасности. Кроме того, для создания благоприятных условий для развития цифровой экономики и поддержки инноваций необходимо активное участие государственных и международных организаций. В конечном итоге, только при условии совмест-

ных усилий предприятий, государства и общества можно достичь успешного развития цифровой экономики.

#### Список использованных источников

1. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021 – 2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/ru/gosudarstvennaya-programma-cifrovoye-razvitie-belarusi-na-2021-2025-gody>. – Дата доступа: 14.04.2024.
2. Information Technology (IT) Market Size & Share 2023-2030 | Robust Growth with Professional Insights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.linkedin.com/pulse/information-technology-market-size-share-2023-2030>. – Дата доступа: 15.04.2024.
3. Ширинкина, Е.В. Особенности функционирования промышленных предприятий в цифровой экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecoprom.misis.ru/jour/article/view/669/606>. – Дата доступа: 15.04.2024.
4. Кравцевич, Г. А. Современные CRM-системы в деятельности коммерческих предприятий: обзор рынка Беларуси и зарубежных стран / Г. А. Кравцевич, А. К. Крамаренко // Проблемы устойчивого развития регионов Республики Беларусь и сопредельных стран : сборник статей XII международной научно-практической конференции, Могилев, 26 мая 2023 г. / Министерство образования Республики Беларусь, Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова ; редкол.: Н. В. Маковская [и др.]. – Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2024. – С. 38–42.
5. Крамаренко, А. К. Инновации в деятельности микро- и малых организаций на рынке / А. К. Крамаренко // Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст : сборник научных статей / Учреждение образования "Гродненский государственный университет им. Янки Купалы" ; редкол.: М. Е. Карпицкая (гл. ред.), С. Е. Витун (зам. гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2023. – С. 82–91.

УДК 658.27

### ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Курочкина Наталья Васильевна, к.с.-х.н., доцент

Нижегородский государственный агротехнологический университет

Kurochkina Natalya Vasilevna, PhD in Agriculture

Nizhegorodsky State Agroteknology University, nvkurochkina@yandex.ru

**Аннотация.** В статье представлены результаты анализа и оценки эффективности использования основных средств сельскохозяйственного предприятия. С учетом выявленных проблем предложены направления повышения эффективности использования основных средств.

**Ключевые слова:** предприятие, основные средства, использование, анализ, оценка, эффективность.

Конкурентоспособность предприятия зависит не только от учета конъюнктуры рынка, но и от эффективности управления собственным ресурсным потенциалом. Производственный потенциал сельскохозяйственного предприятия определяется, в том числе, обеспеченностью основными средствами, которые являются факторами экономического развития.

Размер, структура, динамика движения основных средств являются объектами экономического, управленческого и инвестиционного анализа. Полное и эффективное использование основных средств положительно сказывается на всех экономических показателях деятельности любого хозяйствующего субъекта [3, с.382].

Результаты хозяйственной деятельности зависят от состояния, состава, обеспеченности основными средствами производства. Эффективность использования основных средств определяется по результатам контроля наличия, анализа их движения и состояния [1, с.84].

Показатели, отражающие хозяйственно – экономическую сферу используют при оценке степени развития сельских территорий. Одним из индикаторов их развития является интенсивность обновления основных видов основных средств [2, с.85]. Система показателей, характеризующих уровень использования основных средств, позволяет определить динамику эффективности управления ими для выбора направлений оптимизации в условиях нестабильности среды хозяйствования. Повышение эффективности использования основных фондов зависит от конкретных условий, сложившихся на предприятии [5, с.93].

Повышение эффективности и интенсификации сельскохозяйственного производства, повышение производительности труда, увеличение объемов производства продукции обеспечиваются научно-техническим прогрессом. Для его активизации требуется проведение мероприятий по техническому перевооружению сельскохозяйственного производства [4, с.38].

Анализ состояния и эффективности управления использованием основных средств был проведен по материалам предприятия агропромышленного комплекса Нижегородской области. Предприятие является средним по размеру. Общая земельная площадь составляет 4228 га, посевная площадь - 3590 га. Лидирующую позицию в посевах занимают зерновые культуры – 52,26%; кормовые культуры - 31,11%.

Предприятие специализируется на животноводстве, основная товарная продукция – молоко. Показатели продуктивности животных высокие: среднегодовой удой на 1 корову в 2023 году - 78,84 ц, среднесуточный прирост молодняка крупного рогатого скота на выращивании и откорме – 576 г. Валовое производство молока и прироста КРС в динамике увеличивается. Производительность труда растет. На протяжении всего анализируемого периода предприятие получало прибыль. Рентабельность производства достигла 9,66%.

Обеспеченность предприятия основными средствами определяется по их стоимости и структуре. В динамике эти показатели ежегодно изменяются, что позволяет обеспечивать эффективное производство продукции. В таблице 1 представлена стоимость основных средств по видам и структура в динамике анализируемого периода.

Стоимость основных средств на предприятии с каждым годом увеличивается. В 2023 году их стоимость составила 442153 тыс. руб., что на 39,06% больше, чем в 2021 году.

Таблица 1. – Размер и структура основных средств

Виды основных средств	2021 г.		2022 г.		2023 г.		2023 г. к 2021 г., %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Основные средства - всего	317973	100,0	368409	100,0	442153	100,0	139,06
в т. ч.: здания, сооружения и передаточные устройства	74947	23,57	75205	20,41	84297	19,06	112,48
машины и оборудования	149569	47,04	181676	49,31	214798	48,58	143,61
транспортные средства	11215	3,52	11215	3,04	10815	2,45	96,43
продуктивный скот	42811	13,46	33562	9,11	32940	7,45	76,94
другие виды основных средств	39431	12,40	66751	18,12	99303	22,46	251,84

Наблюдается рост стоимости по следующим категориям: машины и оборудование, здания, сооружения и передаточные устройства, другие виды основных средств. При этом произошло существенное сокращение стоимости продуктивного скота, а также транспортных средств.

Уровень показателей движения основных средств существенно отличается по годам (табл. 2).

Поступает основных средств на большие суммы, чем выбывает. Так, в 2023 году основных средств поступило на сумму в 6,4 раза превышающую сумму выбывших. Коэффициент выбытия за анализируемый период резко сократился, что говорит о замедлении списания изношенных основных средств.

Таблица 2. – Динамика движения основных средств

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Темп роста, %
Наличие основных средств на начало года – всего, тыс. руб.	272745	317973	368409	135,07
Поступило в отчетном году, тыс. руб.	66178	71339	87366	132,02
Выбыло в отчетном году, тыс. руб.	20950	20903	13622	65,02
Наличие основных средств на конец года – всего, тыс. руб.	317973	368409	442153	139,06
Коэффициент выбытия	0,77	0,066	0,037	4,81
Коэффициент обновления	0,208	0,194	0,198	95,19
Коэффициент износа	0,61	0,56	0,48	78,69

В 2022 и 2023 годах коэффициент обновления превышал значение коэффициента выбытия, что свидетельствует об обновлении материально-технической базы предприятия. Вследствие этого, коэффициент износа в динамике незначительно сокращается.

Материально – техническая база и ее использование являются результатом обеспеченности основными средствами и основой эффективного производства (табл. 3).

Таблица 3. – Обеспеченность основными средствами

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Темп роста, %
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	295359	343191	405281	137,22
Фондообеспеченность, тыс. руб.	7462,33	8670,82	9585,64	124,43
Фондовооружённость, тыс. руб./чел.	5128,60	5942,08	7131,5	139,05
Энергетические мощности – всего, л.с.	7894	8193	7782	92,29
Энергообеспеченность, л.с./ га	199,44	193,78	184,06	92,29
Энерговооруженность, л.с./чел.	127,3	132,15	125,5	98,59
Наличие тракторов - всего, шт.	11	11	13	118,18
Нагрузка пашни на 1 трактор, га	359,82	325,23	325,23	90,39
Зерноуборочные комбайны, шт.	4	4	5	125,0
Нагрузка посевов зерновых на 1 комбайн, га	450,5	450,5	375,2	83,29

Фондообеспеченность увеличилась на 24,43%, Фондовооруженность – на 39,05%. Общее количество энергетических мощностей сократилось на 7,71%. Энергообеспеченность и энерговооруженность снизились.

Количество тракторов и комбайнов увеличилось, что привело к снижению нагрузки пашни на 1 трактор и посевов зерновых на 1 комбайн до значений ниже нормативных, что снижает эффективность использования техники.

Для определения экономической эффективности использования основных средств в организациях агропромышленного сектора экономики используется ряд показателей. Наиболее важный из них – фондоотдача, которая показывает общую отдачу от использования денежных средств, потраченных на основные производственные фонды, то есть эффективность вложения средств. Фондоемкость определяет стоимость основных средств, потраченных на производство продукции (табл. 4).

Таблица 4. – Эффективность использования основных средств

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Темп роста, %
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	295359	343191	405281	137,22
Стоимость валовой продукции, тыс. руб.	176549	162102	218223	123,61
Выручка от продаж, тыс. руб.	136570	133937	163469	119,70
Прибыль от продаж, тыс.руб.	2389	13166	13389	560,44
Фондоотдача, руб./руб.	0,59	0,44	0,49	87,50
Фондоемкость, руб./ руб.	1,67	2,12	1,86	111,38
Фондорентабельность, %	0,81	3,84	3,31	+2,5п.п.

Фондорентабельность увеличилась на 2,5%, это говорит о том, что производственные фонды используются эффективно и результативно. Фондоемкость произведенной продукции за три года выросла на 12,78%. Фондоотдача снизилась, что свидетельствует о снижении эффективности использования основных средств предприятия в анализируемом периоде.

Обобщая представленные показатели, можно сделать вывод, что на анализируемом предприятии, на фоне роста обеспеченности основными средствами, отмечается снижение эффективности их использования.

Вследствие этого, необходимо изыскивать внутриорганизационные резервы повышения эффек-

тивности использования основных производственных фондов. В стратегическом плане следует ориентироваться на повышение фондорентабельности. Одним из практически реализуемых направлений следует считать увеличение стоимости валовой продукции путем ориентации на повышение продуктивности крупного рогатого скота.

Для расчета прогноза производства молока использовано прогнозирование по полиномиальному уравнению 2-ой степени – 1-ый вариант прогноза и уравнение прямой - 2-ой вариант прогноза.

Планировать рост молочной продуктивности коров до 79,8 ц ( $Y = -0,2117x^2 + 3,9976x + 61,361$ ) экономически целесообразно. Прибыль при реализации увеличится на 8103 тыс. руб., рентабельность производства вырастет на 8,09%.

Во 2-ом варианте прогноза ( $Y = 2,3043x + 63,901$ ) при увеличении удоя до 82,34 ц на 1 корову, получено снижение эффективности производства и продаж и снижение рентабельности. Это можно объяснить действием закона убывающей отдачи.

Расчеты, результаты которых приведены в таблице 5, показывают, что при доведении молочной продуктивности до уровня 1 варианта получен более высокий уровень фондорентабельности, рост показателя - 2,1%.

Во 2 прогнозом варианте получен рост фондоотдачи и снижение фондоемкости, что следует оценить положительно. Однако фондорентабельность ниже, чем при более низкой продуктивности, то есть эффективность использования основных средств начинает понижаться.

Таблица 5. – Повышение эффективности использования основных средств

Показатель	Факт 2023 г.	1 вариант прогноза	2 вариант прогноза
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	405281	405281	405281
Стоимость валовой продукции, тыс. руб	218223	219170	231794
Выручка от продаж, тыс. руб.	163469	172519	176292
Прибыль от продаж, тыс.руб.	13389	21462	14137
Фондоотдача, руб./руб.	0,49	0,54	0,57
Фондоемкость, руб./ руб.	1,86	1,85	1,75
Фондорентабельность, %	3,31	5,30	3,49

Таким образом, повышение производственных показателей в молочном скотоводстве можно рассматривать как один из путей повышения эффективности использования основных средств в краткосрочном периоде. В стратегическом плане целесообразно ориентироваться на совершенствование технологии производства всех видов товарной продукции.

#### Список использованных источников

1. Кудуткина, В. В. Анализ эффективности использования основных средств и пути ее повышения на предприятии / В. В. Кудуткина, Н. В. Курочкина // Современные тенденции развития аграрного сектора экономики: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием студентов и молодых ученых, посвященная 100-летию со дня рождения Героя Советского Союза, А.М. Кузнецова.- Н. Новгород: ФГБОУ ВО Нижегородская ГСХА, 2022. - с. 51-54.
2. Курочкина, Н.В. Региональные особенности индикаторного подхода к оценке развития сельских территорий / Н. В. Курочкина, Д. М. Рассадин, А. А. Серов, Ю. О. Плехова// Экономика сельского хозяйства России.-2021. с.83-88.
3. Митрофанова, А. О. Эффективность использования основных средств в ООО «Агрофирма «Металлург» Выксунского района Нижегородской области / А.О. Митрофанова, Т. А. Кузнецова//Актуальные вопросы аграрной науки. Сборник трудов по итогам Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию... Осипова А. П. - Н. Новгород: ФГБОУ ВО Нижегородская ГСХА, 2023. - с. 382-386
4. Роженцова, М.В. Анализ совершенствования технического потенциала сельскохозяйственных предприятий в Нижегородской области / М.В. Роженцова, М.В. Люлин, А.А. Серов, Д.М. Рассадин //Приоритетные направления развития агробизнеса в России. Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции студентов и молодых ученых, посвященной 80-летию ... В. В. Козменкова, Н.Новгород: ФГБОУ ВО Нижегородская ГСХА, 2020. – С.35-39
5. Федотова, Л. С. Оценка эффективности управления основными фондами предприятия / Л. С. Федото-

ва, Н. В. Курочкина // Приоритетные направления развития агробизнеса в России: Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции студентов и молодых ученых, посвященной 80-летию... В. В. Козменкова. - Н.Новгород: ФГБОУ ВО Нижегородская ГСХА, 2020. – с. 93-97.

УДК 338

**О ФОРМИРОВАНИИ ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ  
КАЧЕСТВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

**Лепа Роман Николаевич, д-р э. н., профессор<sup>1</sup>,  
Заглада Роман Юрьевич, канд. экон. наук, доцент,  
Автомобильно-дорожный институт (филиал)**

**ФГБОУ ВО «Донецкий национальный технический университет» в г. Горловка, ДНР, РФ  
Белоброва Наталья Вячеславовна, канд. экон. наук<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР, РФ

Lepa Roman Nikolaevich, Doctor of Economics, Professor, roman.lepa@yandex.ru<sup>1</sup>

Zaglada Roman Yurievich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Automobile and Road Institute (branch) of the Donetsk National Technical University in Gorlovka,  
Donetsk People's Republic, Russian Federation, zagladaroman@yandex.ru

Belobrova Natalia Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, belobrovanatali@mail.ru<sup>1</sup>

<sup>1</sup>State-funded Institution «Economic Research Institute», Donetsk, Donetsk People's Republic

**Аннотация.** Сформирован набор требований, которым должен соответствовать подход к оценке качества стратегического управления процессами обеспечения экономического роста, базирующийся на предложенной трактовке категории «стратегическое управление в контексте обеспечения экономического роста»; предложены рекомендации по его формированию.

**Ключевые слова:** стратегическое управление, оценка качества стратегического управления, стратегия, проактивный подход, интеграция, экономический рост.

Процессы интеграции экономики Донецкой Народной Республики в единое экономическое пространство Российской Федерации протекают в условиях, не имеющих исторических аналогов. Определение новых возможностей для экономического роста территории республики с учетом происходящих в ней трансформаций является необходимым условием для эффективного управления ее экономикой. Экономический рост формируется под воздействием как экономических, так и неэкономических факторов. При этом, в ДНР на экономический рост значительное негативное воздействие оказывает такой неэкономический фактор как ведение боевых действий в регионе [1, с. 228-231]. При стратегическом планировании необходимо учитывать всю совокупность изменений, происходящих в российской экономике, в которую экономика ДНР непосредственно интегрируется [2]. Для обеспечения оптимального регулирования экономики республики и анализа условий ее развития целесообразно использовать методы, позволяющие прогнозировать развитие как экономики в целом, так развитие ее отдельных секторов и отраслей с учетом особенностей функционирования.

На данный период времени текущее состояние социально-экономического развития республики определяется как условный экономический потенциал территории [3]. Происходящие изменения в экономике и в правовом поле региона обуславливают необходимость формирования соответствующих им подходов с использованием стратегий управления, способных обеспечить экономический рост интегрируемых территорий и субъектов хозяйствования, функционирующих в их границах. Поэтому вопросы оценки адекватности разрабатываемых подходов и стратегий условиям хозяйствования и поставленным целям являются актуальными.

Исследованию подходов к определению набора ключевых показателей для проведения оценки качества стратегического управления посвящены работы многих ученых, в частности: в работах Д.В. Маслова, В.В. Малявина, А.Н. Рида, Е.В. Родионовой предложены методики оценки стратегического управления на основе учета мнения сотрудников организации; Т.В. Калита в качестве двух групп показателей оценки предлагает использовать финансовые расходы на управление и экономию труда аппарата управления; стоимостной подход предложен в работах Д.Д. Мартина,

Л.И. Панофеновой, М.Ф. Богдановой, М.В. Лопатина; в работе Н.Е. Бойко обоснована необходимость разработки и перспективы применения комплексной системы оценки эффективности стратегического управления на основе системы сбалансированных нормированных показателей; М.А. Мызникова, И.Ю. Чередниченко предлагают использовать сформированную систему сбалансированных показателей как инструмент оценки реализации стратегии промышленного предприятия. Несмотря на высокий интерес ученых к данной проблематике, проблема совершенствования подходов к оценке качества стратегического управления процессами обеспечения экономического роста является актуальной и своевременной.

Цель исследования – разработка практических рекомендаций по формированию подхода к оценке качества стратегического управления процессами обеспечения экономического роста.

В данном исследовании под *стратегическим управлением в контексте обеспечения экономического роста* предлагается понимать проактивное управление социально-экономической системой, основанное на реализации ее стратегии и позволяющее достичь долгосрочных стратегических целей, состоящих в обеспечении экономического роста в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды за счет гибкого реагирования и адаптации к внешним вызовам. Предложенное трактование указывает на особенности стратегического управления, заключающиеся в гибкости и адаптации к внешним вызовам, имеющие особую актуальность для Донецкой Народной Республики. Акцентирование внимания на том, что такое управление является проактивным, позволяет указать на предупреждающий характер стратегического управления.

Основываясь на выше приведенной трактовке, требования, которым должен соответствовать подход к оценке качества стратегического управления процессами обеспечения экономического роста, следующие:

1. Динамичность. В условиях интеграции целесообразным является проведение оценки в динамике с последующим анализом качественных и количественных изменений.

2. Зависимость от внешних возмущений. Специфика управления в условиях интеграционных преобразований обуславливает целесообразность применения проактивного подхода к стратегическому управлению, предполагающего адаптацию к изменениям внешней и/или внутренней среды. В этой связи необходимым и оправданным является установление взаимозависимости результирующих показателей функционирования системы с параметрами внешней и внутренней среды, а также проведение оценки и прогнозирования параметров внешней и внутренней среды, оказывающих влияние на результирующие показатели функционирования системы, отражающие качество стратегического управления в контексте обеспечения экономического роста.

3. Причинность, т.е. обусловленность результирующих показателей причинно-следственными связями. С точки зрения стратегического управления практическая ценность применения подхода к оценке качества управления значительно возрастает, если такая оценка базируется на выявленных причинно-следственных связях, позволяющих прогнозировать изменение оценки в соответствии с изменениями параметров системы.

4. Аналитическая пригодность, т.е. возможность проводить глубокий анализ на основании результатов оценки.

5. Нацеленность на поддержку принятия управленческих решений, т.е. пригодность для анализа эффективности различных стратегий управления в контексте обеспечения экономического роста.

6. Прозрачность, предполагающая доступность информации о внутренних процессах системы и взаимосвязи показателей, а также недопущение двояких трактовок результатов оценки.

7. Информационная и прогностическая пригодность, т.е. пригодность подхода для достоверной оценки текущего состояния и тенденций изменения качества стратегического управления.

8. Адекватность, т.е. соответствие полученных оценок реальному состоянию системы.

9. Комплексность, т.е. необходимость учета всех значимых факторов.

10. Системность, т.е. рассмотрение объекта оценки как единой системы с комплексом внешних и внутренних взаимосвязей и взаимозависимостей.

11. Сбалансированность, т.е. недопущение компенсационного замещения ухудшения одних показателей за счет роста других.

Предлагаемый подход к оценке качества стратегического управления в контексте обеспечения экономического роста состоит из трех основных этапов:

Этап 1. Выбор стратегии. Выбор стратегии осуществляется на основании уже сформированных стратегических целей, под воздействием некоторого набора критериев, а также с использованием имеющегося набора инструментов формирования стратегии. Выбор стратегии представляет собой сложный процесс [3, с. 179-187], уникальный для каждого предприятия. Результатом данного этапа является сформированная стратегия.

Этап 2. Реализация стратегии. Необходимость реализации проактивного подхода к стратегическому управлению процессами обеспечения экономического роста в контексте интеграции требует формирования соответствующего инструментария, позволяющего прогнозировать последствия реализации тех или иных решений по выбору стратегии и обеспечивающего возможность корректировки управленческих решений в соответствии со сформированными прогнозами. Поэтому данный этап предлагается реализовать в виде сценария с использованием аппарата системно-динамического моделирования на основе прогнозов значений параметров внешней и внутренней среды, а также имеющихся ресурсов.

Этап 3. Оценка результатов реализации стратегии (сценариев) с использованием аппарата экономико-математического моделирования. Оценку качества стратегического управления предлагается проводить на основе определения соответствия результатов реализации стратегии (сценариев) заявленным стратегическим целям.

Данный подход позволяет проводить реализацию целого ряда стратегий (сценариев) с целью оценки результатов такой реализации до их внедрения в практику стратегического управления. Применение описанного подхода нацелено на поддержку принятия управленческих решений по выбору стратегии и формированию стратегического плана, обеспечивая повышение качества стратегического управления. Кроме того, подход предполагает использование аппарата системно-динамического моделирования, что позволяет отразить взаимозависимости между результирующими параметрами и параметрами внешней и внутренней среды, представив их в качестве единой динамической системы.

#### Список использованных источников

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения [Текст]: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2021. – 360 с.
2. Половян, А.В. Промышленный суверенитет и развитие новых регионов России [Текст] / А.В. Половян, Р.Н. Лепа, С.Н. Гриневская // Проблемы прогнозирования. – 2024. – №2 (203). – С. 61–72.
3. Половян, А.В. Развитие промышленного сектора экономики: оценочные параметры [Текст] / А.В. Половян, Р.Н. Лепа, С.Н. Гриневская // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – №3 (31). – С. 5–27.
4. Мызникова, М.А. Классификация стратегий СЭС в условиях неопределенности СЭР ДНР (на примере промышленных предприятий) [Электронный ресурс]: монография / М.А. Мызникова // Стратегическое управление социально-экономическими системами в чрезвычайных обстоятельствах: макро-, микроуровень (на примере Донецкой Народной Республики): монография / Н.В. Шемякина, Л.Н. Бражникова, А.А. Азарян, М.А. Мызникова, И.А. Мызников, А.А. Пономаренко. – Донецк: ГБУ «Институт экономических исследований», 2022. – 276 с. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_50215188\\_33962228.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_50215188_33962228.pdf)

УДК 338.242.2

### СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ЗАДАЧИ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МСП В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ливенский Валентин Михайлович, к.г.н., доцент

Полесский государственный университет

Livensky V.M., PhD, Associate Professor

Polessky State University, livey@tut.by

**Аннотация.** В статье проведён анализ состояния субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в Республике Беларусь на современном этапе, определены источники его поддержки и финансирования.

**Ключевые слова:** субъекты малого и среднего предпринимательства, экономика страны, государственная поддержка, налоговые ставки, финансовые гарантии, финансирование, кредитование.

Малое и среднее предпринимательство (МСП) в Республике Беларусь имеет важное значение для экономики, поскольку оно способствует созданию рабочих мест, развитию инноваций и повышению конкурентоспособности бизнес-сектора [1]. Понимая это, правительство РБ в последние годы предпринимает широкие шаги для стимулирования развития МСП в РБ, включая упрощение процедуры регистрации бизнеса, снижение налоговых ставок и предоставления финансовых гарантий для предпринимателей. Каждый желающий может начать свой бизнес по заявительному принципу. При этом государство оказывает помощь в открытии своего дела либо его расширении [2].

Стратегическими задачами в развитии МСП в РБ на государственном уровне на сегодня являются:

1. Создание предпринимательского сектора с высокой конкурентоспособностью и адаптивностью, который обеспечит рост национальной экономики, быстрое технологическое обновление производства, стабильную занятость и рост качества жизни населения;

2. Устойчивая положительная динамика и качественное развитие малого и среднего предпринимательства, совершенствование его отраслевой и территориальной структуры, усиление технического, технологического и кадрового потенциала его субъектов;

3. Выход белорусских субъектов малого и среднего предпринимательства на зарубежные рынки.

Особая роль уделяется финансовой поддержке на государственном уровне в рамках государственной программы «Малое и среднее предпринимательство», цель которой – стимулирование малого и среднего бизнеса в стране посредством создания благоприятного микроклимата для предпринимательской деятельности. Приоритетами Государственной программы являются:

- стимулирование деловой инициативы граждан;
- улучшение деловой среды для роста предпринимательской активности;
- стимулирование субъектов малого и среднего предпринимательства к созданию высокопроизводительных, экспортоориентированных и инновационных организаций.

В рамках поддержки развития МСП в РБ уделяется и пристальное внимание их потребностям, повышению темпов роста, уровня занятости и устойчивости. В таблице 1 представлены показатели производства и реализации МСП в РБ в 2020-2022 гг.

Таблица 1. – Показатели производства и реализации МСП в РБ, млрд. руб.

Показатель	2020	2021	2022	Отклонение		Темп роста, %	
				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	158,1	189,9	204,7	31,8	14,8	120,1	107,8
микро- и малые организации	110,7	130,6	137,2	20,0	6,6	118,1	105,0
средние организации	35,3	44,4	52,7	9,1	8,2	125,7	118,5
ИП	12,1	14,8	14,8	2,7	0,0	122,3	99,9
Объём производства продукции (работ, услуг)	69,7	85,6	93,3	15,9	7,7	122,9	109,0
микро- и малые организации	46,0	54,6	56,9	8,6	2,3	118,7	104,2
средние организации	23,7	31,0	36,4	7,4	5,4	131,1	117,3
Объём промышленного производства	23,3	29,6	32,9	6,4	3,3	127,4	111,2
микро- и малые организации	14,1	17,5	18,8	3,4	1,3	123,9	107,4
средние организации	9,1	12,1	14,1	3,0	2,0	132,8	116,5

Примечание – Собственная разработка на основе источника [3]

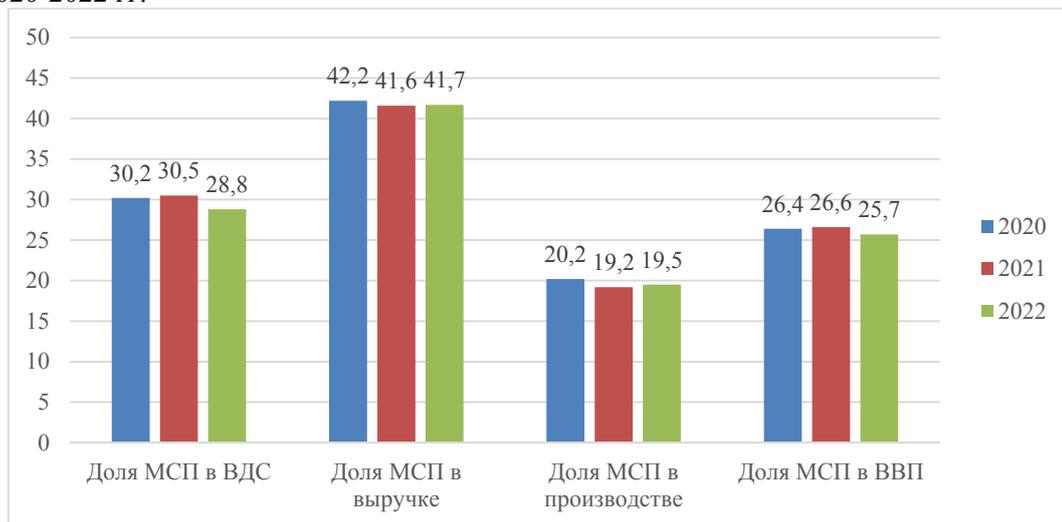
Выручка от реализации продукции субъектов МСП в РБ за последние три года выросла у микро- малых и средних предприятий и составила в общей сумме 205 млрд. руб.. В 2021 г. прирост порядка 20% по сравнению с 2020 г., а в 2022 г. +7,8% к уровню 2021 г. Незначительное снижение по выручке только у индивидуальных предпринимателей.

В структуре выручки последнего года наибольшую часть занимают микро и малые предприятия 67%, средние предприятия занимают 25,7%, индивидуальные предприниматели 7,3%.

Объём производства продукции, работ услуг составил в 2022 г. 93,3 млрд. руб. Динамика производства также положительная, темп роста в 2022 г. замедлился по сравнению с 2021 г. При этом промышленное производство составило 32,9 млрд. руб., удельный вес промышленного производства 35,3% в общем объёме производства.

Если рассматривать вклад МСП в РБ в добавленную стоимость и ВВП страны в предпринимательском секторе, то их доля остается невысокой по сравнению с развитыми странами.

На рисунке 1 представлен вклад МСП в формировании основных валово-образующих показателей за 2020-2022 гг.



**Рисунок 1. - Вклад малых и средних предприятий в формировании основных валовообразующих показателей за 2020-2022 гг., %**

Примечание – Собственная разработка на основе источника [3]

Вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП РБ за 2022 г. составил 25,7 %, в т. ч. организаций малого бизнеса – 15,4 %, организаций среднего бизнеса – 7,7 %, ИП – 2,6 %.

Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг субъектов малого и среднего предпринимательства за 2022 г. составила 205 млрд. руб., вклад в республиканский объём выручки – 41,7 %. Доля в выручке от реализации продукции, работ услуг снизилась на 0,5 п.п.

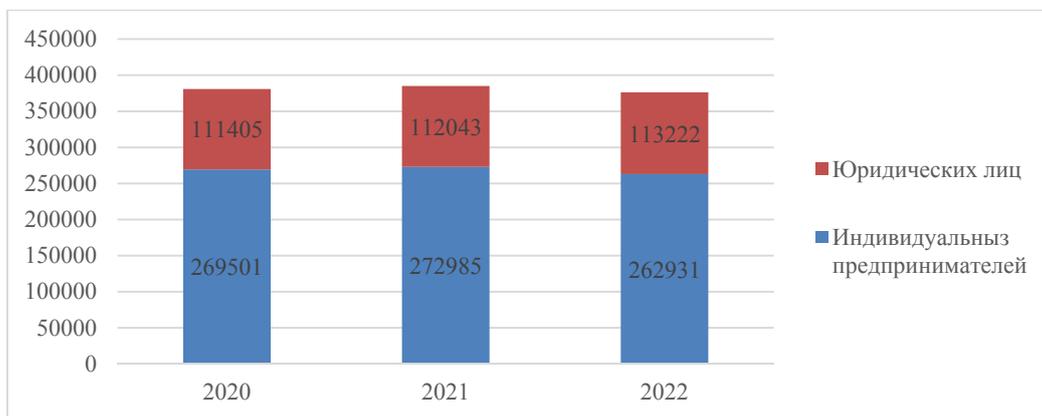
В 2022 г. доля МСП в ВДС сократилась на 1,4 п.п. с начала 2020 г. и составила 28,8% валовой добавленной стоимости. Удельный вес в ВВП субъектов МСП сократился с 24,6 до 25,7%.

На снижение показателей оказали влияние факторы количества и структуры из-за неблагоприятных внешних воздействий санкций. При этом государственные предприятия продолжают играть непропорционально большую роль в экономике. Поэтому одной из ключевых задач на данном этапе является развитие устойчивого рынка услуг по поддержке предпринимательства с целью наращивания потенциала МСП в РБ.

Анализ динамики и структуры МСП в РБ, а также индивидуальных предпринимателей представлен на рисунке 2 и 3.

По информации Белстата РБ на 01.01.2023 г. в РБ хозяйственную деятельность осуществляли 263 тыс. ИП и 113 тыс. организаций малого и среднего предпринимательства, в т. ч. 100 тыс. микро-организаций.

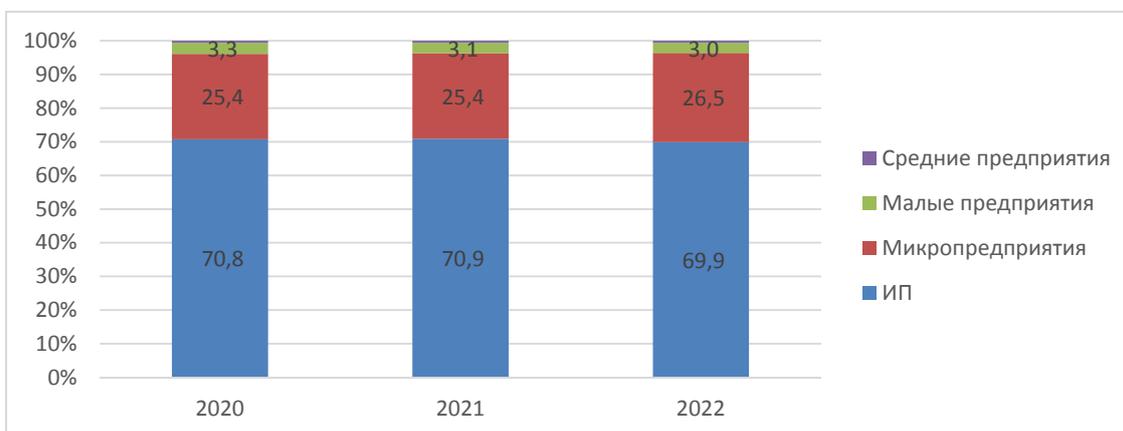
В динамике произошло сокращение числа индивидуальных предпринимателей в 2020-2022 г.: в 2021 г. их число выросло на 1,3%, а в 2022 сократилось на 3,7%. Серьёзно повлияли на работу индивидуальных предпринимателей различные законодательные новшества.



**Рисунок 2. – Динамика малых и средних предприятий, индивидуальных предпринимателей за 2020-2022 гг.**

Примечание – Собственная разработка на основе источника [3]

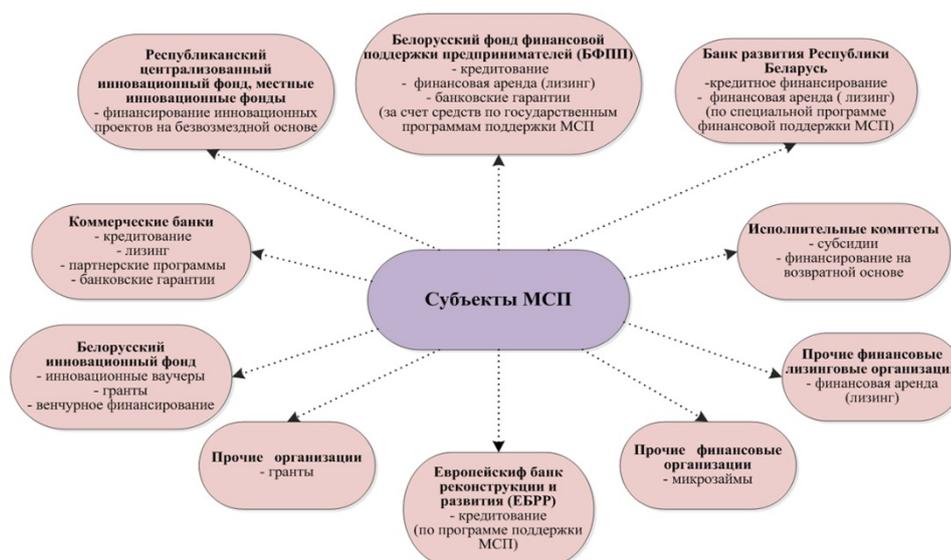
Так за последний год исчезла упрощенная система налогообложения, выросли налоги. Количество юрлиц в МСП в 2021 г. выросло на 0,6%, а в 2022 г. на 1,1%. Общее количество МСП за анализируемый период снизилось на 6,5 тыс. за счёт ИП.



**Рисунок 3. – Структура малого и среднего предпринимательства за 2020-2022 гг., %**

Примечание – Собственная разработка на основе источника [3]

Для совершенствования отраслевой и территориальной структуры, усиления технического, технологического и кадрового потенциала МСП в РБ и дальше будет осуществляться государственная поддержка МСП [4]. На рисунке 4 представлены участники системы финансовой поддержки МСП в РБ.



**Рисунок 4. – Участники системы финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь [5]**

В соответствии с Государственной программой развития малого и среднего предпринимательства в РБ на 2021-2025 гг. запланировано финансирование в размере 31,4 млрд. руб. на 5 лет, в том числе на решение следующих задач:

1. Укрепление институциональной базы 11,18 млн. руб.
2. Укрепление регуляторных условий и администрирования бизнеса
3. Укрепление потенциала субъектов малого и среднего предпринимательства 31 393,6 млн. руб.
4. Стимулирование деловой инициативы, обучение навыкам предпринимательства и популяризации предпринимательской деятельности 1,7 млн. руб.

Предусмотрены следующие источники финансирования Государственной программы:

1. Республиканский бюджет 17,2 млн. руб.
2. Местные бюджеты 70,5 млн. руб.
3. Собственные средства БФФПП 5,6 млн. руб.
4. Кредиты банков 31300 млн. руб.
5. Международная техническая помощь 13,2 млн. руб.

В таблице 2 представлено выполнение Государственной программы в части финансирования.

**Таблица 2. – Финансирование Государственной программы развития малого и среднего предпринимательства в 2021 и 2022 гг., млрд. руб.**

Показатель	План		Факт		Отклонение		Выполнение, %	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Республиканский бюджет, в т.ч.	3,1	3,3	3,1	3,2	0,0	-0,1	100,0	97,0
Местные бюджеты, в т.ч.	9,6	14,4	6,5	5,2	-3,1	-9,2	67,7	36,1
Собственные средства БФФПП	1,5	1,0	1,9	2,5	0,4	1,5	126,7	250,0
Средства Банка развития, в том числе привлеченные	160,0	160,0	213,0	357,8	53,0	197,8	133,1	223,6
Кредиты ОАО «АСБ Беларусбанк»	2200,0	2300,0	5000,9	4216,3	2800,9	1916,3	227,3	183,3
Кредиты ОАО «Белагропромбанк»	1500,0	1500,0	2663,3	2396,6	1163,3	896,6	177,6	159,8
Кредиты ОАО «Белинвестбанк»	2200,0	2200,0	2932,9	2916,6	732,9	716,6	133,3	132,6
иные источники (международная техническая помощь)	5,6	7,6	6,9	5,0	1,3	-2,6	123,2	65,8
<b>Всего</b>	<b>6079,8</b>	<b>6186,2</b>	<b>10828,5</b>	<b>9903,3</b>	<b>4748,7</b>	<b>3717,1</b>	<b>178,1</b>	<b>160,1</b>

Примечание – Собственная разработка на основе источника [3]

Таким образом, в части финансирования Государственной программы поддержки МСП в РБ наблюдается перевыполнение за период 2021-2022 гг. на 8465,8 млн. руб. Выполнение запланированных объёмов финансирования в 2021 г составило 178,1%, в 2022 г. 160,1%.

Базовым центром поддержки предпринимательства в РБ на сегодня является Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей [6]. Выделим основные задачи, стоящие перед базовым центром поддержки предпринимательства:

- оказание содействия субъектам МСП в получении финансовых, материально-технических ресурсов, информационных, методических и консультационных услуг в рамках осуществления основной деятельности Фонда (оказание финансовой поддержки);

- оказание содействия в подготовке, переподготовке квалифицированных кадров для субъектов МСП по средствам организации и проведения семинаров (вебинаров) [7], конференций и иных мероприятий;

- консультации, семинары по вопросам организации и ведения предпринимательской деятельности;

- подготовка и реализация проектов международной технической помощи, иных международных программ и соглашений по вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства;

- развитие производственной кооперации (работа площадки субкон-трактации; организация и проведение бирж субконтрактов и иных мероприятий по развитию субконтрактации);

- обеспечение популяризации Фонда и предпринимательской деятельности в целом;

- организация взаимодействия центров, расположенных на территории г. Минска, по проведению мероприятий, оказанию субъектам МСП услуг, связанных с организацией и осуществлением предпринимательской деятельности;

- участие в разработке программ государственной поддержки МСП;

- информационная поддержка субъектов МСП [8];

- международное сотрудничество в сфере предпринимательства.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что в РБ созданы обширные условия для развития МСП. И количество субъектов МСП растёт с каждым годом, что свидетельствует об эффективности предлагаемой государством поддержки.

#### **Список использованных источников**

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.

2. Галкина М.Н., Киевич А.В. Проблемы обеспечения информационной и экономической безопасности государства / М.Н. Галкина, А.В. Киевич // Экономика и банки. 2021. № 1. С. 65-76.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь 743 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>- Дата доступа: 07.04.2024.

4. Киевич Д.А. Анализ инвестиционной деятельности в Республике Беларусь / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 5 (261). С. 13–18.

5. Малый и средний бизнес [Электронный ресурс] // Министерство экономики. – Режим доступа: [http://economy.gov.by/ru/small\\_business-ru/](http://economy.gov.by/ru/small_business-ru/) - Дата доступа: 16.04.2024.

6. Ливенский В.М., Лисовский М.И., Янковский И.А. Тенденции развития сетевых форм организации цифровой экономики в РБ / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский, И.А. Янковский // Современные аспекты экономики. 2021. № 3 (283). С. 26-32.

7. Киевич А.В. Социальная сфера как драйвер экономического роста / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 12 (244). С. 93-98.

8. Проровский, А.Г. Развитие цифровой экономики в условиях санкционной войны, Вестник БрГТУ, вып. 3(129), сс. 86–91, ноя. 2022.

**К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ МЕХАНИЗМЕ ИННОВАЦИОННОЙ  
ТРАНСФОРМАЦИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**Маковецкий Сергей Александрович, к.э.н., ученый секретарь,  
Скирневская Людмила Николаевна, младший научный сотрудник,  
Савостьянова Анна Сергеевна, аспирант**

**ГБУ «Институт экономических исследований», Донецк, ДНР**

Maikovetsky Sergey Alexandrovich, Ph.D. in Economics, Scientific Secretary, ups.dn@mail.ru,

Skirnevskaya Lyudmila Nikolaevna, Junior Researcher, luda.skirnevskaya@gmail.com,

Savostyanova Anna Sergeevna, PhD student, lawyer77a@mail.ru

SBI «Institute for Economic Research», Donetsk, DPR

**Аннотация.** Инновационная деятельность в Донецкой Народной Республике требует создания эффективного и действенного механизма инновационного развития. Это определяет важность исследования всех его составляющих, где ведущее место занимает финансовый механизм. Именно финансовый механизм с эффективной системой финансирования инноваций позволяет привлечь имеющиеся финансовые источники в государстве, которые влияют на активизацию инновационной деятельности.

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, потенциал, планирование, предприятие, развитие, ресурс, стратегия, управление, финансовый механизм.

Целью данной статьи является определение основных проблем инновационного развития Донецкой Народной Республики и предложение возможных путей их решения.

По мнению российского ученого Колоколова В.А., инновационный механизм – организационно-экономическая форма осуществления инновационной деятельности и способствование ее проведения, поиска инновационных решений, а также рычаги стимулирования и регулирования этой деятельности [1].

Эффективность инновационной деятельности в государстве зависит от сложившейся системы механизмов инновационного развития, которые объединяют организационные, экономические и финансовые аспекты, определяя при этом эффективную стратегию развития инноваций. Можно утверждать, что процесс развития инноваций в регионе включает в себя организационные, экономические и финансовые подходы, а также методы и принципы формирования стратегии и политики в области инноваций. Эти меры направлены на повышение конкурентоспособности, уровня социально-экономического развития и качества жизни жителей.

Можно выделить основные компоненты механизма инновационного развития, включающие организационные аспекты (организация, разработка и внедрение инноваций), экономические факторы (управление, планирование и продвижение инноваций), а также финансовые механизмы (финансирование и стимулирование), что способствует определению эффективной стратегии инновационного развития [2].

Эффективные механизмы инновационного развития в Донецкой Народной Республике начинаются с эффективных организационных мер. Прежде всего, это касается создания и поддержания условий для инновационного развития:

- содействия внедрения инновационных технологий и выпуску инновационных продуктов на предприятиях;
- формирования трансфера технологий;
- реализации программ подготовки и переподготовки кадров;
- содействия внедрения инновационных проектов государственных предприятий, направленных на удовлетворение потребностей сектора общественных работ;
- обеспечения экономической безопасности субъектов инновационной деятельности Донецкой Народной Республики;
- проведения семинаров и конференций по инновационным и научно-техническим вопросам;
- проведения мониторинга инновационной деятельности;

– сопровождение и управление крупными инновационными проектами на государственном уровне.

Экономический механизм инновационного развития отвечает за стратегическое управление инновационным развитием и связан с разработкой целей, программ и проектов с учетом текущего социально-экономического состояния Донецкой Народной Республики, государственной политики инновационного развития, инновационного и производственного потенциала государства, внешних и внутренних факторов инновационных потребностей. Стратегия инновационного развития направлена на объединение научно-технического государства с инновационной политикой, посредством которой создаются инновационные продукты и технологии. Планирование инновационного развития осуществляется путем разработки долгосрочной программы инновационного развития региона. Данная программа является основной частью общегосударственной программы социально-экономического и инновационного развития и содержит набор правил, процессов и инструментов, направленных на достижение поставленных стратегических инновационных и социально-экономических целей Донецкой Народной Республики.

Однако без эффективной финансовой поддержки внедрение инноваций в республике будет ограничено, поэтому финансовый механизм занимает ведущее место среди составляющих механизма инновационного развития.

Финансовый механизм инновационного развития – это совокупность элементов различных форм, методов, видов и финансовых отношений, направленных на инновационное развитие в целях повышения социально-экономического уровня и конкурентоспособности государства.

Ключевое место в структуре финансового механизма инновационного развития занимает его финансирование. Это финансирование характеризуется достаточно широким спектром финансовых ресурсов, что требует четких принципов их аккумулирования и методов контроля за целевым использованием финансовых ресурсов.

Источниками финансирования инновационного развития являются собственные средства компании, бюджетные средства, иностранные инвестиции, венчурный капитал и кредитные ресурсы [3].

Поскольку Донецкая Народная Республика является молодым государством, в ней, на сегодняшний день, отсутствует долгосрочное инвестирование, тем самым замедляется процесс инновационного развития.

Кроме того, все крупные предприятия Донецкой области находятся под внешним управлением. Их неопределенный правовой статус ограничивает возможности сотрудничества с ними в плане инвестиционной деятельности. По крайней мере в настоящее время правительство считает, что такие возможности существуют только в рамках государственно-частного партнерства. Кроме того, в Донецкой Народной Республике не хватает средств для эффективной реализации инновационной деятельности, чтобы снизить инновационные риски и повысить престиж отечественных производителей, разрабатывающих новые технологии и технику. Поэтому необходимо развивать инновационную инфраструктуру, способствующую связи науки и бизнеса, поддерживающую малые высокотехнологичные предприятия на начальном этапе и способствующую быстрому внедрению инноваций при непосредственном участии их разработчиков.

Также, в этом контексте стоит рассмотреть кадровую проблему. По причине недостаточного финансирования в Донецкой Народной Республике сокращается количество работников, которые занимаются научно-исследовательской деятельностью как своей основной деятельностью. По причине недостаточного финансирования в Донецкой Народной Республике сокращается количество работников, которые занимаются научно-исследовательской деятельностью как своей основной деятельностью.

Для стимулирования инновационной деятельности необходимо разработать организационно-экономический механизм, который будет способствовать всему процессу создания нового продукта – от зарождения идеи до превращения ее в коммерчески успешный продукт и выхода на рынок.

Создание и совершенствование инновационной системы должны способствовать улучшению уровня жизни граждан, достижению экономического прогресса и созданию необходимых экономических, законодательных и управленческих предпосылок для поэтапного перехода промышленности региона на инновационную траекторию развития.

Основной задачей в области развития энергосберегающих технологий для Донецкой Народной Республики является разработка и распространение ресурсов на промышленных предприятиях региона. В связи с особенностями региона, необходимо решать вопросы очистки атмосферного воздуха, переработки бытовых отходов и отходов производства на научной основе [4].

Для реализации механизма инновационного развития в Донецкой Народной Республике Народным Советом совместно с представителями Министерства экономического развития и другими уполномоченными специалистами принят [5] Закон «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве», который некоторым образом обезопасит как активы предприятия, так и средства инвестора. Данный закон разработан в качестве базового для остальных законов, которые будут рассматриваться с учетом уже закрепленных принципов и положений: «Об иностранных инвестициях», «Об инвестиционной деятельности в Донецкой Народной Республике, осуществляемой в форме капитальных вложений», «О концессиях», «О развитии малого и среднего предпринимательства» и других.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в условиях экономической нестабильности важное значение приобретает создание благоприятных условий для разработки инновационных проектов, а также поиск различных источников инвестирования с целью полного финансирования инновационных проектов в Донецкой Народной Республики.

#### Список использованных источников

1. Колоколов В.А. Инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 1. – С. 95–104.
2. Лясковская Е.А. Интегральный механизм инновационного развития экономики / Е.А. Лясковская // Инновации и инвестиции. – 2008. – № 2. – С. 104–112.
3. Маковецкий С.А. Инвестиции: сущность, функции и перспективы в Донецкой Народной Республике / С.А. Маковецкий // Вестник института экономических исследований. – 2018. – № 1(9). – С. 74–80.
4. Маковецкий С.А. Показатели индекса развития отдельных отраслей и секторов экономики ДНР на основе критериев оценки эффективности экономической системы / Л.М. Кузьменко, М.В. Борисенко, Л.В. Шабалина, С.А. Маковецкий и др. // Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы и пути решения. – Донецк, 2018. – 260 с.
5. Тараш Л.Г. Формирование и развитие инновационной системы в Донецкой Народной Республики / Л.Г. Тараш, Р.А. Голоднюк // Вестник института экономических исследований. – 2020. – № 1(17). – С. 40–51.

УДК 338.242.2

#### МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РБ

Мальгина Ирина Валерьевна, к.э.н., доцент

Академия управления при Президенте Республики Беларусь

Malgina Irina Valerievna, PhD in Economics,

Associate Professor Academy of Public Administration under the President  
of the Republic of Belarus, irina\_malgina@list.ru

**Аннотация.** В статье проведен анализ состояния субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в Республике Беларусь на современном этапе, определены источники его финансовой поддержки.

**Ключевые слова:** МСП, экономика страны, государственная поддержка, налоговые ставки, финансовые гарантии, финансирование.

Как известно, финансовое прогнозирование позволяет смоделировать предполагаемые результаты и оценить эффективность мер финансовой поддержки субъектов МСП в РБ на перспективу. Особенно это важно при принятии важных решений [1].

Например, в 2024 году будет окончательно сформирован список видов деятельности, которые будут разрешены для индивидуального предпринимательства. Это решение совместно с принятым законом «Об изменении законов по вопросам предпринимательской деятельности» № 365-З будет играть важную роль в дальнейшем развитии МСП в РБ.

В тоже время способы совершенствования бизнес-среды затрагивают мно-жество аспектов [2]. В рамках данной работы остановимся на финансовой поддержке.

Для улучшения финансовой поддержки бизнес-среды в Республике Беларусь, будем рассматривать 3 направления:

- объём финансовой поддержки;
- стоимость финансовой поддержки;
- структура средств.

Под объёмом будем подразумевать суммы денежных средств аккумулируемые и привлеченные для инвестиционных и текущих целей субъектов малого предпринимательства. Если проанализировать инвестиции малого и среднего предпринимательства за 2010-2022 гг. в среднем 96% инвестиций составляет финансовая поддержка, состоящая на 99% из заемных средств на условиях возвратности, срочности, платности. Мероприятия в этом направлении были связаны с имеющимися видами поддержки, но в большем объёме.

Под стоимостью финансовых ресурсов будем понимать процентную ставку. Однако в связи с тем, что в каждом банке имеется много кредитных продуктов с разными условиями, будем использовать среднюю ставку рефинансирования, т.к. большинство процентных ставок плавающие и привязываются к ставке рефинансирования Национального банка РБ [3]. Мероприятия в этом направлении будут связаны с реализацией более мягкой кредитно-финансовой политики и с уменьшением процентной ставки.

Под структурой средств будем подразумевать деление проектов, а также источников их финансирования на республиканский, местный бюджеты, банковские продукты, венчурные фонды, краудфандинговое финансирование.

Таким образом, в имеющейся структуре финансовой поддержки нужно увеличивать следующие направления:

✓ Финансирование стартапов инновационной направленности на конкурсной основе из средств республиканского бюджета.

Стартапы выступают неотъемлемой частью инновационной модернизации многих высокоразвитых стран на протяжении последних десятилетий. Под ним подразумевается временная организация, направленная на поиск новой бизнес-модели. В отличие от классического проекта, развивается очень быстро и не ограничивается открытием точек в одном регионе или даже стране.

В РБ, как и во всем мире, поддержка стартап-движения стала значимым инструментом развития инновационного предпринимательства. В данном направлении нужно многое сделать, несмотря на то, что разработана карта стартап-движения, отсутствует статистика по данному направлению и в законодательстве четкого отношения к стартапам не очерчено.

✓ Создание венчурных фондов для финансирования высокорисковых проектов. Финансирование венчурных инвестиций обладают некоторыми особенностями:

1. Источником первых инвестиций на MVP могут быть семья, друзья или связи.

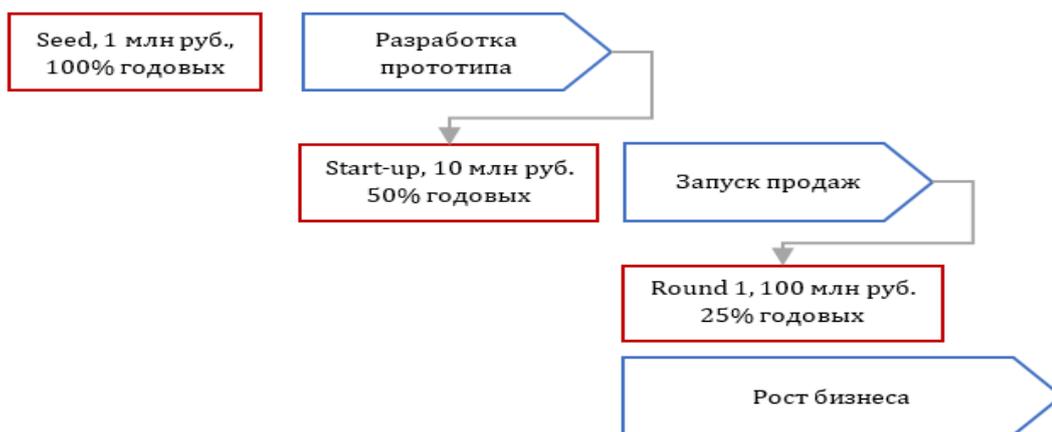
2. На стадии pre-seed. Когда MVP готово, его можно тестировать и наблюдать за реакцией первых пользователей привлекаются деньги от бизнес-ангелов, небольшие гранты на разработку, но как такового крупномасштабного венчурного капитала все еще нет.

3. Стадия seed наступает, когда готовый продукт нужно продвигать, разрабатывать, дорабатывать, превращать в большую работающую систему. На этой стадии масштабно привлекаются венчурные фонды и венчурного капитала в классическом понимании.

4. Далее следуют серии А, В, С, то есть, дальнейшее масштабирование вплоть до IPO и выхода на биржу. Цикл привлечения средств длится 6-9 месяцев непрерывного финансирования.

На рисунке представлены этапы финансирования венчурных проектов. Среди стран, добившихся значительных успехов в развитии венчурной деятельности, что позволило им выйти в лидеры по темпам инновационного и технологического развития и значительно повысить уровень конкурентоспособности национальных экономик, стоит выделить Финляндию, Израиль, Великобританию, Сингапур, Южную Корею, Китай и др.

С учётом специфики ситуации в Республике Беларусь, наиболее интересным является опыт Финляндии и Израиля, где на первых этапах формирования венчурной деятельности значение государства было ключевым и начиналось исключительно за счет государственных средств. Они использовались в качестве «посевного капитала» за долю в бизнесе от 15 до 40%.



**Рисунок – Этапы финансирования венчурных фондов [4]**

Примечание – Собственная разработка

✓ **Финансирование акселераций и укрепление региональных инновационных кластеров**

Для более успешного выхода на рынок стартапы стремятся зарекомендовать себя и обрести сеть полезных контактов, обращаясь в бизнес-инкубаторы за помощью. Такая практика позволяет стартапу превратиться в успешную компанию-единорога, что является довольно высоким показателем, бизнес-инкубаторов и кластеров.

Наиболее перспективными направлениями в стартап-движении являются: разработка приложений, аналитика данных, облачные технологии, то есть технологий такой обработки данных.

✓ **Финансирование проектов на краудфандинговой основе.**

Краудфандинг (от английского crowd-funding) – это метод финансирования проектов, идей или предприятий, при котором деньги собираются с большого числа людей (крауда, с английского «толпа»), обычно через интернет-платформы или специализированные краудфандинговые сайты.

При помощи инвестиционной модели краудфандинговой площадки можно поддерживать стартапы и молодые компании, становясь их соучредителями и получая дивиденды в случае успешного выхода компании на рынок. Но это более рискованно.

Сфера краудфандинга в РБ регулируется Указом №196 «О сервисах онлайн-заимствования и лизинговой деятельности».

Ещё один вид краудфандинговых площадок – это площадки благотворительной и социальной направленности, где сбор средств не подразумевает извлечение прибыли вкладчиками. В РБ существуют следующие платформы Investo.by, Talaka.by, Ulej.by, Maesens.by.

В качестве операторов сервисов онлайн-заимствования (то есть в качестве краудфандинговых площадок) могут выступать только организации, включенные Нацбанком РБ в специальный реестр.

Важно, что со средств, собранных с помощью краудфандинга, не нужно уплачивать подоходный налог.

Далее для оценки и дальнейшего моделирования влияния финансовой поддержки на экономические показатели проведём анализ связей между численностью малого и среднего предпринимательства и основными внутренними и внешними показателями.

В качестве основных внутренних региональных показателей развития малого предпринимательства можно выделить: количество субъектов малого предпринимательства, количество занятых на малых предприятиях и объём производимой продукции, товаров и услуг на малых предприятиях. К внешним показателям влияния на устойчивое развитие малого бизнеса целесообразно отнести: финансовую поддержку (в среднем 96% инвестиций в основной капитал МСП), стоимость финансовых ресурсов на рынке (среднегодовой уровень ставки рефинансирования) [5]. Исходная информация для расчета представлена в таблице 1.

Таблица 1. – Информация для анализа взаимосвязей за период 2010-2022 гг.

Периоды	Численность МСП с ИП	Финансовая поддержка, млн. руб.	Число занятых	Стоимость финансовых ресурсов
2010	318751	2128	1499,3	11,82
2011	310562	3442	1459,7	21,57
2012	332837	5670	1460,3	34,45
2013	359568	7906	1505,1	25,62
2014	363160	9248	1477,3	21,51
2015	348222	7484	1417,6	24,89
2016	343377	6518	1431,5	21,16
2017	346109	6999	1442,1	13,41
2018	352564	8588	1452,8	10,3
2019	367777	10877	1519,5	9,75
2020	378906	11500	1484,5	8,19
2021	385028	10829	1469,5	8,61
2022	376153	9903	1420,3	11,56

Примечание – Собственная разработка на основе [5].

Между анализируемыми данными была найдена корреляционная связь. Связь изменения числа малого и среднего предпринимательства с финансовой поддержкой имеет коэффициент корреляции 0,96, что говорит о сильной прямой связи. Чем больше инвестиций, тем больше увеличивается число МСП.

Связь со стоимостью ресурсов имеет коэффициент корреляции -0,47, что говорит о средней обратной связи. При снижении процентной ставки увеличивается число МСП.

Связь с фактором численности занятых имеет коэффициент корреляции 0,08, что говорит о слабой прямой связи. Можно не учитывать данный фактор при построении уравнения взаимосвязи.

Анализируя полученные данные, можно предположить, что применение финансовой поддержки может использоваться для прогнозирования численности МСП в 2025 г.

Произведём расчеты по представленным факторам в трёх сценариях:

- оптимистичный (масштабирование ИП исключенных видов деятельности в малое предпринимательство без потерь),

- базовый (наличие потерь небольшой части ИП при сокращении видов таких видов деятельности ИП как оптовая торговля и деятельность в агро-экотуризме в размере 1% (-840 ИП)).

- пессимистичный (наличие потерь ИП порядка 5% от исключенных видов деятельности).

В таблице 2 представлен расчет изменения показателей при увеличении объёмов финансирования.

Таким образом, в зависимости от воздействия внешних факторов связанных с законодательством может потребоваться различное количество финансовых средств, чтобы не допустить падения основных показателей. Так в оптимистичном варианте при отсутствии оттока МСП, а только их масштабировании увеличение господдержки на 1% (100 млрд. руб.) приведёт к росту числа субъектов МСП на 0,79 тыс. ед.

А при среднегодовой выручке микро и малых предприятий 1,23 млрд. руб. прирост выручки составит 976,6 млрд. руб. При средней рентабельности 9,2%, прибыль составит 89,8 млрд. руб. При средней налоговой нагрузке 6,4% прирост налогов в бюджет составит 61,5 млрд. руб., что составляет 61,5% от расходов бюджета.

При наличии оттока МСП в базовом периоде в размере 1% от численности видов деятельности, которые исключили из списка разрешенных для ведения ИП потери выручки составят 1070,1 млрд. руб., а бюджет недополучит 67,4 млрд. руб. Для того, чтобы не допустить падения показателей необходимо привлечь дополнительного финансирования в размере 2% (200 млрд. руб.). При этом поступления в бюджет в виде налогов не уменьшатся и составят 55,3 млрд. руб.

Таблица 2. – Прогнозирование влияния увеличения финансовой поддержки на показатели деятельности МСП в РБ

Показатель		% к факту 2022	1%	2%	3%	4%	5%	6%
Увеличение объёмов выдачи заёмных средств	Прирост, млрд. руб.		100	200	300	400	500	600
	Сумма, млрд. руб.		10003	10103	10203	10303	10403	10503
Количество субъектов МСП по уравнению регрессии	Кол-во, тыс. ед.		377	378	379	379	380	381
	Прирост, тыс. ед.		0,79	1,58	2,37	3,16	3,95	4,74
Прирост показателей	оптимистичный вариант	Выручка, млрд. руб.	976,6	1948,3	2920,0	3891,7	4863,4	5835,1
		Прибыль	89,8	179,2	268,6	358,0	447,4	536,8
		Налоговые поступления	61,5	122,7	184,0	245,2	306,4	367,6
	базовый вариант	Выручка, млрд. руб.	-93,5	878,2	1849,9	2821,6	3793,3	4765,0
		Прибыль	-8,6	80,8	170,2	259,6	349,0	438,4
		Налоговые поступления	-5,9	55,3	116,5	177,8	239,0	300,2
	пессимистичный вариант	Выручка, млрд. руб.	-	-	-2430,5	-1458,8	-487,1	484,6
		Прибыль	-402,4	-313,0	-223,6	-134,2	-44,8	44,6
		Налоговые поступления	-275,6	-214,3	-153,1	-91,9	-30,7	30,5

Примечание – Собственная разработка на основе [5]

При наличии оттока МСП в размере 5% от численности видов деятельности, которые исключили из списка разрешенных для ведения ИП (*пессимистичный вариант*) необходимо привлечь дополнительное финансирование в размере 6% (600 млрд. руб.). При этом поступления в бюджет в виде налогов не уменьшатся и составят 30,5 млрд. руб.

В таблице 3 представлен расчёт изменения показателей при снижении стоимости финансовой поддержки.

Таблица 3. – Прогнозирование влияния снижения стоимости финансовой поддержки на показатели деятельности МСП в РБ

Показатель		Изменение к факту 2022	0,5	1,0	1,5	2,0	2,5	3,0
Снижение процентной ставки		п.п.	11,1	10,6	10,1	9,6	9,1	8,6
Количество субъектов МСП по уравнению регрессии	Кол-во, тыс. ед.		376	376	376	377	377	377
	Прирост, тыс. ед.		0,09	0,17	0,26	0,34	0,43	0,52
Прирост показателей	оптимистичный вариант	Выручка, млрд. руб.	106,0	212,0	318,0	424,1	530,1	636,1
		Прибыль	9,8	19,5	29,3	39,0	48,8	58,5
		Налоговые поступления	6,7	13,4	20,0	26,7	33,4	40,1
	базовый вариант	Выручка, млрд. руб.	-964,1	-858,1	-752,1	-646,0	-540,0	-434,0
		Прибыль	-88,7	-78,9	-69,2	-59,4	-49,7	-39,9
		Налоговые поступления	-60,7	-54,1	-47,4	-40,7	-34,0	-27,3
	пессимистичный вариант	Выручка, млрд. руб.	-5244,5	-5138,5	-5032,5	-4926,4	-4820,4	-4714,4
		Прибыль	-482,5	-472,7	-463,0	-453,2	-443,5	-433,7
		Налоговые поступления	-330,4	-323,7	-317,0	-310,4	-303,7	-297,0

Примечание – Собственная разработка на основе [5].

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод о том, что сила влияния стоимости капитала в данном случае оказывает меньшее влияние, чем объём финансирования. Таким образом, сни-

жение ставки на 0,5 п.п. привлечет порядка 90 тыс. новых субъектов МСП, увеличив выручку на 106 млрд. руб., прибыль на 9,8 млрд. руб., а налоговые поступления на 6,7 млрд. руб.

Следует отметить, что стоимость капитала в экономике играет высокую роль. Анализируя только часть аспектов, касающихся малого и среднего предпринимательства, упускаются из вида другие эффекты, которые повлечет за собой изменение ставки рефинансирования.

В части улучшения структуры финансирования предлагается:

✓ Увеличение альтернативного финансирования венчурных фондов.

- создание законодательной базы в области венчурного финансирования с определением видов фондов, которые могут открываться в РБ, механизма финансирования, контроля

- предусмотреть в государственной программе «Развитие малого и среднего предпринимательства на 2025-2030 гг» в структуре финансирования порядка 3 млрд. руб. для финансирования венчурных фондов 1% от общего объёма финансирования

- создать Главный Фонд в качестве Управляющей компании для всех дочерних фондов с получением непрерывного финансирования от государства для предотвращения перебоев в финансировании.

- создать дочерние фонды по областям и г. Минску на срок 5-10 лет с привлечением частных Управляющих компаний на конкурсной основе и независимых инвесторов.

✓ Альтернативное финансирование краудфандинговых платформ.

- законодательное выделение краудфандинговой деятельности как отдельной деятельности, четкое определение видов данной деятельности:

- четкое определение субъектов и законодательных основ, на которых происходят сделки;

- устранение предельных сумм привлечения средств и их налогообложения;

- установление предельных сумм комиссии платформы;

- расширение перечня банков, сотрудничающих с краудфандинговыми платформами [7].

Следует заметить, что государством РБ предпринимаются попытки реформирования и стимулирования развития предпринимательства, но они недостаточны для получения значительного эффекта [8]. Для развития предпринимательства необходима комплексная система мер, направленная на либерализацию экономики и проведение рыночных реформ.

#### **Список использованных источников**

1. Финансы. / М.И. Бухтик, А.В. Киевич, И.А. Конончук, М.П. Самоховец, С.В. Чернорук. // Полесский государственный университет. Пинск, 2017.

2. Панюсько А.С., Киевич А.В. 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. Киевич Д.А. Рост конкуренции в банковской системе Республики Беларусь как фактор стабильности банковского сектора экономики. / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 3 (235). С. 43-47.

4. Патлис В. Государственное регулирование создания и финансирования стартапов в Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-sozdaniya-i-finansirovaniya-startapov-v-belarusi> - Дата доступа: 09.04.2024.

5. Малый и средний бизнес [Электронный ресурс] // Министерство экономики. – Режим доступа: [http://economy.gov.by/ru/small\\_business-ru/](http://economy.gov.by/ru/small_business-ru/) - Дата доступа: 06.04.2024.

6. Киевич А.В., Койпаш Д.А. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта. / А.В. Киевич, Д.А. Койпаш // Экономика и банки. 2016. № 1. С. 58–65.

7. Ливенский В.М., Лисовский М.И. Анализ состава и структуры доходов и расходов бюджета рб / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. 2020. № 4 (272). С. 190-195.

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕХАНИЗМА  
ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В РБ**

**Морозов Григорий Максимович, аспирант  
Белорусский государственный университет**

Morozov G.M., Belarusian State University, mor\_gnik.g.m@yandex.ru

**Аннотация.** В статье охарактеризована политика по выработке и применению наиболее эффективного механизма формирования денежных доходов населения в РБ, выделены главные направления и задачи.

**Ключевые слова:** экономика РБ, денежные доходы, заработная плата, поступления от владения собственностью, доходы от предпринимательской деятельности.

Важную роль в политике в области денежных доходов Республики Беларусь (РБ) играет работа по выработке и применению наиболее эффективного механизма формирования денежных доходов населения, и одним из ключевых аспектов которой должно быть создание благоприятных условий, которые позволяли бы экономической активной части населения РБ зарабатывать денежные средства, включающие в себя заработную плату, поступления от владения собственностью, доход от предпринимательской и иной деятельности, а также выплаты из различных общественных фондов [1].

Регулирование, контроль и корректировка оплаты труда является одним из приоритетных направлений при осуществлении социально-экономической политики, так как именно оплата труда занимает наибольший удельный вес в общем объеме доходов населения [2].

Проведенное исследование показало, что для РБ характерно недостаточно высокая реальная заработная плата (*в том числе и в связи с инфляцией*). Она уменьшает покупательную способность денег, снижая реальную ценность денежных доходов и сбережений населения, поскольку по прошествии определенного периода времени на одну и ту же сумму денег можно купить меньше товара, чем прежде. В свою очередь Государство РБ проводит антиинфляционную политику, но необходимо также предпринимать меры по защите денежных доходов и сбережений населения от влияния инфляции: сдерживать необоснованный рост цен и заработной платы.

Следовательно, политика регулирования доходов населения должна быть направлена на обеспечение высокого уровня жизни населения за счёт увеличения реальных денежных доходов, и, прежде всего, достойного вознаграждения за осуществляемую трудовую деятельность и, тем самым, создания условий для качественной жизни в пожилом возрасте [3].

Ещё одной проблемой, которая существует в РБ, является дифференциация заработной платы на региональном уровне и в зависимости от вида экономической деятельности.

На сегодня в РБ приоритетными задачами в области доходов и оплаты труда являются:

1. обеспечить устойчивый рост реальной заработной платы и иных доходов населения;
2. в реальном секторе экономики сохранится принцип повышения зарплаты по мере роста производительности труда, на который будут ориентированы бизнес-планы всех субъектов хозяйствования;
3. в коммерческих организациях производственной сферы, где заработная плата складывается ниже среднеотраслевого значения, предстоит разработать комплексы мер по сокращению этого разрыва со среднеотраслевым уровнем по соответствующему виду экономической деятельности, сложившимся за базовый год;
4. повышение заработной платы работников бюджетной сферы будет обеспечиваться за счет оптимизации структуры и численности работников бюджетных организаций, поэтапного увеличения базовой ставки и развития внебюджетной деятельности;
5. размер минимальной заработной платы составит не ниже 30% прогнозного значения номинальной начисленной среднемесячной заработной платы по республике, определенного на соответствующий календарный год, начиная с 2022 года;
6. в пенсионном обеспечении предусматривается развивать многоуровневую пенсионную систему, включающую государственное пенсионное обеспечение, профессиональное пенсионное

страхование работников по условиям труда, корпоративные пенсионные программы нанимателей, частные пенсионные сбережения граждан;

7. поэтапно внедрять новый механизм пенсионного обеспечения - добровольное накопительное страхование пенсии путем предоставления работнику права перечислять страховой взнос на личный пенсионный счет и дополнительного взноса в размере до 3% от его заработной платы за счет средств нанимателя;

8. для стимулирования роста сбережений населения будут приняты меры по повышению привлекательности инструментов финансового рынка (*банковские вклады, страховые накопления и др.*) и финансовой грамотности населения.

Таким образом, основными причинами снижения заработной платы являются инфляция, дифференциация заработной платы как на региональном уровне, так и в зависимости от вида экономической деятельности работника, а также проблема нехватки и переизбытка специалистов, которая вытекает из различий оплаты труда в зависимости от экономической деятельности [3].

Решениями данных проблем могут выступить:

1. проведение государством антиинфляционной политики и осуществление государством мер по защите денежных доходов и сбережений населения от влияния инфляции;

2. выравнивание уровней жизни населения в различных регионах, например, путём создания эффективных производств и обеспечения качественных и благоприятных условий для трудовой деятельности в районных городах или внедрение системы доплат в зависимости от региональных номинальных среднедушевых денежных доходов населения.

Для успешного осуществления функций оплаты труда, среди которых выделяют стимулирующую, воспроизводственную и регулирующую, применяется комплекс государственных гарантий [4].

И главной своей целью данный комплекс ставит выполнение государственных обязательств перед физическими и юридическими лицами, направленных на предоставление материальных и нематериальных благ в соответствии с государственными стандартами, а также общепринятыми нормами международных актов и документов.

Согласно Трудовому кодексу РБ [5], система государственных гарантий, законодательно устанавливающая данные обязательства государства перед населением, включает в себя:

1. величина минимальной заработной платы, то есть государственного минимального социального стандарта в области оплаты труда, который наниматель обязан выплатить работнику в качестве нижней границы оплаты труда за работу в нормальных условиях в течение нормальной продолжительности рабочего времени при выполнении обязанностей работника, вытекающих из законодательства, локальных нормативных правовых актов и трудового договора (*с 1 января 2024 года минимальная заработная плата установлена на уровне 554 рублей*);

2. бюджет прожиточного минимума, являющийся частью государственных гарантий и представляющего собой стоимостную величину минимального набора материальных благ и услуг, которые необходимы человеку для обеспечения жизнедеятельности и сохранения его здоровья, а также для выплаты обязательных платежей и взносов;

3. базовая величина как экономический показатель определяет абстрактную ценность покупательной способности денег, не связанную с оценкой каких-либо конкретных материальных или нематериальных благ (*с 1 января 2024 года базовая величина равна 40 рублей*);

4. республиканская тарифная система характеризует совокупность нормативных материалов, позволяющих определить уровень заработной платы работников и степени её дифференциации в зависимости от сложности, содержания и общих условий труда, а также квалификации работников (инструментами данной совокупности являются единая тарифная сетка РБ, тарифный (квалификационный) разряд, тарифные коэффициенты и единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих);

5. размеры увеличения оплаты труда за работу в условиях, отличающихся от нормативных;

6. меры по поддержанию уровня реального содержания заработной платы, индексации заработной платы;

7. государственный контроль и надзор за своевременностью выплат заработной платы и реализацию государственных гарантий в части ее размеров;

8. ответственность нанимателей за нарушение условий коллективного договора или соглашения по оплате труда.

Под государственным надзором находятся и социальные трансферты – безвозмездные передачи населения государственными или же негосударственными организациями ресурсов в денежной или натуральной форме на безвозмездной основе [6]. При этом выплату различные видов социальных трансфертов регулируют соответствующие принятые в РБ нормативные документы, в том числе:

1. пенсии (социальные и трудовые, в том числе пенсии по возрасту, по инвалидности, по случаю потери кормильца, за выслугу лет, за особые заслуги перед республикой);
2. стипендии (учебные, специальные, аспирантам, докторантам, Президента РБ, именные, персональные стипендии совета учреждения высшего образования, руководящим кадрам и т.д.);
3. пособия (по временной нетрудоспособности, по беременности и родам, единовременное пособие для беременных женщин на ранних сроках беременности, единовременное пособие при рождении ребенка, пособия по уходу за ребенком, социальное пособие на погребение, по потере кормильца, по социальному страхованию и т.д.).

Озвучив всё вышесказанное, следует отметить, что оплата труда занимает наибольший удельный вес в общем объеме доходов населения в РБ.

А основными причинами снижения заработной платы являются инфляция, дифференциация заработной платы, как на региональном уровне, так и в зависимости от вида экономической деятельности работника, а также проблема нехватки и переизбытка специалистов, которая вытекает из различий оплаты труда в зависимости от экономической деятельности [7].

Для успешного осуществления функций оплаты труда, среди которых выделяют стимулирующую, воспроизводственную и регулирующую, применяется комплекс государственных гарантий. Главной своей целью комплекс, по повышению эффективности механизма формирования доходов населения в РБ ставит – выполнение государственных обязательств перед физическими и юридическими лицами, направленных на предоставление материальных и нематериальных благ в соответствии с государственными стандартами, а также общепринятыми нормами международных актов и документов.

#### **Список использованных источников**

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.
2. Киевич А.В. Социальная сфера как драйвер экономического роста / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 12 (244). С. 93-98.
3. Официальная статистика: Оперативный учёт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mintrud.gov.by/ru/statistika-rinka-truda-ru>. - Дата доступа: 10.04.2024 г.
4. Самоховец М.П., Бухтик М.И., Киевич А.В. Развитие межбюджетных отношений в Республике Беларусь / М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич // Экономічний форум. 2020. № 3. С. 9-15.
5. Денежные доходы населения (База статистических данных) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/uroven-zhizni-naseleniya/denezhnye-dokhody-naseleniya>. – Дата доступа: 26.03.2024 г.
6. Киевич А.В., Морунова Г.В., Бухтик М.И. Инициативное бюджетирование инструмент повышения эффективности муниципальных программ / А.В. Киевич, Г.В. Морунова, М.И. Бухтик // Вопросы экономики и права. 2017. № 106. С. 56-59.
7. Ливенский В.М., Лисовский М.И. Направления оптимизации государственных расходов в Республике Беларусь / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. 2019. № 6 (262). С. 16-22.

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ****Олешкевич Дарья Витальевна, студент,****Тарасова Людмила Станиславовна, к.э.н., доцент****Гродненский государственный университет имени Янки Купалы**

Oleshkevich Darya Vitalievna, student, d\_oleshkevich64@mail.ru,

Tarasova Ludmila Stanislavovna, PhD in Economic, Associate professor, l.s.tarasova@mail.ru

Yanka Kupala State University of Grodno

**Аннотация.** Статья содержит анализ проблем, которые свойственны для налоговой системы Республики Беларусь на современном этапе, а также исследование путей решения данных проблем.

**Ключевые слова:** налоги, налогообложение, проблемы налогообложения, система налогообложения, процессы налогообложения, цифровизация налоговых процессов, налоговая нагрузка

На сегодняшний день развитие экономики является одним из приоритетов в ряде государств, в том числе Республика Беларусь (далее – РБ). Данное обстоятельство связано с тем, что развитие экономики государства способствует развитию государства в целом. Одним из значимых направлений развития экономики является развитие системы налогообложения, поскольку налоговые выплаты оказывают влияние на ряд процессов в экономике как со стороны государства, так и со стороны отдельных физических лиц. В Республике Беларусь развитие системы налогообложения входит в число приоритетных задач экономического развития, однако на сегодняшний день в функционировании налоговой системы имеются определенные проблемы, в связи с которыми назвать налоговую систему государства идеально функционирующей не предоставляется возможным. В данной статье рассмотрены непосредственно проблемы, характерные для налоговой системы Республики Беларусь, а также намечены пути их решения. В качестве базы для анализа используются данные инспекции Министерства по налогам и сборам (далее – ИМНС) по Лидскому району.

Одной из проблемных отраслей является налогообложение малого бизнеса. Так, в 2022 году Министерство финансов сообщило о планируемой отмене единого налога для индивидуальных предпринимателей (далее – ИП) с 1 января 2023 года, в связи с чем с 2022 года правительство начало вводить в Налоговый кодекс (далее – НК) РБ изменения с целью постепенного перехода к новым правилам налогообложения малого и среднего предпринимательства [3]. Далее с 1 января 2023 года была непосредственно отменена упрощенная система налогообложения (далее – УСН) для ИП, а также единый налог для ИП в зависимости от региона и вида деятельности был увеличен в районе от полутора до трех раз [3]. В результате по состоянию на 01.06.2023 число субъектов малого предпринимательства в Лидском районе сократилось на 28 единиц по сравнению с числом указанных субъектов по состоянию на 01.01.2023 [1]. При этом за указанный период число организаций-субъектов малого предпринимательства сократилось на 47 единиц, число малых организаций – на 23, число микроорганизаций – на 24 [1]. Отметим, что число ИП увеличилось на 19 единиц, а число средних организаций – на 4 [1], однако прирост данных показателей не обеспечил роста общего числа субъектов малого предпринимательства в Лидском районе. Изменения в НК РБ являются немаловажным фактором сокращения числа указанных субъектов, т.к. УСН и единый налог представляют значимость для малого предпринимательства, а сокращение круга лиц, который может применять подобные льготы, усложняет работу малым и средним организациям, в результате чего некоторым из данных организаций становится затруднительно продолжать свою деятельность в силу того, что из-за их размеров применение общей системы налогообложения является проблематичным. Стоит также отметить, что сокращение числа субъектов малого и среднего предпринимательства является негативной тенденцией, поскольку ведет к сокращению разнообразия на рынке и препятствует развитию свободной конкуренции.

Отметим, что для регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства существуют отдельные законодательные акты, в то время как субъекты крупного предпринимательства действуют по общей системе налогообложения. В связи с этим для анализа состояния крупного предпринимательства в Республике Беларусь целесообразно проанализировать действу-

ующую по состоянию на 2023 год общую систему налогообложения. Среди изменений НК РБ за 2023 год, касающихся общей системы налогообложения, отметим тот факт, что с 1 января 2023 года ставка налога на прибыль увеличилась на 2 п.п., т.е. с 18% до 20% [4]. Решение о поднятии налога на прибыль было аргументировано Министерством финансов тем, что в результате, несмотря на рост процентной ставки, налоговая нагрузка на производителей уменьшится, т.к. производителям будет предоставлена возможность воспользоваться налоговыми вычетами в случае инвестирования средств в основной капитал. Данное изменение оказало значительное влияние на деятельность ИП, т.к. после изменения УСН одним из вариантов для работающих ранее по УСН ИП стала возможность применения общей системы налогообложения, т.е. вместо уплаты 5% из выручки, как было до указанного нововведения, воспользовавшиеся данной опцией ИП должны выплачивать 20% из чистой прибыли [3]. После вступления в силу изменений в законодательстве ряд ИП закрылся или перешел на другую систему налогообложения [4].

Стоит также отметить, что отмена УСН для ИП была аргументирована тем фактом, что ряду ИП планировалось предоставить возможность перехода в категорию самозанятых. По состоянию на сегодняшний день данное нововведение является действительным и ИП действительно предоставлена возможность перехода в категорию самозанятых. По заявлению Министерства финансов, это позволяет значительно снизить налоговую нагрузку на указанные лица, т.к. для самозанятых действует один режим налогообложения, при котором они уплачивают исключительно налог на профессиональный доход (далее – НПД), составляющий 10%, или же 20% при доходе свыше 60 тыс. руб. [5].

Стоит учесть, что самозанятость имеет определенные преимущества, помимо налогообложения, что повышает привлекательность перспективы перехода в данную категорию для предпринимателей. Так, для самозанятых возможна регистрация и прочее взаимодействия с налоговыми органами в режиме онлайн. Уплату налогов в том числе имеется возможность осуществлять через мобильное приложение, а расчет суммы налога производится в приложении автоматически [5]. Более того, налог для самозанятых включает в себя взносы на пенсионное страхование, т.е. при переходе в категорию самозанятых осуществившие данный переход лица автоматически получают страховые гарантии. Таким образом, возможность перехода в категорию самозанятых можно назвать выгодной, однако данная опция доступна исключительно при отсутствии у лица работодателей и наемных работников [5].

При изучении налогообложения хозяйственной деятельности Республики Беларусь и выявления проблем и путей совершенствования системы налогообложения хозяйствующих субъектов важно учитывать тот факт, что целью РБ является конкретно социально ориентированная рыночная экономика. В результате возникает конфликт субъектов бизнеса, для успешного развития которых необходимо снижение налоговой нагрузки, и государства, в интересах которого увеличение государственных доходов, большая часть которых формируется за счет налоговых выплат. Более того, значительная часть государственного бюджета направляется на социальные выплаты, которые сократятся в случае сокращения поступлений в государственный бюджет.

По состоянию на сегодняшний день наиболее важным замечанием является тот факт, что в Республике Беларусь высокий показатель налоговой нагрузки, что осложняет построение развитой рыночной экономики, однако методика расчета налоговой нагрузки, которая применяется в РБ, не позволяет достаточно объективно оценить показатель налоговой нагрузки. Так, по результатам 2023 года налоговая нагрузка в Республике Беларусь составила 24,4% к ВВП, однако стоит учесть, что по методике расчета МНС РБ при расчете показателя налоговой нагрузки не учитываются, к примеру, такие выплаты как взносы в ФСЗН [4]. Не учитываемые в методике МНС РБ платежи оказывают значительное влияние на нагрузку организаций, однако с применяемой в РБ методикой выяснить данное влияние не предоставляется возможным. По международной методике расчета налоговой нагрузки подобного рода платежи учитываются при расчете налоговой нагрузки, а налоговая нагрузка в РБ, согласно данной методике, за последние годы стабильно превышает 30% [4]. Государство осуществляет различного рода программы в целях поддержки малого бизнеса, такие как прямое финансирование организаций, предоставление им субсидий на возвратной и безвозмездной основе, предоставление гарантий по льготным кредитам и т.п., однако данные методы не могут полностью решить проблемы малого бизнеса в силу того, что налоговая нагрузка по-прежнему является более значимым фактором [4]. Таким образом, РБ следует двигаться в сторону

снижения налоговой нагрузки, а при изучении состояния налоговой нагрузки в стране целесообразно опираться на международную методику расчета данного показателя.

Среди положительных сторон текущего развития системы налогообложения хозяйствующих субъектов стоит отметить, что в настоящее время значимой целью МНС РБ развитие цифровизации налоговых процессов. Данное обстоятельство тесно связано с тем, что одной из основных задач МНС является создание простых и удобных условий для уплаты налогов. Развитие цифровизации экономических процессов является оптимальным для упрощения уплаты налогов в силу того, цифровизация экономики ускоряет ряд процессов (таких как, к примеру, денежный оборот). Так, субъектам хозяйствования нет необходимости непосредственно приходить в налоговую инспекцию для выяснения тех или иных вопросов, связанных с уплатой налогов, т.к. есть иные средства связи с налоговыми органами. Также у субъектов есть возможность оперативно узнавать о различных статистических показателях, поскольку отчетность публикуется на официальном сайте МНС РБ [1].

При этом отметим, что в настоящее время наблюдается достаточно высокий показатель цифровизации процессов взаимодействия с плательщиками. Так, по состоянию на июль 2022 года, с налоговыми органами взаимодействовали исключительно в электронном виде порядка 100% организаций и 70% индивидуальных предпринимателей (далее – ИП) [4]. Более того, происходит процесс перехода к уровню взаимодействия с налогоплательщиками, когда налоговая служба автоматически формирует все данные для заполнения налоговой декларации. С этой целью активно ведется разработка соответствующих электронных сервисов, необходимых для осуществления подобных действий. В первую очередь, это производится для плательщиков УСН. Стоит отметить, что на официальном сайте МНС РБ также имеется ряд полезных сервисов, которые значительно упрощают условия для работы субъектов хозяйствования. Так, имеется, к примеру, налоговый калькулятор, позволяющий рассчитать различные виды налогов автоматически. При расчете необходимо выбрать вид налогообложения (УСН, единый налог и т.п.). Далее указываются такие данные как вид субъекта хозяйствования, налоговая база и т.п. и сервис производит расчет налога, подлежащего уплате. Также на официальном сайте есть возможность выполнения таких функций как проверка чеков, реквизитов, поиск заявлений в базе данных и т.п. Отдельно стоит отметить такой сервис как «Вопрос – ответ», на котором оперативно появляются ответы на волнующих граждан вопросы по налогообложению [2]. Среди недостатков можно выделить, что в настоящее время информация не всегда обновляется достаточно оперативно. Так, реестр коммерческих организаций и ИП с повышенным риском совершения нарушений в экономической сфере опубликован по состоянию на 31 декабря 2018 года [2]. На официальном сайте до сих пор расположена таблица рисков, в которой имеется приложение для оценки риска ИП, применяющих УСН, тогда как возможность применять УСН для ИП была отменена с 1 января 2023 года. Таким образом, существует проблема с актуализацией данных и, соответственно, создается риск получения недостоверной информации.

Говоря о преимуществах цифровизации налоговых процессов, стоит упомянуть созданное для самозанятых приложение, целью которого является непосредственное отслеживание уплаты НПД. Данное приложение называется «Профдоход». В нем доступен следующий перечень налоговых услуг: постановка на учет, создание записей о совершенных расчетах, передача налоговому органу сведений о сумме расчетов, уведомление налоговым органом плательщика о сумме НПД, подлежащей уплате по итогам календарного месяца. Ссылки на скачивание приложения имеются на официальном сайте МНС РБ [2].

Подводя итог, можно отметить, что для построения развитой рыночной экономики следует двигаться в направлении постепенного снижения налоговой нагрузки и целесообразно применять международную методику расчета налоговой нагрузки. Среди перспективных направлений развития налогообложения хозяйствующих субъектов можно отметить развивающийся процесс цифровизации, благодаря которому ускоряется ряд налоговых процессов

#### **Список использованных источников**

1. Аналитика [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь. – 2024. – Режим доступа : <https://www.nalog.gov.by/analytics/> – Дата доступа : 17.04.2024.

2. Все сервисы [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://nalog.gov.by/services/> – Дата доступа : 17.04.2024.

3. МНС рассказало об изменениях порядка налогообложения для ИП и физлиц с 2023 года [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2022/december/72632/> – Дата доступа : 17.04.2023.

4. Олешкевич, Д. В. Налогообложение бизнеса в Республике Беларусь: проблемы и перспективы / Д. В. Олешкевич ; науч. рук. Л. С. Тарасова // Актуальные проблемы теории и практики современной экономической науки [Электронный ресурс] : сб. материалов XI Междунар. науч.-практ. конф. студентов и магистрантов, Гомель, 22 марта 2023 г. / ред. кол. А. К. Костенко. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2023. – С. 89-91.

5. Олешкевич, Д. В. Налогообложение самозанятых в Республике Беларусь и влияние на него развития цифровизации налоговых процессов / Д. В. Олешкевич ; науч. рук. Л. С. Тарасова // Молодежь и наука в условиях цифровой трансформации общества : сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых, Минск, 23–24 марта 2023 г. – Минск : Междунар. ун-т "МИТСО", 2023. – С. 299-301.

УДК 330.341.1

## **РЕАЛИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНОЙ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СОЗДАНЫХ ЗА СЧЕТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, В ОРГАНИЗАЦИЯХ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ СФЕРЫ**

**Павлович Елена Леонидовна, заведующая сектором,**

**Белорусский институт системного анализа и информационного обеспечения  
научно-технической сферы**

**Pavlovich Alena, head of the sector, [pavlovich@belisa.org.by](mailto:pavlovich@belisa.org.by)**

**Belarusian institute for system analysis and information support of the scientific and technical sphere**

**Аннотация.** Рассмотрен механизм коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, созданных за счет государственных средств, а также основные нормативные правовые акты в сфере коммерциализации указанных результатов.

**Ключевые слова:** коммерциализация, результаты научной и научно-технической деятельности, инновационная инфраструктура, нормативные правовые акты.

В условиях современных социально-экономических и геополитических вызовов в Республике Беларусь реализуется политика построения инновационной экономики, совершенствуется инновационная инфраструктура, принимаются меры по созданию благоприятных правовых и экономических условий, укрепляющих сферу научных исследований и научно-технических разработок. Для реализации указанных задач необходимо обеспечить достаточный объем финансирования научных исследований и разработок, привлечь достаточное число работников в сферу научно-исследовательских и опытно-конструкторских (технологических) работ, внедрить механизмы административного, коммерческого, организационно-технического характера, содействующие коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности (НТД) и способствующие внедрению в производство разработанных инноваций и выпуску новой продукции.

Государство является одним из основных инвесторов создания инновационных конкурентноспособных разработок, финансируя выполнение различных фундаментальных и прикладных научных исследований в рамках государственных научно-технических программ (отраслевых и региональных), программ научных исследований и инновационных проектов. Так, за период с 2018 по 2022 годы доля бюджетных средств в объеме внутренних затрат на научные исследования и разработки в среднем составляла 42,9% от общего объема затрат, что превышает долю собственных средств организаций, среднее значение которой за указанный период составляет 33,4% (таблица).

Таблица – Внутренние затраты на научные исследования и разработки по источниками финансирования в 2018 - 2022 гг., миллионов руб. [1]

	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Внутренние затраты	739,3	777,8	807,0	813,3	919,8
<i>из них по источникам финансирования</i>					
собственные средства	217,3	264,1	272,9	289,7	335,3
средства бюджета	301,9	344,1	359,0	340,7	396,1
средства внебюджетных фондов	7,5	10,0	7,1	8,7	10,5
средства иностранных инвесторов, включая иностранные кредиты и займы	97,4	74,4	73,7	79,9	71,0
средства других организаций	113,6	85,0	94,2	95,2	102,3

Анализ структуры внутренних текущих затрат на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и опытно-технологические работы (НИОКТР) по видам работ свидетельствует о стабильно высокой доле затрат на экспериментальные разработки. Так, за период с 2018 по 2022 годы среднее значение доли затрат на экспериментальные разработки составляет 55,8%, а на прикладные научные исследования – 30,0%, что свидетельствует о практикоориентированности научной и научно-технической деятельности (рисунок 1). Отчасти это связано с тем, что инвестируя в научные и научно-технические разработки, государство заинтересовано как в создании новых импортозамещающих и конкурентноспособных производств, так и в получении прибыли от вложенных бюджетных средств.

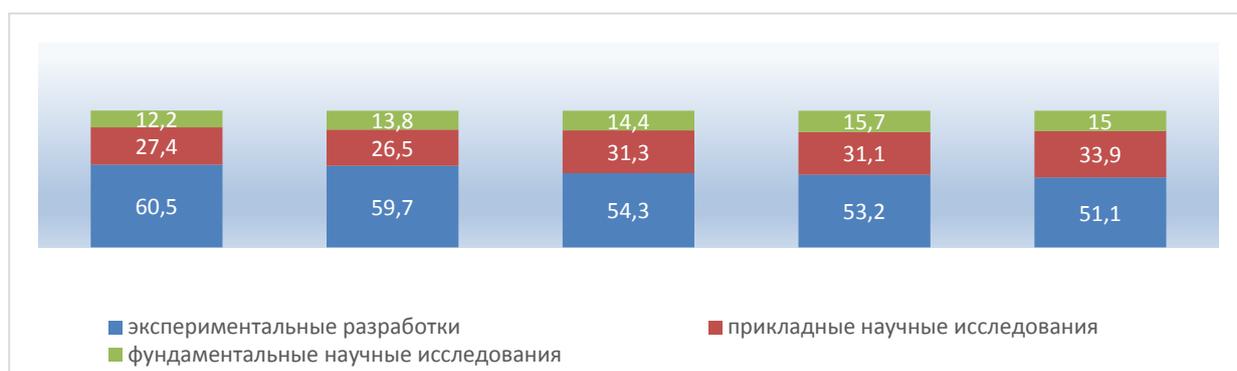


Рисунок 1. – Внутренние текущие затраты на исследования и разработки по видам работ, % [2]

Создание и эффективное функционирование наукоемких предприятий базируется на эффективном использовании результатов НТД, включая объекты интеллектуальной собственности (ОИС), и их трансфере в конкретные отрасли промышленности для повышения конкурентоспособности отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынках. Субъектами трансфера в таких случаях являются организации научно-технической сферы, формирующие интеллектуальные товары – результаты НТД, инновационно-активные предприятия реального сектора экономики, приобретающие результаты НТД в целях повышения конкурентоспособности производимой продукции, и инфраструктурные инновационные предприятия, принимающие участие в коммерциализации результатов НТД и обеспечивающие в той или иной степени трансфер инноваций.

Особое значение придается коммерциализации результатов НТД, созданных за счет государственных средств<sup>3</sup> [3].

<sup>3</sup> Понятие «государственные средства» определяется как средства республиканского и местного бюджетов, государственных целевых бюджетных фондов (фонд национального развития, республиканский централизованный инновационный фонд, республиканский дорожный фонд, республиканский фонд универсального обслуживания связи и информатизации, республиканский фонд гражданской авиации) и

Коммерциализация указанных результатов НТД имеет ряд особенностей, основными из которых являются:

обязательная коммерциализация результатов НТД за исключением результатов НТД, подпадающих под действие пункта 1.1 Указа № 59;

обязанность государственного заказчика обеспечивать коммерциализацию результатов НТД в порядке и с соблюдением сроков, установленных законодательством;

общее правило определять обладателем имущественных прав на результаты НТД, созданные в рамках исполнения договоров на выполнение НИОКТР, головную организацию-исполнителя или исполнителя – резидента Республики Беларусь (за исключением случаев, предусмотренных в части 2 пункта 10 Положения о коммерциализации, утвержденного Указом 59);

регистрация имущественных прав на подлежащие обязательной коммерциализации результаты НТД в государственном реестре прав на результаты НТД (государственный реестр прав);

ограничения по трансферу результатов НТД, созданных за счет государственных средств, если передача осуществляется нерезидентам Республики Беларусь и организациям Республики Беларусь, созданным с участием иностранных юридических и (или) физических лиц;

ответственность за неосуществление обязательной коммерциализации с возвратом использованных государственных средств в соответствующий бюджет и с начислением процентов в соответствии с законодательством.

Способы коммерциализации результатов НТД изложены в пункте 7 Положения о коммерциализации, утвержденного Указом № 59, и основными являются:

использование результатов НТД для собственных нужд;

предоставление права на использование результатов НТД по лицензионным договорам;

полная передача имущественных прав на результаты НТД по договору уступки;

формирование уставного капитала юридического лица путем внесения стоимости имущественных прав на ОИС в качестве нематериального актива [4].

На рисунке 2 представлена классификация механизмов коммерциализации результатов НТД по форме взаимодействия обладателя имущественных прав и приобретателей указанных прав. Особым случаем является ситуация, когда организация, обладатель имущественных прав на результаты НТД, использует результаты НТД для собственных нужд<sup>4</sup> или в собственном производстве для обеспечения устойчивости и конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках или получения какого-либо социального эффекта. Так, доля работ, способом коммерциализации которых является «использование для собственных нужд», составила 60,7% от общего количества результатов НТД, права на которые зарегистрированы в государственном реестре прав [5].

Предоставление права на использование результатов НТД по лицензионным договорам и полная передача имущественных прав на результаты НТД по договору уступки могут проходить:

а) без посредников, когда обладатель имущественных прав и приобретатель являются единственными участниками договора по продаже (передаче) результата НТД (в т.ч. ОИС, документированной научно-технической информации, секретов ноу-хау); б) обладатель имущественных прав и потенциальный приобретатель используют посреднические услуги. В качестве посредников могут выступать центры трансфера технологий и инжиниринговые центры.

---

государственных внебюджетных фондов (государственный внебюджетный фонд социальной защиты населения Республики Беларусь).

<sup>4</sup> Под использованием результатов НТД для собственных нужд понимается деятельность юридического лица, индивидуального предпринимателя, не предусматривающая получение прибыли от использования таких результатов и (или) вступление в гражданско-правовые отношения с другими лицами, а также деятельность, связанная с использованием результатов НТД при выполнении НИОКТР. Не является использованием результатов НТД для собственных нужд создание (выполнение, оказание) с применением данных результатов (работ, услуг) для целей их реализации другим лицам.



**Рисунок 2 .– Классификация механизмов коммерциализации результатов НТД по форме взаимодействия**

Как было отмечено выше, передача имущественных прав на результаты НТД (предоставление права на использование), созданных за счет государственных средств, имеет ограничения, связанные с необходимостью согласования трансфера как с государственным заказчиком, так и с Комитетом государственной безопасности, если результаты НТД связаны с интересами национальной безопасности либо передача осуществляется нерезидентам Республики Беларусь и организациям Республики Беларусь, созданным с участием иностранных юридических и (или) физических лиц.

Важную роль в коммерциализации результатов НТД и диффузии инноваций играют интеграционные процессы отдельных участников инновационного процесса в единую систему. Организации научно-технической сферы могут принимать участие в формировании уставного капитала нового юридического лица путем внесения стоимости имущественных прав на ОИС в качестве неденежного вклада, а инновационно активное предприятие, инвестируя денежные средства, осуществляет финансовую поддержку диффузии инноваций в научной и технической сферах. Примером подобной интеграции могут служить технологические парки, выступающие как площадки для организации инновационных и высокотехнологичных производств, имеющие необходимые для этого ресурсы, а также условия для организации бизнес-инкубирования микро- и малых организаций, осуществляющих инновационную деятельность. Организации, приобретающие статус резидентов технопарков, получают дополнительные возможности для развития: льготы по налогам и арендной плате, возможность использования специального оборудования и производственных мощностей технопарков, услуги юридического и бизнес-консультирования, возможности бизнес-инкубирования и др.

Таким образом, в республике созданы условия для коммерциализации результатов НТД, стимулирующие деятельность организаций научно-технической сферы, занимающихся выполнением НИОКТР, а также субъектов инновационной инфраструктуры, заинтересованных в приобретении инноваций, либо специализирующихся на их коммерциализации или выступающих в качестве посредников, со стороны государства. В целом указанные меры должны обеспечивать эффективное функционирование национальной инновационной системы и ее инфраструктуры как на уровне общегосударственных задач, так и задач местного уровня.

#### **Список использованных источников**

1. Статистический ежегодник, 2023 /Нац. стат. комитет Республики Беларусь; редкол.: И.В. Медведева [и др.]. – Минск: Белстат, 2023. – 322 с.
2. О состоянии и перспективах развития науки в Республике Беларусь по итогам 2022 года: Аналитический доклад / под ред. С. В. Шлычкова, В. Г. Гусакова. – Минск: ГУ «БелИСА», 2023. – 298 с.
3. О коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, созданных за счет государственных средств [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь от 04.02.2013 г. №59 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2022.
4. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности в Республике Беларусь/Ю.В. Нечепуренко. – Минск: БГУ, 2019. – 143 с.

5. Павлович Е.Л. Государственная регистрация прав на результаты научной и научно-технической деятельности: актуальное состояние // Актуальные вопросы обеспечения научно-технологической безопасности: материалы Межд. науч.-практ. конф., посвященной 30-летию образования ГКНТ – Минск: ГУ «БелИСА», 2023. – С. 64 – 66.

УДК 336.77

## АНАЛИЗ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Панюсько Алёна Сергеевна, магистр,

Ковальчук Ольга Николаевна, студент

Полесский государственный университет,

Panyusko Alyona Sergeevna, Magister, panusko.a@polessu.by,

Kovalchuk Olga Nikolaevna, student, olgakovalcuk46715@gmail.com

Polesky State University

**Аннотация.** В статье автор акцентирует внимание на поддержке малого и среднего бизнеса посредством кредитования. Проведён анализ состояния и динамики изменения показателей по кредитованию МСП в Республике Беларусь на основе использования официальных статистических данных.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, кредитование, развитие малого и среднего предпринимательства, просрочки по кредитам, просроченные задолженности.

Эффективное развитие малых и средних предприятий во многом зависит от того, насколько предприниматели обеспечены финансовыми ресурсами, в случае нехватки денежных средств у них есть возможность оформить кредит.

Развитие малого и среднего бизнеса для Республики Беларусь имеет огромное значение. Малые и средние предприятия способствуют увеличению конкуренции, инноваций, созданию новых рабочих мест и увеличению экономического роста. Также малый и средний бизнес способствует социальной стабильности, улучшению жизненного уровня населения и увеличению налоговых поступлений в бюджет.

В условиях современной геополитической обстановки Республика Беларусь как никогда заинтересована в поддержке и развитии малого и среднего бизнеса, так как в связи с санкциями и закрытыми границами поставлять множество товаров из других стран стало практически невозможно. В связи с этим для экономического роста страны стала очень важна поддержка малого и среднего предпринимательства, в том числе посредством кредитования.

Рассмотрим динамику объёмов кредитов, выданных банками субъектам малого и среднего предпринимательства в национальной и иностранной валюте за период 2020-2023 гг. (рис. 1).

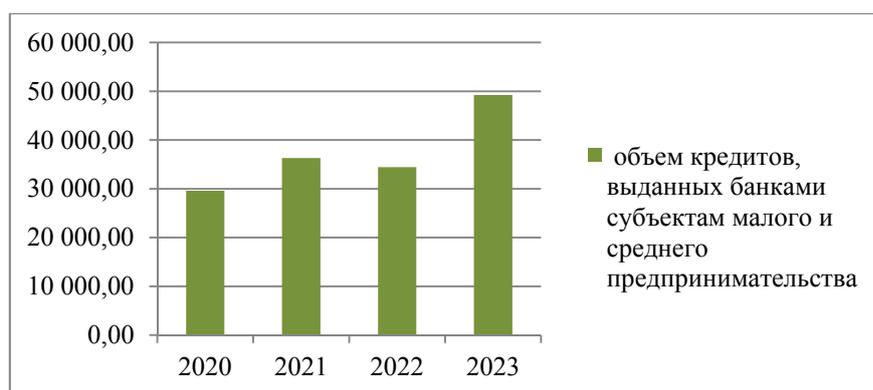
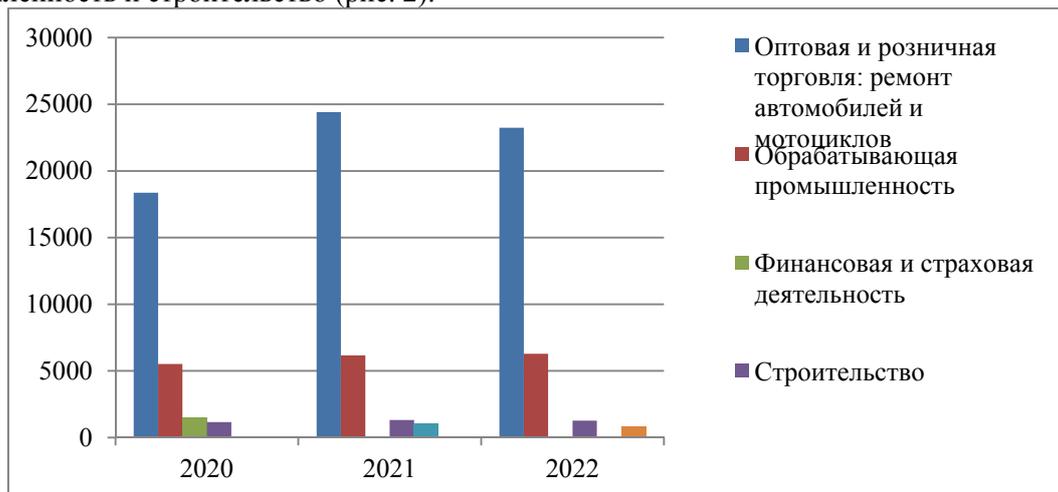


Рисунок 1. – Динамика объёмов кредитов, выданных банками субъектам малого и среднего предпринимательства в национальной и иностранной валюте за период 2020-2023 гг., млн руб. Источник: разработано автором на основании [1]

Анализируя данные, представленные на рисунке, видно, что сумма выданных кредитов субъектам малого и среднего предпринимательства колеблется. В 2020 году сумма кредитов, выданных на развитие малого и среднего бизнеса составила 29 605,8 млн руб. В 2021 году сумма кредитов увеличилась на 6 718,9 и составила 36 324,7 млн руб. В 2022 году данный показатель снизился на 1 864,3 млн руб. и составил 34 460,4 млн руб. А вот в 2023 году спрос на кредиты среди субъектов малого и среднего бизнеса вырос и сумма увеличилась с 34 430,4 до 49 253,3 млн руб.

Увеличение объемов кредитов, выданных банками малому и среднему бизнесу, связано с целенаправленной политикой Правительства по повышению доступности капитала для таких инициатив. Так, средняя процентная ставка для субъектов МСП по сравнению с июнем 2022 года снизилась более чем в два раза [2].

Самыми популярными финансируемыми видами деятельности среди малого и среднего бизнеса являются оптовая и розничная торговля: ремонт автомобилей и мотоциклов, обрабатывающая промышленность и строительство (рис. 2).



**Рисунок 2. – Сумма выданных кредитов малому и среднему бизнесу по видам деятельности за 2020-2022 гг., млн руб.**

Источник: разработано автором на основании [1]

Таким образом, можно сказать, что в заёмном капитале больше всего нуждалась оптовая и розничная торговля: ремонт автомобилей и мотоциклов. В 2020 году сумма выданных кредитов на их долю составила 18 365,7 млн руб. В 2021 году сумма кредитов оптовой и розничной торговли: ремонта автомобилей и мотоциклов увеличилась на 6 043,3 и достигла 24 409,0 млн руб. А вот в 2022 году данный показатель снизился с 24 409,0 до 23 240,6 млн руб.

Второй по сумме заёмного капитала является обрабатывающая промышленность. В 2020 году сумма выданных кредитов обрабатывающей промышленности составила 5 520,7 млн руб. В 2021 году этот показатель увеличился и составил 6 159,5 млн руб., что на 638,8 млн руб. больше, чем в 2020 году. В 2022 году сумма заёмного капитала обрабатывающей промышленности увеличилась с 6 159,5 до 6 285,1 млн руб., а это на 125, 6 млн руб. больше, чем в 2021 году.

Что касается финансовой и страховой деятельности, в 2020 году сумма заёмного капитала составила 1 476,4 млн руб. В последующие годы сумма выданных кредитов субъектам финансовой и страховой деятельности значительно уменьшилась.

Сумма выданных кредитов субъектам, занимающихся строительством, имеет колебание. В 2020 году были предоставлены кредиты на сумму 1 165,0 млн руб. В 2021 году данный показатель увеличился на 153,1 млн руб. и составил 1 318,1 млн руб., в 2022 году он сократился на 47,1 млн руб. и достиг 1 271,0 млн руб.

Транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность увеличила сумму заёмного капитала в 2021 году, сумма кредитов достигла 1 036,3 млн руб. В последующие годы данный показатель значительно снизился.

Говоря о сельском, лесном и рыбном хозяйстве нужно отметить, что потребность в дополнительных средствах для развития данного вида деятельности увеличилась в 2022 году, в 2020-2021

гг. потребность в дополнительных средствах была ниже. В 2022 году данный показатель достиг 828,8 млн руб.

Что касается видов деятельности малого и среднего бизнеса с малой долей кредитования, в период 2020-2022 гг. к ним относились государственное управление, деятельность частных домашних хозяйств, нанимающих домашнюю прислугу и производящих товары и услуги для собственного потребления, а также деятельность экстерриториальных организаций и органов.

Однако с выдачей кредитов субъектам малого и среднего бизнеса появляются просрочки по кредитам, а затем и просроченные задолженности.

Рассмотрим структуру просрочки и просроченные задолженности по кредитам малого и среднего предпринимательства представленной в таблице.

Таблица – Структура просрочки и просроченной задолженности по кредитам малого и среднего бизнеса в национальной и иностранной валюте за 2020-2022 гг., млн руб.

Кредиты	Годы			Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
Просрочки	12 944,0	13 635,9	13 616,7	105,3	99,9
Просроченные задолженности	88,4	55,5	112,8	62,8	203,2

Источник: разработано автором на основании [1]

Анализируя данные таблицы, можно сказать, что просроченные задолженности по кредитам гораздо меньше, чем просрочки по кредитам, что не может ни радовать. В 2021 году сумма просроченных кредитов по сравнению с 2020 годом увеличилась на 691,9 млн руб., а вот просроченные задолженности сократились на 32,9 млн руб. В 2022 году сумма по просрочкам составила 13 616,7 млн руб., что на 19,2 млн руб. меньше, чем в 2021 году, сумма просроченной задолженности увеличилась на 57,3 и составила 112,8 млн руб.

Суммарный объем кредитования субъектов малого и среднего бизнеса Беларусбанком, Белинвестбанком и Белагропромбанком в 2022 году составил 9,5 млрд рублей [3].

Весомую поддержку предпринимателям малого и среднего бизнеса оказывают не только банки, а также другие финансовые организации, одним из крупнейших является Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей. Также активно кредитовал субъектов малого и среднего предпринимательства в рамках Государственной программы Банк развития: в 2022 году профинансировано 1 250 инвестиционных проектов на сумму 357,8 млн рублей. Наибольший удельный вес в его кредитном портфеле заняли производственные проекты – около 60%. Самыми востребованными у бизнеса стали новые антикризисные продукты ”Стабилизационный“ и ”Поддержка экспорта“.

Кредитование малого и среднего бизнеса является одним из направлений финансовой поддержки Государственной программы ”Малое и среднее предпринимательство“ на 2021-2025 годы. Она предусматривает формирование благоприятной среды для развития субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом их потребностей [4, с. 76]. Кредитование малого и среднего бизнеса позволяет оказывать поддержку текущей деятельности предприятий, продвижению их на новый уровень, предоставляет возможность формированию нового бизнеса, что положительно влияет на экономический рост страны. Именно поэтому так важна финансовая поддержка посредством кредитования субъектов малого и среднего бизнеса.

Таким образом, роль кредитования в развитии малого и среднего бизнеса имеет большое значение для экономики страны, ускоряя темпы её развития. При этом банковский кредит как основная форма кредита в современной экономике мог бы значительно ускорить темпы развития такого стратегически важного сегмента как малое и среднее предпринимательство.

#### Список использованных источников

1. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/monthlybook>. – Дата доступа: 05.04.2024.

2. Цифры и факты: спрос малого бизнеса на заемные средства банков растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/news-ru/view/tsifry-i-fakty-spros-malogo-biznesa-na-zaemnye-sredstva-bankov-rastet-48490-2023/>. – Дата доступа: 08.04.2024.

3. Подведены итоги реализации в 2022 году Государственной программы ”Малое и среднее предпринимательство“ на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2023/mart/73676/>. – Дата доступа: 08.04.2024.

4. 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.

УДК 336.19.05

## ДЕБИТОРСКАЯ И КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ КАК ОСНОВНЫЕ ИНДИКАТОРЫ ПРОБЛЕМ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ В РБ

Пархомчик Мария Андреевна, аспирант

Белорусский государственный университет

Parhomschik M.A., Belarusian State University, Par\_hik.m.a@yandex.ru

**Аннотация.** В статье проведена динамика движения основных индикаторов финансовых потоков, которые сигнализируют о проблемах, возникающих в цепи воспроизводственных процессов в экономике РБ.

**Ключевые слова:** экономика РБ, доходы, расходы, дефицит, профицит, антикризисная политика, движение денежных и товарных ресурсов.

Длительное время в Республике Беларусь сохраняется сложная экономическая ситуация с наличием у субъектов хозяйствования сумм дебиторской и кредиторской задолженности [1], которые являются, на наш взгляд, основными индикаторами проблем финансовых потоков, возникающих в цепи воспроизводственных процессов в экономике РБ.

Наличие дебиторской и кредиторской задолженностей субъектов хозяйствования, по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, представлено в таблице 1.

Таблица 1. – Дебиторская и кредиторская задолженности субъектов хозяйствования Республики Беларусь 2021–2023 гг.

Годы	Дебиторская задолженность, тыс. руб.	Суммарная задолженность, тыс. руб.	Кредиторская задолженность, тыс. руб.	Задолженность по кредитам и займам, тыс. руб.
2021	55 719 348	163 997 453	66 222 478	97 774 975
2022	61 191 680	174 086 460	68 692 229	105 394 231
2023	66 931 248	192 115 066	80 261 696	111 853 370

Примечание – Источник [2]

Эксперты управляющего партнера SOBALT в РБ отмечают, что активный рост дебиторской задолженности вызван такими внешними факторами, как большая зависимость белорусских компаний от экономической ситуации в России, изменением цен на нефть, кредитной политикой Национального банка РБ и ростом проблемных активов у банков, сильно ограничивающих кредитование экономики.

Внутренние факторы роста дебиторской задолженности обусловлены, в первую очередь, и тем, что не все организации научились управлять своей дебиторской задолженностью [3] и, как следствие, управлять сопряжёнными с этим финансовыми потоками, т.к. любую дебиторскую задолженность можно считать коммерческим кредитом покупателям.

А предоставление беспроцентного кредита покупателям выгодно продавцу, только, если от увеличения объема продаж за счет такого кредита доходы превысят затраты, которые понесет

продавец при предоставлении покупателям отсрочки по платежам, т. е. на финансирование дебиторской задолженности.

Сегодняшние условия хозяйствования определяют необходимость предоставления кредитов покупателям, но следует четко представлять, как эти объемы предоставленных беспроцентных кредитов отразятся на финансовом состоянии предприятий и соответственно финансовых потоках, возникающих в цепи поставок [4]. Т.е., реальная прибыль предприятий от реализации продукции уменьшится на величину расходов на содержание дебиторской задолженности. Поскольку затраты на содержание дебиторской задолженности снижают на эту величину прибыль, предприятие всегда стремится снизить такую задолженность.

Например, в 2003 г. немецкая компания Rechner Und Peripherie Virtriebs GMBH, разработала интеграционную платформу IRP Process Frame – эффективную и экономичную платформу интеграции приложений, основанную на принципах Business Process Management и Service-Oriented Architecture. IRP Debt Collection - организация работы с просроченной задолженностью посредством мониторинга платежей и данных о заемщиках. Решение IRP Debt Collection позволяет существенно снизить процент невозвратов и несвоевременных выплат посредством постоянного мониторинга данных о заемщиках и решает следующие задачи:

- 1) снижение стоимости работы по каждой конкретной задолженности;
- 2) совершенствование качества и повышение оперативности работы по просроченным кредитам;
- 3) создание конкурентных преимуществ безопасного развития кредитного бизнеса, завоевания и удержания лидирующих позиций на рынке кредитования.

Данная система с успехом применяются и в российском бизнесе [4], и нашла применение в некоторых банках Республики Беларусь.

Таким образом, снижение дебиторской задолженности весьма актуально для организаций и предприятий РБ, т.к. чем дольше сохраняется такая задолженность предприятия, тем больше затраты и меньше прибыль и, как следствие, замедление финансовых потоков.

В таблице 2 представлены отдельные показатели платежеспособности и финансовой устойчивости предприятий РБ за 2021-2023 годы [5].

Таблица 2. – Отдельные показатели платежеспособности и финансовой устойчивости предприятий Республики Беларусь за 2021–2023 годы

	2021	2022	2023
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	22,1	24,8	28,1
Коэффициент текущей ликвидности	128,4	132,9	139,1
Коэффициент обеспеченности обязательств активами	55,0	52,7	46,4

Примечание – Источник: [5]

Анализируя показатели, представленные в таблице, можно сделать выводы о том, что произошло незначительное повышение всех коэффициентов, определяющих состояние платежеспособности предприятий:

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами на конец 2023 г. по сравнению с аналогичным показателем 2020 г. увеличился,
- коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности обязательств активами также увеличились, однако проблемы платежеспособности и финансовой устойчивости предприятий РБ не утратили своего значения в текущем периоде.

Для обеспечения возможности и целенаправленности повышения эффективности основных финансовых показателей предприятий РБ необходимо реализовать и процесс управления финансовыми потоками [6].

Таким образом, экономическое реформирование движения основных индикаторов финансовых потоков связано и с выработкой новой стратегии функционирования предприятий и организаций РБ, и преимущественно через методы управления.

Эффективное управление финансовыми потоками представляет собой резерв для улучшения деятельности большинства существующих предприятий РБ:

- 1) за счет сокращения потребности в заемном капитале;
- 2) снижения риска неплатежеспособности;
- 3) увеличения финансовой устойчивости как каждого отдельного предприятия, так и его партнёров [7].

Снижение неплатежеспособности предприятий РБ возможно и при построении системной модели управления финансовыми потоками, способной создать условия для достижения поставленных стратегических целей и задач устойчивого развития страны и регионов.

#### Список использованных источников

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.
2. Годовые данные. [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. - Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/finansy-organizatsiy/godovye-dannye/>. - Дата доступа: 01.04.2024.
3. Панюсько А.С., Киевич А.В. 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.
4. Киевич А.В., Морунова Г.В., Бухтик М.И. Инициативное бюджетирование инструмент повышения эффективности муниципальных программ / А.В. Киевич, Г.В. Морунова, М.И. Бухтик // Вопросы экономики и права. 2017. № 106. С. 56-59.
5. Экономические предпосылки построения системной модели управления финансовыми потоками. [Электронный ресурс] / Научная электронная библиотека elibrary.ru. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25630403>. - Дата доступа: 20.03.2024.
6. Ливенский В.М., Лисовский М.И. Направления оптимизации государственных расходов в Республике Беларусь / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. 2019. № 6 (262). С. 16-22.
7. Потапова Н.В., Четырбок Н.П. Роль малого бизнеса в экономике Республики Беларусь / Н.В. Потапова, Н.П. Четырбок // Современные аспекты экономики. 2021. № 4 (284). С. 23-29.

УДК 332.1

#### НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Петрушевская Виктория Викторовна, д-р э.н., профессор,

Шарый Андрей Николаевич, соискатель

ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы»

Petrushevskaya Victoria Viktorovna, PhD in Economics, Professor, petrushevskaya@list.ru,

Sharyy Andrey Nikolaevich, applicant

FSBEI HE «Donetsk Academy of Management and Public Administration»

**Аннотация.** Проведен анализ нормативно-институциональных основ деятельности малого предпринимательства на территории ДНР, включая законодательную базу и институты, отвечающие за поддержку и защиту предпринимателей.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство; правовая защита малого предпринимательства; государственное регулирование малого предпринимательства.

В контексте современной экономики России, обеспечение нормативно-институциональной поддержки регулирования развития малого предпринимательства представляет собой важный аспект, учитывая не только социальные факторы, связанные с решением проблем занятости, но и особенности развития промышленных регионов к которым относится Донецкая Народная Республика. Этот аспект также включает производство необходимых товаров, обеспечение внутреннего рынка и удовлетворение потребностей в товарах и услугах. Поэтому важно стремиться к совершенствованию нормативно-институционального обеспечения регуляторной политики, совмещая его с активным развитием и повышением эффективности малого бизнеса, а также осуществлять системные действия и меры для улучшения экономических, институциональных и нормативно-правовых условий предпринимательской деятельности.

Таблица – Базовые нормативные правовые акты в сфере регулирования сектора малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике

Нормативный правовой акт	Ключевое направление в сфере регулирования сектора малого предпринимательства
Федеральное законодательство	
Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ	Это базовый закон, который определяет основы государственной политики и меры поддержки в отношении субъектов сектора малого и среднего предпринимательства. Закон устанавливает принципы и формы государственного регулирования бизнеса.
Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26 декабря 2008 г. №294-ФЗ	Данный закон регулирует сферу отношений по защите прав субъектов малого предпринимательства при осуществлении государственного и муниципального контроля их деятельности. Регламентирует проведение проверок субъектов сектора малого и среднего предпринимательства.
Указ Президента РФ «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» от 07.05.2012 №601	Определяет ключевые задачи по реформированию контрольно-надзорной деятельности и снижению административных барьеров.
Постановление Правительства РФ «О применении риск-ориентированного подхода при организации отдельных видов государственного контроля (надзора)» от 17.08.2016 №806	Вводит риск-ориентированный подход при планировании проверок.
Федеральный закон «Об обязательных требованиях в Российской Федерации» от 31.07.2020 №247-ФЗ	Определяет специальные условия и требования в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства. Регулирует установление и оценку применения обязательных требований.
Федеральный закон «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле» от 31 июля 2020 г. №248-ФЗ	Регулирует отношения в сфере государственного и муниципального контроля, определяет гарантии защиты прав субъектов малого предпринимательства.
Федеральный закон «О федеральной информационной адресной системе» от 28.12.2013 №443-ФЗ	Регулирует отношения в сфере формирования и функционирования информационной системы для обеспечения доступа субъектов малого предпринимательства к мерам поддержки.
Статья 8 Конституции Российской Федерации	Закрепляет единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств для поддержки конкуренции.
Статья 34 Конституции Российской Федерации	Гарантирует право на свободное использование способностей и имущества для предпринимательской деятельности.
Статья 18 Налогового кодекса Российской Федерации	Устанавливает специальные налоговые режимы для малого бизнеса
Глава 48.1 Трудового кодекса Российской Федерации	Вводит упрощенный порядок учета труда работников малых предприятий
Статья 421 Гражданского кодекса Российской Федерации	Закрепляет свободу предпринимательского договора между участниками гражданских правоотношений.
Законодательство субъекта Российской Федерации – Донецкой Народной Республики	
Закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Донецкой Народной Республике» от 27 января 2023 г. №432-ПНС	Регулирует отношения в сфере поддержки развития субъектов сектора малого и среднего предпринимательства на территории Донецкой Народной Республики
Закон Донецкой Народной Республики «О налоговой системе» от 25 декабря 2015 г. №99-ПНС	Определяет принципы и особенности упрощенной системы налогообложения для субъектов предпринимательства на территории ДНР.
Закон Донецкой Народной Республики «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 28 декабря 2020 г. №239-ПНС	Регулирует отношения в сфере государственной регистрации, создания, ликвидации и реорганизации в форме ООО предпринимателей физических и юридических лиц.
Гражданский кодекс Донецкой Народной Республики	Регулирует отношения между лицами в сфере предпринимательской деятельности
Статья 23 Конституции Донецкой Народной Республики	Закрепляет гарантию права свободного использования предпринимательских способностей и имущества для осуществления предпринимательской деятельности

В настоящее время государственное регулирование сектора малого предпринимательства в Российской Федерации строится на основе многочисленных нормативно-правовых актов (табл. 1), среди которых одним из основных является Федеральный закон от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1].

В сфере регулирования отношений по защите прав субъектов малого предпринимательства при осуществлении государственного и муниципального контроля их деятельности одним из ключевых является Федеральный закон от 26 декабря 2008 года «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» №294-ФЗ [2]. Этот закон определяет основные принципы, на которых строится государственное регулирование. Тем не менее, из-за незавершенности процессов создания эффективной системы государственного регулирования, а также недостаточно благоприятного предпринимательского климата и низкой активности взаимодействия между властью и бизнесом, отсутствует единое видение проблем и их решений на уровне институционального диалога. Это замедляет формирование оптимальных основ государственной регуляторной политики для развития малого предпринимательства как на уровне государства в целом, так и на уровне отдельных регионов (в т.ч. на территории Донецкой Народной Республики).

Во многих аспектах, нормативно-институциональное обеспечение регулирования развития малого предпринимательства в России и регионах (в частности в ДНР) соответствует современным стандартам и передовым практикам по всему миру. Тем не менее, следует отметить ряд несовершенств в исполнении требований и принципов государственной регуляторной политики. Эти недостатки касаются, в частности, соблюдения прозрачности органами исполнительной власти в регулировании соответствия проектов регуляторных актов установленным принципам, применения действующей методологии при анализе воздействия на подготовку законопроектов, обязательного согласования с Министерством экономического развития РФ, а также мониторинга результативности регулирующих актов Департаментом регуляторной политики и оценки регулирующего воздействия (далее – ДРПОРВ).

Таким образом, динамичное развитие малого бизнеса в России (и в частности в ДНР) требует существенного усовершенствования нормативно-институционального обеспечения регулирования хозяйственной деятельности. Продвижение институциональных основ регулирования является ключевым фактором для эффективной реализации политики по развитию малого бизнеса, так как оно определяет и формирует институты, ответственные за государственное регулирование.

Это включает в себя распределение, взаимодействие и согласованность действий, а также разработку и внедрение нормативных актов в процессе осуществления регулирования.

Институциональная поддержка развития малого предпринимательства в Российской Федерации обеспечивается деятельностью различных институтов, например, таких как Федеральное Собрание Российской Федерации (Совет Федерации и Государственная Дума), которое, будучи представительным и законодательным органом, формирует необходимое законодательное поле для функционирования и развития предпринимательства. Комитет Государственной Думы Российской Федерации по промышленности, экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству занимается законодательными аспектами в области предпринимательства.

В Донецкой Народной Республике, несмотря на соответствие отдельных аспектов нормативно-институциональной базы реализации регуляторной политики развития малого предпринимательства современным стандартам и передовым практикам, существует ряд недостатков в исполнении требований и принципов государственной регуляторной политики. В частности, отмечается нарушение органами власти принципов прозрачности при разработке проектов и принятии нормативных актов, формальное применение методологии анализа регулирующего воздействия, отсутствие обязательного согласования с Минэкономразвития Российской Федерации, а также недостаточный контроль и оценка со стороны уполномоченных органов относительно результатов регулирующего воздействия.

#### **Список использованных источников**

1. Федеральный закон Российской Федерации от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/)
2. Федеральный закон Российской Федерации от 26 декабря 2008 г. №294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_83079/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/).

**ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МСП В РБ, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ЭКСПОРТ**

Проровский Андрей Геннадьевич, к.т.н., доцент

Брестский государственный технический университет

Prarouski Andrei G., PhD in technics,

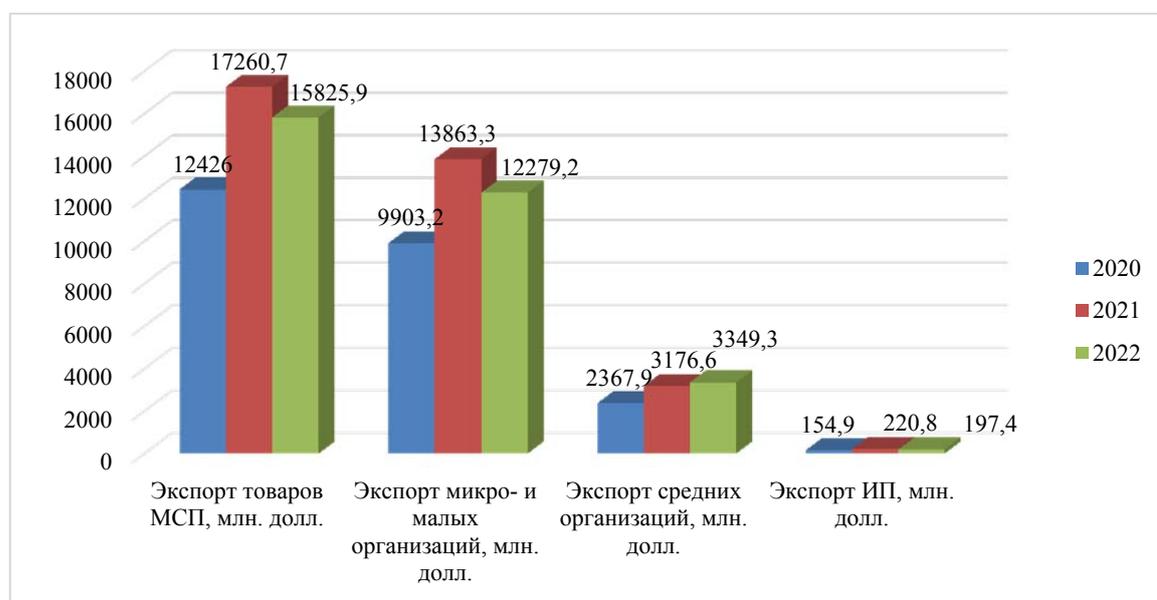
Brest State Technical University, prorovag@mail.ru

**Аннотация.** В статье проведен анализ состояния субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в Республике Беларусь, ориентированного на экспорт, определены источники его поддержки.

**Ключевые слова:** субъекты малого и среднего предпринимательства, экспорт, государственная поддержка, налоговые ставки, финансовые гарантии, финансирование, кредитование.

В Республике Беларусь (РБ) создана необходимая законодательная база и институциональная основа функционирования системы поддержки экспорта субъектами МСП [1]. Работают аналоги зарубежных институтов поддержки экспортёров: Белорусское республиканское унитарное предприятие экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант», ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен», Белорусская торгово-промышленная палата.

Субъекты МСП в РБ активно принимают участие во внешнеэкономической деятельности. На рисунке 1 представлена информация о размерах экспорта товаров МСП в РБ.



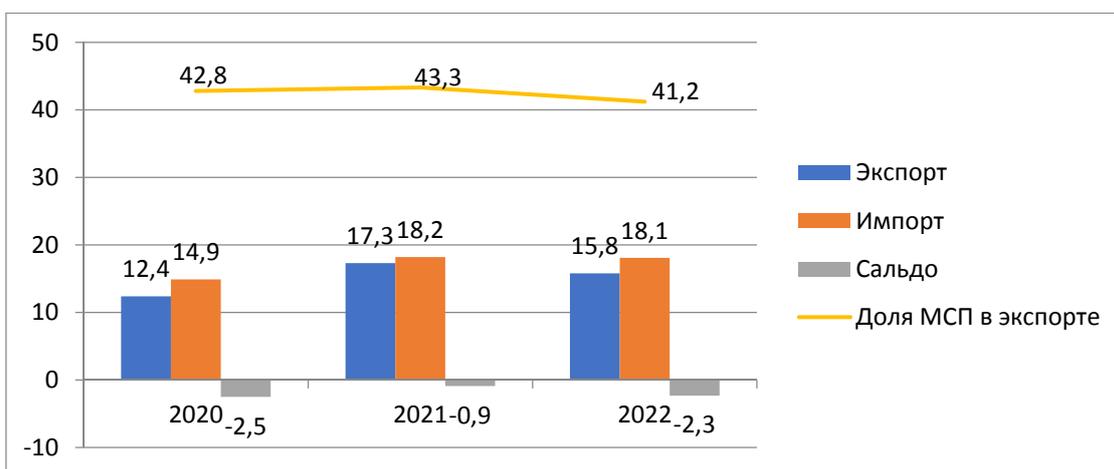
**Рисунок 1 – Экспорт субъектов малого и среднего предпринимательства**

Примечание – Собственная разработка на основе источника [2]

Общий объём экспорта в 2022 г составил 15825,9 млн. долл. США. За анализируемый период максимальный объём экспорта был достигнут в 2021 г. 17260,7 млн. долл. США. Положительная динамика за анализируемый период сложилась

В структуре экспорта 2022 г. наибольшую долю 77,6% занимают микро- и малые организации, средний бизнес – 21,1%, индивидуальные предприниматели – 1,3%.

Анализ внешнеэкономической деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства представлен на рисунке 2.



**Рисунок 2. – Внешнеэкономическая деятельность субъектов МСП в 2020-2022 гг., млрд. долл.**  
Примечание – Собственная разработка на основе источника [3]

Импорт субъектов малого и среднего предпринимательства на протяжении анализируемого периода превышает экспорт. В связи с этим формируется отрицательное внешнеторговое сальдо. В 2022 г. при наивысшем размере экспорта сформировалось максимальное сальдо за анализируемый период в сумме 0,9 млрд. долл.

Доля малого и среднего предпринимательства в экспорте за анализируемый период уменьшилась с 42,8% до 41,2%, что говорит о возрастании доли крупных организаций. При этом роль малого и среднего предпринимательства существенна для государства в любое время [4].

В связи с этим в Республике Беларусь создана система поддержки экспорта, функционируют специализированные институты в области экспортного кредитования. Среди многочисленных структур, оказывающих финансовую поддержку субъектам малого и среднего бизнеса в РБ ориентированного на экспорт, особое место всегда принадлежало Банку развития [5].

В настоящее время участниками программы поддержки экспортеров являются 13 банков партнеров:

- ОАО "Белгазпромбанк";
- ЗАО "МТБанк";
- ОАО "Белинвестбанк";
- ОАО "Белагропромбанк";
- ОАО "АСБ "Беларусбанк";
- ОАО "Приорбанк";
- ОАО "БНБ-Банк";
- ЗАО "Альфа-Банк";
- ОАО "Банк Дабрабыт";
- ОАО "Паритетбанк";
- ЗАО "БТА Банк".

Система поддержки экспорта включает в себя следующие финансовые механизмы, представленные на рисунке 3.

Экспортное кредитование ведётся под льготную ставку 2/3 ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь, увеличенная на 3,5 процентных пунктов, что составляет 9,83 % годовых (при финансировании через банки-партнеры). При финансировании через лизинговую организацию процентная ставка определяется лизинговой организацией. Максимальная сумма финансирования 5,0 млн. бел. руб.

- предоставление экспортных кредитов и страхование экспортных рисков с поддержкой государства (Указ Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)»);

- страхование экспортных рисков с поддержкой государства осуществляется уполномоченной страховой компанией БРУПЭИС «Белэксимгарант»;

- компенсация части процентов по кредитам и лизинговым платежам потребителям белорусской продукции с использованием ресурсной и клиентской базы иностранных банков (Указ Президента Республики Беларусь от 24 сентября 2009 г. № 466 «О некоторых мерах по реализации товаров, произведенных в Республике Беларусь»);

- компенсация экспортерам до 50% расходов по участию в международных специализированных выставках (ярмарках) и проведению оценки соответствия продукции в иностранных государствах (Указ Президента Республики Беларусь № 412 от 14 ноября 2019 г. «О поддержке экспорта»);

- финансирование за счет бюджетных средств части расходов по организации национальных выставок (экспозиций) Республики Беларусь за рубежом (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 апреля 2012 г. № 384 «О некоторых вопросах выставочной и ярмарочной деятельности»).

**Рисунок 3. – Финансовые механизмы поддержки экспорта [6]**

Доля собственного участия в проекте (в расчет доли участия собственными средствами могут приниматься средства, собранные на краудфандинговых площадках) не менее 10 % (*при финансировании через банки-партнеры*); при финансировании через лизинговую организацию доля собственного участия в проекте определяется лизинговой организацией. Поставщик предметов лизинга, приобретаемых на условиях настоящего продукта, не может являться одновременно Лизингополучателем [7].

Максимальный срок финансирования не ограничен. Дополнительными условиями являются:

- наличие у Субъекта МСП действующего экспортного контракта (включая страны СНГ);
- объём экспортной выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг (без учёта НДС) за предшествующий календарный год составляет не менее 30% от общего объёма выручки без учёта НДС.

Для получения финансовой поддержки в рамках программы субъект МСП должен соответствовать следующим критериям:

- объём выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг (без учёта НДС) за предыдущий календарный год не более 25 млн. белорусских рублей.
- доля в уставном фонде Субъекта МСП, принадлежащая Республике Беларусь, её административно-территориальным единицам, не должна превышать 25%;
- суммарная доля собственности нерезидентов Республики Беларусь не более чем 49% уставного фонда Субъекта МСП;
- наличие положительной кредитной истории (в случае наличия кредитной истории), оцененной по данным за последние 12 месяцев (допускается наличие факта (фактов) просроченной задолженности по основному долгу и (или) процентам общей суммарной продолжительностью не более 30 календарных дней за последние 12 месяцев);
- отсутствие просроченной задолженности по обязательствам кредитного характера перед банками, в том числе перед ОАО "Банк развития Республики Беларусь";
- не более 25% уставного фонда принадлежит юридическому лицу, которое не удовлетворяет критериям классификации Субъекта МСП;

- не находится в процессе реорганизации, ликвидации (прекращения деятельности), экономической несостоятельности (банкротства);

- основной вид экономической деятельности относится к секциям А – В, секции С (за исключением классов 1101-1106; раздела 12), секциям D – F, группе 452 секции G, подклассу 45403 секции G, секциям H – J, секции M (за исключением подклассов 69101, 69102, 70100).

В рамках экспортного кредитования запрещается финансирование проектов следующих видов деятельности:

- не относящихся к целевому сегменту субъектов МСП;
- производство оружия и (или) военного снаряжения;
- производство и экспорт табачных изделий;
- производство алкогольных напитков (за исключением производства пива, сидра, вина и солода);
- сфера игорного бизнеса, лотерейной деятельности, электронных интерактивных игр.

Страхование экспортных рисков с поддержкой государства осуществляет БРУПЭИС «Белэксимгарант» [www.eximgarant.by](http://www.eximgarant.by).

В целях обеспечения комплексной информационно-маркетинговой поддержки внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий и организаций ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» осуществляется представление в сети Интернет и в международных информационно-торговых сетях экспортного потенциала Республики Беларусь:

- Портал информационной поддержки экспорта [www.export.by](http://www.export.by) (экспортные возможности Республики Беларусь, белорусские и иностранные компании, каталог продукции и услуг, конъюнктурные обзоры, международный календарь событий) [8].

- Портал информационной поддержки закупок [www.icetrade.by](http://www.icetrade.by) (закупки в Республике Беларусь, зарубежные тендеры, бизнес-информация);

- Электронная торговая площадка [www.goszakupki.by](http://www.goszakupki.by) (аккредитация заказчика, выдача сертификата открытого ключа ЭЦП);

- ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» [www.butb.by](http://www.butb.by).

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

Импорт субъектов малого и среднего предпринимательства на протяжении анализируемого периода превышает экспорт. В связи с этим формируется отрицательное внешнеторговое сальдо.

В 2022 г. при наивысшем размере экспорта сформировалось максимальное сальдо за анализируемый период в сумме 0,9 млрд. долл. Доля малого и среднего предпринимательства в экспорте уменьшилась с 42,8% до 41,2%, что говорит о возрастании доли крупных организаций. При этом роль малого и среднего предпринимательства существенна для государства. В связи с этим в Республике Беларусь создана система поддержки экспорта, функционируют специализированные институты в области экспортного кредитования.

Таким образом, в целом в РБ созданы благоприятные условия для развития малого и среднего предпринимательства. Вместе с тем при сравнении с европейскими странами показатели роли малого и среднего предпринимательства могли бы быть и более весомыми.

### Список использованных источников

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.

2. Статистика малого и среднего предпринимательства – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturnaja\\_statistika/osnovnyepokazатели-deyatelnosti-mikroorga nizatsiy-i-malykh-organizatsiy/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturnaja_statistika/osnovnyepokazатели-deyatelnosti-mikroorga nizatsiy-i-malykh-organizatsiy/) - Дата доступа: 10.04.2024.

3. Малый и средний бизнес [Электронный ресурс] // Министерство экономики. – Режим доступа: [http://economy.gov.by/ru/small\\_business-ru/](http://economy.gov.by/ru/small_business-ru/) - Дата доступа: 10.04.2024.

4. Киевич А.В. Развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 3 (260). С. 13-20.

5. Kievich D.A. Innovation as a factor improving economic competitiveness of the Republic of Belarus / D.A. Kievich // В книге: Сборник научных статей X Международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики, посвященной 75-летию банковского образования на белорусском Полесье. Редколлегия: К.К. Шебеко [и др.]. 2019. С. 80-84.

6. Гарантийный фонд [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://www.belarp.by/ru/garant\\_fond](https://www.belarp.by/ru/garant_fond). - Дата доступа: 10.04.2024.

7. Киевич А.В., Койпаш Д.А. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта. / А.В. Киевич, Д.А. Койпаш // Экономика и банки. 2016. № 1. С. 58–65.

8. Проровский А.Г., Четырбок Н.П. Влияние инноваций на развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.Г. Проровский, Н.П. Четырбок // Современные аспекты экономики. 2021. № 7 (287). С. 6-13.

УДК 336.19.05

## **ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И УСПЕШНЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Рогозина Мария Андреевна, аспирант**

**Белорусский государственный университет**

Pogozina M.A., Belarusian State University, Pog\_hik1.m.a@yandex.ru

**Аннотация.** В статье приведена динамика вложений иностранного капитала в экономику Республики Беларусь (РБ), выделены наиболее привлекательные сферы для инвестирования.

**Ключевые слова:** экономика РБ, антикризисная политика, движение денежных и товарных ресурсов, иностранный капитал, инвестиции.

Современный мир быстро превращается в единое гигантское мировое сообщество с международными рынками. В начале XXI столетия торговать с внешним миром стало так же естественно, как иметь дело с покупателями в вашем городе. Международная торговля стала определяющим фактором в создании и поддержании процветающих экономик различных стран [1].

А без глубокого знания макроэкономики в современных условиях нельзя сознательно и компетентно, осмысленно и творчески воспринимать действительность, разбираться в самых запутанных перипетиях общественной жизни, уметь решать самые сложные задачи хозяйственной практики, знать объективные экономические зависимости, принципы управления производством, методы и рычаги хозяйствования [2].

Так, за годы независимости в Республику Беларусь (РБ) вложено около \$106,97 млрд. иностранного капитала. Значительная часть этого объема приходится на кредиты иностранных государств и международных финансовых организаций, полученные под гарантии правительства. В 2023 году в РБ поступило более 7,71 млрд. долларов иностранных инвестиций [3].

Большая часть инвестирования производится за счет собственных средств организаций – в структуре источников инвестиций за 2023 год (по сравнению с 2022 годом) рост их доли на 0,6 п.п. до 43,5%. Выросла и доля использования прочих источников инвестиций (включая лизинг) – на 0,6 п.п. до 7,9%.

Наиболее привлекательными сферами для инвестирования стали: «операции с недвижимым имуществом» (23,3%), «обрабатывающая промышленность» (19,2%), «сельское хозяйство» (16,1%), «снабжение электроэнергией» (8,4%) и «транспортная деятельность» (6,3%).

Среди стран-инвесторов в Республику Беларусь по привлечению иностранных инвестиций на чистой основе лидируют такие страны как: Российская Федерация, Объединенные Арабские Эмираты и страны ЕС [3].

Из всех иностранных инвестиций 5,8 млрд долларов (74,8%) приходится на прямые. В этом случае инвестор получает длительный контроль над хозяйственными операциями компании. Для этого обычно необходимо приобрести более 10% её доли.

Ещё 1,9 млрд. долларов классифицированы как прочие инвестиции, а 896,7 тыс. долларов – как портфельные. В последнем случае инвестор покупает ценные бумаги компании (акции, облигации), что не предполагает участие в управлении компанией.

Среди отраслей экономики наибольший объем иностранных инвестиций привлекли:

- оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов – 2,57 млрд. долларов;
- промышленность – 2,4 млрд. долларов;
- транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность – 1,29 млрд. долларов [3].

Совместные и иностранные компании по некоторым показателям вносят существенный вклад в развитие белорусской экономики [4]. Они обеспечивают рабочими местами до 10% занятого населения республики и выпускают 10% ВВП страны.

Совместные и иностранные организации активно осуществляют внешнеторговую деятельность, обеспечивая свыше 15% национального экспорта и около 20% республиканского импорта. Наибольшее количество предприятий с иностранными инвестициями функционирует в г. Минске, Минской и Брестской областях.

Система льгот и преференций.

Преимущество такой организации хозяйственной деятельности для зарубежного партнера состоит в получении дополнительных преференций.

К основным из них относятся:

1. Освобождение в течение трех лет от уплаты налога на прибыль от производственной деятельности. В случае, если такие организации производят особо важную для республики продукцию, ставка налога на прибыль уменьшается на 50% еще на срок до трех лет.

2. Освобождение от уплаты таможенной пошлины и налога на добавленную стоимость при ввозе на территорию республики основных средств, предназначенных для формирования уставного фонда [5].

3. Безлицензионный экспорт продукции собственного производства и импорт продукции для собственного производства.

4. Свободное распоряжение полученной выручкой в иностранной валюте от экспорта продукции собственного производства после уплаты налогов и других обязательных платежей.

5. Свобода при выборе поставщиков товаров и установлении цен на продукцию собственного производства.

6. Сохранение правового режима в течение 5 лет с момента государственной регистрации организации с иностранными инвестициями вне зависимости от изменений в законодательстве Республики Беларусь.

Успешные инвестиционные проекты.

Среди успешно работающих на белорусском рынке организаций с иностранным капиталом следует отметить СП "Бакко Бисов", СП "МАЗ-МАН".

СП "Бакко Бисов" – единственный производитель биметаллических ленточных пил промышленного назначения для металлообработки и деревообработки на территории СНГ. Производственная программа СП "Бакко Бисов" включает биметаллические ленточные пилы различных типоразмеров. Для нужд организаций стран СНГ предприятие производит 10% продукции, остальная часть экспортируется на европейский рынок. В СП "Бакко Бисов" с 1999 года инвестировано около \$7 млн. иностранного капитала. В последние годы постоянно происходит модернизация и наращивание объемов производства. Планируемый годовой объем производства на 2023 год составляет 6 млн. м. биметаллических ленточных пил, объем выручки от реализации продукции - \$10,4 млн. В настоящее время на предприятии работает около 150 человек. Ежегодный товарооборот этой фирмы составляет приблизительно \$740 млн. Компания имеет 2500 служащих и действует в более чем 40 странах мира. Благодаря высокому качеству производимая компанией продукция пользуется устойчивым спросом среди профессиональных пользователей. Компания контролирует весь цикл - от фундаментальных исследований в процессе развития и производства продукции до её реализации. "Бакко Групп" регулярно внедряет инновации, которые помогают потребителям повышать качество работы.

Совместное белорусско-германское предприятие ЗАО "МАЗ-МАН" создано в 1998 году с целью производства современных большегрузных автомобилей для региональных и международных перевозок. Учредителями предприятия являются немецкий автомобильный концерн MAN Nutzfahrzeuge AG, г. Мюнхен, минский автомот. завод РУП "МАЗ", ЗАО АКБ "Инфобанк" и др.

Руководителям СП "МАЗ-МАН" представилась возможность на практике реализовать новые технологии организации производства, применив западные концепции в отечественных экономических условиях. Немецкая сторона активно участвует в процессе реализации данного проекта, передавая опыт в построении бизнеса, ноу-хау, поддерживая техническое развитие предприятия, внедряя новые подходы в сфере организации производства. Немецкие специалисты передают свой опыт в области создания гибких производственных и управленческих технологий. Производ-

ственные мощности завода рассчитаны на выпуск до 3 000 автомобилей в год. На производственных площадях располагаются современно оборудованный сборочный цех, складские помещения, площадка для хранения готовой продукции, а также административное здание. На предприятии в настоящее время занято около 140 ч.

СП "МАЗ-MAN" стало первым в Республике Беларусь отечественным производителем седельных тягачей европейского класса, соответствующих требованиям европейских правил и директив, в том числе правилам ЕЭК ООН по нормам, регулирующим уровень выхлопа и шумности. В настоящее время завод производит также самосвалы МАЗ-MAN 651668 с колесной формулой 6x4, автомобили-шасси МАЗ-MAN 630368 с колесной формулой 6x4, бортовые автомобили-тягачи с колесными формулами 6x4 и 6x2. На базе указанных моделей освоено ряд модификаций - таких, как автомобили для перевозки опасных грузов, в северном и тропическом исполнениях, для эксплуатации в тяжелых дорожных и климатических условиях и т.д. Разработаны также технические опции для повышения технико-эксплуатационных параметров автомобилей в зависимости от конкретных условий эксплуатации. За время своей деятельности предприятие произвело свыше 700 единиц автомобильной техники. Основными регионами сбыта являются страны СНГ. С 2002 года осуществлялись поставки в регионы Ближнего Востока.

Автомобили МАЗ-MAN представляют на рынке качественно новый уровень техники, производимой в РБ, соответствующей всем действующим и перспективным европейским требованиям. Перед СП "МАЗ-MAN" стоят задачи по освоению автомобилей МАЗ-MAN самого различного направления, увеличению производства автомобилей до 600 единиц в год, модернизации производственных мощностей, усовершенствованию контроля качества продукции, выходу на рынки дальнего зарубежья (Африка, Азия, Западная Европа).

Таким образом, власти в РБ не против прихода в страну крупных иностранных инвесторов [6]. Как показывает пример всех успешно развивающихся экономик, инвестиционная привлекательность страны определяется отнюдь не длиной перечней случаев освобождения ИП и совместные предприятия от налогов, а в первую очередь тем, насколько стабильно в стране хозяйственное законодательство и как реально оно выполняется. Но именно по этим критериям рейтинг РБ остается едва ли не самым низким даже среди стран СНГ [7].

Международными финансовыми организациями РБ отнесена к 7 классу, группе "С", что предполагает наивысшую степень риска для иностранного кредитора. Соответственно премии за риск потери инвестиций в РБ самые высокие. Поэтому проценты по иностранным кредитам - 12% и выше, что делает их малопривлекательными для заемщика. Валютные кредиты белорусских банков имеют практически ту же стоимость, поэтому долгосрочные ссуды на развитие производства не пользуются популярностью. Кроме того, получаемые кредиты, как правило, связанные. Это значит, что финансовые средства идут товаропроизводителю страны-кредитора, заемщик получает продукцию, а рассчитывается валютой [8].

Как видим, РБ предстоит ещё долгий путь и кропотливая работа по совершенствованию направлений по привлечению иностранных инвестиций на территорию страны.

#### **Список использованных источников**

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.
2. Галкина М.Н., Киевич А.В. Проблемы обеспечения информационной и экономической безопасности государства / М.Н. Галкина, А.В. Киевич // Экономика и банки. 2021. № 1. С. 65-76.
3. Результаты инвестиционной деятельности // Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/pezzultat-ru/>. - Дата доступа: 05.03.2024 г.
4. Пригодич И.А, Конончук И.А., Киевич А.В. Внешнеэкономическая деятельность как фактор активизации инвестиций в Брестской области Беларуси. И.А. Пригодич, И.А. Конончук., А.В. Киевич. Часопис економічних реформ. 2020. № 2 (38). С. 38.
5. Ливенский В.М., Лисовский М.И. Направления оптимизации государственных расходов в Республике Беларусь / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. 2019. – № 6 (262). – С. 16-22.

6. Панюсько А.С., Киевич А.В. 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.

7. Потапова Н.В., Четырбок Н.П. Роль малого бизнеса в экономике Республики Беларусь / Н.В. Потапова, Н.П. Четырбок // Современные аспекты экономики. 2021. № 4 (284). С. 23-29.

8. Всемирный банк // Сайт Всемирного банка [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/>. – Дата доступа: 16.03.2024 г.

УДК 621.9

## МОДЕЛЬ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ В АГРАРНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Родцевич Николай Григорьевич, к.э.н., доцент, 2142053@inbox.ru

Барановичский государственный университет

Radtsevich Nikolay Grigoryevich, PhD in Economics, Associate Professor, nns\_53@mail.ru

Baranovichi State University

**Аннотация.** В статье рассматриваются эколого-экономические проблемы современного аграрного сектора, эколого-экономические инструменты, предложен механизм эколого-экономического управления.

**Ключевые слова:** экология, аграрное производство, эколого-экономический механизм, аграрная политика, экологический маркетинг

Сегодня человечество осознает необходимость коренной перестройки взаимоотношений общественного производства с окружающей природной средой, ведь сложная экологическая ситуация в стране побуждает как производителей, так и потребителей к поиску оптимального соотношения между уровнем собственной прибыли и уровнем расходов на природоохранную деятельность.

Актуальность проблемы охраны окружающей среды в сельском хозяйстве усиливается в современных условиях в связи с процессами загрязнения природных ресурсов, которые используются не только в аграрном производстве, но и промышленными, строительными и другими несельскохозяйственными предприятиями.

Все эти загрязнения ведут к снижению плодородия почв и их продуктивности, к ухудшению качества вод, атмосферы, наносят ущерб растениеводству и животноводству, что влечет недополучение сельскохозяйственной продукции и ухудшение ее качества.

Более глубокое осмысление имеющихся проблем заставляет задуматься, какую роль играет агропромышленный комплекс в обеспечении устойчивого развития страны, о необходимой перестройке этого сектора экономики, о способах хозяйствования и механизмов управления.

Основными экологическими проблемами на протяжении последних лет остаются постоянно увеличивающиеся технологические отходы производства и потребления в результате:

- загрязнения атмосферного воздуха различными стационарными и передвижными объектами;
- загрязнение водных ресурсов агрохимикатами, пестицидами, сточными водами;
- загрязнение и деградация почв.

При этом важно отметить, что ускоренное развитие всех отраслей агропромышленного комплекса — это насущная необходимость современного общества с целью обеспечения продовольственной безопасности, но здесь необходимо более четко учитывать экологические последствия.

Современное аграрное производство переживает серьезный кризис суть которого заключается в недостаточном уровне финансовых средств, которые не соответствуют современным требованиям технической базы для освоения новейших технологий по производству сельскохозяйственной культур, а также отсутствия принципа единства экономики и экологии в управлении производством. Это порождает комплекс эколого-экономических проблем, которые неблагоприятно влияют на уровень организации производства.

На сегодняшний день уже сформированы политические экономические и социальные условия для развития экологически направленных инноваций в аграрном производстве.

Для того чтобы воспользоваться этими предпосылками и как следствие результатами от внедрения этого типа инноваций следует ввести систему эколого-экономического управления, которое

рассматривается учеными как составная часть управленческой науки, что учитывает и реализует цели охраны окружающей среды и рационального природопользования при планировании, осуществлении и контроле хозяйственных действий для обеспечения сбалансированного функционирования экосистемы, а также ее инновационного развития.

Модель эколого-экономического механизма представляет собой комплекс взаимосвязанных процессов и элементов, которые объединены общей целью – получение качественной и безопасной пищевой продукции, и сырья, обеспечение устойчивого и эффективного производства, улучшение качества сельскохозяйственных земель. Все элементы данной модели связаны между собой.

Важной составляющей данной модели является система государственного экологического управления, которое включает: управление общей компетенции (Совет Министров Республики Беларусь, местные государственные администрации и городские советы) и управления специальной компетенции (Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды, Министерство сельского хозяйства и продовольствия, Государственный комитет по имуществу, Министерство лесного хозяйства, Министерство здравоохранения, ГУ «Республиканский центр гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья»).

Государственные органы общей компетенции осуществляют свою деятельность путем принятия постановлений и распоряжений по ключевым вопросам и аграрной сфере, государственные органы специальной компетенции обеспечивают реализацию государственной политики в различных сферах.

В данном механизме экономические инструменты включают поощрительные рычаги влияния: применение льготного налогообложения и кредитования, а также ценовое стимулирование природоохранной деятельности. Критериями экономического стимулирования собственников земли и землепользователей за рациональное использование и охрану земель на региональном уровне являются, прежде всего, эффективность воспроизводства и повышения плодородия почв относительно их базового уровня при получении угодий в собственность или пользование.

Здесь имеется в виду повышение в почве гумуса и других питательных веществ, снижение кислотности, заболоченности, создание противоэрозионных сооружений и выполнение лесомелиоративных мероприятий. При этом для определения целесообразности применения мер экономического стимулирования экологизации природопользования на местном уровне должны быть созданы соответствующие комиссии в составе управлений земельных ресурсов и представителей власти по экономическим вопросам и финансам.

Таким образом, экономические методы управления экологизацией природопользования должны предусматривать создание таких экономических условий, которые бы стимулировали землепользователей к достижению лучших результатов в их деятельности.

Эколого-экономическое развитие должно основываться на предпосылках, когда субъект хозяйствования будет в нем заинтересован. Это будет зависеть от:

- комплекса мер государственной поддержки, к которым можно отнести формирование механизма переориентации экспорта в пользу «глубокой переработки» путем проведения налоговой и тарифной политики; развитие системы льготного кредитования для организаций, использующих эко-инновации; использование льготной системы налогообложения с целью стимулирования экологически чистых технологий;
- изменение нормативно-правовых механизмов развития сельских территорий как основы роста аграрного производства: изменение в земельное законодательство, законодательство о природных ресурсах, разработка природоохранной законодательной базы, усиление административной и имущественной ответственности за ущерб, причиненный окружающей среде;
- переход субъектов хозяйствования на экологически приемлемые способы хозяйствования.

Экологический инструмент управления предусматривает проведение сертификации и маркировки экологической продукции, которая доказывает, что обеспечивается соответствие идентифицированного объекта конкретному нормативному документу.

Процесс сертификации и стандартизации должен быть проведен в соответствии с международными стандартами, адаптированными к условиям Республики Беларусь.

Эколого-экономические инструменты, на наш взгляд, являются составляющей экологического маркетинга и включают:

- производство экологически безопасной агропродовольственной продукции и ее экологическое позиционирование;
- ценообразование с учетом экологических затрат;
- формирование рынка экологически безопасной продукции, в основу которого должны быть положены международные стандарты экологического сельскохозяйственного производства;
- распределение экологически безопасной агропродовольственной продукции;
- становление информационно-коммуникационной системы продвижения агропродовольственной продукции.

Таким образом, экологический маркетинг в аграрном секторе экономики, а также развитие экологически ориентированного маркетинга соответствуют условиям социальной ответственности агропромышленного производства, развития хозяйственного механизма управления на эколого-экономических началах, а также является неотъемлемой частью экологического и экосистемного менеджмента в агрофере.

Аграрная политика в Республике Беларусь должна строиться в соответствии с новыми современными требованиями, принципами, стандартами качества ведущих экономико-экологических и социальных мировых тенденций и требований.

Важным шагом на этом пути является разработка механизма эколого-экономического управления в аграрном производстве.

Важной составляющей такого механизма должен стать экологический маркетинг, который обеспечит адаптацию главных процессов маркетингового управления с учетом природоохранных требований, а также позволит учесть в процессе производства потребность человека в экологической безопасности.

#### **Список использованных источников**

1. Зеленый маркетинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_z/green-marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_z/green-marketing/). – Дата доступа: 10.04.2024.
2. Парадокс экологического маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/242543-paradoks-ekologicheskogo-marketinga/>. – Дата доступа: 10.04.2024.
3. Смирнова, Е. В. Экологический маркетинг / Е. В. Смирнова // Практический маркетинг. – 2010 – № 4
4. Притужалова, О. А. Экологический менеджмент и аудит: учебное пособие для вузов / О. А. Притужалова. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 244 с. – (Высшее образование).
5. Зенченко, С.А. Экологический менеджмент в Европейском союзе / С.А. Зенченко, Н.Н. Горбачев. – Минск: Медисонт, 2018. – 322 с.

УДК 338.439:658.26

### **ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ТРЕНДЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ**

**Рудченко Галина Анатольевна, к.э.н., доцент**

**Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси**

Rudchanka Halina Anatolievna, PhD in Economics, Associate Professor

Institute of System Researches in the Agroindustrial Complex of the National Academy of Sciences of Belarus, karpina@tut.by

**Аннотация.** В статье проанализирована энергоэффективность производства продовольственной продукции, установлена положительная тенденция улучшения исследованных показателей ее оценки, констатирована необходимость дальнейшей работы по реализации мер, способствующих оптимизации использования топливно-энергетических ресурсов в аграрной отрасли Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** топливно-энергетические ресурсы, энергоэффективность, энергоёмкость, производство продовольствия.

В соответствии с национальными приоритетами Республики Беларусь, закрепленными в документах стратегического планирования [1–3], актуальной задачей, требующей непрерывного поиска прогрессивных решений, является энергоэффективное развитие экономики в целом и ее отдельных отраслей. При этом ключевым фактором активизации внедрения инновационных энер-

гоэффициентных технологий призваны стать государственные программы отраслевого развития, направленные на повышение рациональности использования топливно-энергетических ресурсов (далее – ТЭР).

Выполненный сравнительный анализ входных (расход ТЭР на 1 га сельхозугодий) и выходных (энергоэффективность производства продукции сельского хозяйства) параметров организации системы энергопотребления при производстве продукции сельского хозяйства (рисунок 1) позволил сделать вывод об эффективности реализуемых в аграрном секторе Республики Беларусь мер по повышению энергоэффективности и энергосбережению:

– во-первых, энергоемкость производства продукции сельского хозяйства за исследуемый период снизилась на 7,44 % (с 140,067 кг у. т. / тыс. руб. до 129,642 кг у. т. / тыс. руб.);

– во-вторых, отмечавшиеся в отдельные периоды небольшие отклонения показателя от среднего за исследуемый период значения, составившего 134,046 кг у. т. / тыс. руб., обуславливаются в большей мере влиянием природно-климатических факторов;

– в-третьих, увеличение расхода ТЭР на 1 гектар сельскохозяйственных угодий вызвано изменением площади последних на фоне рационализации использования энергоресурсов аграрными товаропроизводителями.

Изучение соотношения темпов роста выручки и прибыли и темпов роста расхода ТЭР (рисунок 2) позволил установить положительные пропорции в развитии процессов энергопотребления.



Рисунок 1. – Динамика основных показателей использования ТЭР за период 2016 – 2021 гг., % (составлен автором по данным [5])

Примечание – В расчетах принята валовая продукция сельского хозяйства в ценах 2015 года с учетом деинфляции.

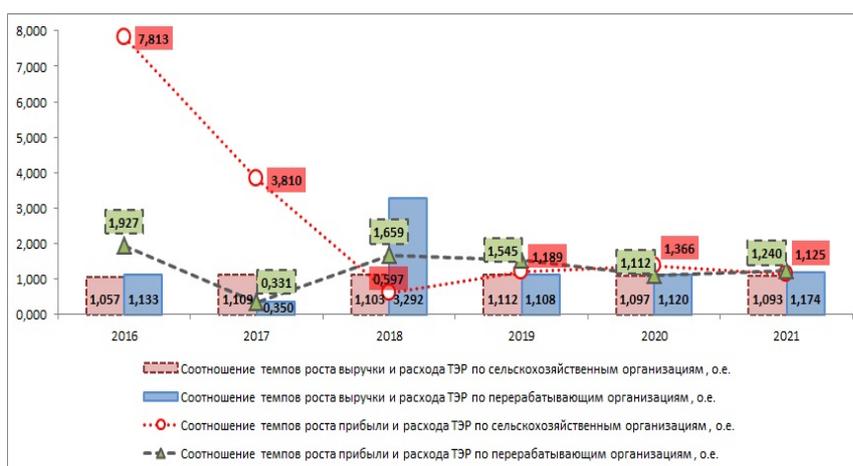


Рисунок 2. – Динамика соотношения темпов роста выручки, прибыли от реализации продукции (товаров, работ, услуг) и расхода ТЭР в сельскохозяйственных и перерабатывающих организациях системы Министерства сельского хозяйства и продовольствия за период 2016–2021 гг., о. е. (составлен автором по данным [5])

Темпы роста конечных результатов деятельности сельскохозяйственных и перерабатывающих организаций превышали темпы роста потребления энергоресурсов. Установлены неблагоприятные точечные процессы в отдельные годы (2017 г. в переработке и 2018 г. в сельском хозяйстве), когда соотношение показателей было меньше 1 вследствие замедления роста аграрной экономики в связи с нестабильностью внешней среды. Выявленные положительные тенденции свидетельствуют о высокой результативности принимаемых мер по снижению энергопотребления и повышению энергоэффективности агропродовольственной системы в целом.

Проведенный анализ соотношений темпов роста выхода продукции и ее энергоемкости в разрезе групп продуктов (таблица 1), определенных Доктриной национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 г. [4] в качестве ключевых для оценки продовольственной независимости, позволил установить следующее:

– *во-первых*, наиболее благоприятная ситуация по соотношению показателей (значения больше 1) наблюдалась по озимым и яровым зерновым культурам, рапсу, плодам, молоку;

– *во-вторых*, наиболее неблагоприятными по складывающимся соотношениям темпов роста показателей (значения меньше 1) на протяжении рассмотренного периода следует считать 2021 г., что обусловлено последствиями пандемии COVID-19;

– *в-третьих*, наличие негативных фрагментарных явлений в производстве продовольственной продукции позволяет констатировать необходимость поиска и реализации мер по повышению энергоэффективности в аграрной отрасли.

Таблица – Динамика соотношения темпов роста выхода продукции и энергоемкости производства в разрезе ключевых групп продуктов по организациям системы Министерства сельского хозяйства и продовольствия за период 2016–2021 гг., о. е.

Показатели	Значение показателей по годам					
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Зерно:						
– озимые зерновые	0,742	1,036	0,592	1,241	1,357	0,704
– яровые зерновые	0,634	1,101	0,522	1,318	1,150	0,646
Сахарная свекла	1,353	1,046	1,110	0,899	0,949	0,877
Картофель	0,917	0,988	0,769	0,902	0,783	0,740
Рапс	0,418	3,123	0,755	1,214	1,462	0,730
Овощи открытого грунта	1,417	1,117	0,543	0,953	0,669	0,452
Овощи защищенного грунта	0,901	0,981	1,017	0,989	1,163	0,757
Плоды	1,742	0,381	3,011	0,233	1,614	0,648
Молоко	1,019	1,007	1,014	0,944	1,115	0,958
Свинина	0,901	1,028	1,095	0,817	1,225	0,872
Говядина	0,808	1,025	1,136	0,950	1,015	1,153
Яйца кур	0,971	1,002	0,897	1,204	0,811	1,027
Рыба	0,917	0,549	0,943	1,402	0,668	1,350

Примечание – Рассчитано автором по данным [5].

Таким образом, результаты анализа подтверждают устойчивую положительную тенденцию повышения энергоэффективности производства сельскохозяйственного сырья и продовольствия. Однако для сохранения наметившихся темпов роста энергоэффективности и получения более высоких результатов требуется дальнейшая разработка инновационных организационно-экономических, технических и технологических решений в данной области с целью преодоления имеющихся отраслевых ограничений.

#### Список использованных источников

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2035 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт М-ва экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/NSUR-2035-1.pdf>. – Дата доступа: 01.03.2024.

2. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] утв. Указом Президента Респ. Беларусь, 29 июля 2021 г., № 292 // Официальный сайт М-ва экономики

Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/macro-prognoz/Programma-2025-nov-red.pdf>. – Дата доступа: 01.03.2024.

3. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, 01 февр. 2021 г., № 59 // Официальный сайт М-ва сельского хозяйства и продовольствия Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.mshp.gov.by/uploads/Files/prog/post59.pdf>. – Дата доступа: 01.03.2024.

4. О Доктрине национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 15 дек. 2017 г., № 962 // Консультант-Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

5. Сводные годовые отчеты по предприятиям Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь за 2016–2021 гг.

УДК 338.436.33

## РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В АПК В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Рыбалко Юлия Александровна, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Rybalka Yuliya Aleksandrovna, PhD in Economics, Associate Professor

Polesky State University, rybalko.u@polessu.by

**Аннотация.** В статье исследованы теоретические основы интеграционных процессов в АПК и сделан вывод, что основным направлением цифровой трансформации в сельском хозяйстве является интеграция объективно-необходимых рекомендаций субъектам хозяйствования в рамках активизации инновационных подходов с использованием цифровых технологий.

**Ключевые слова:** интеграция, трансформация, инновационные технологии.

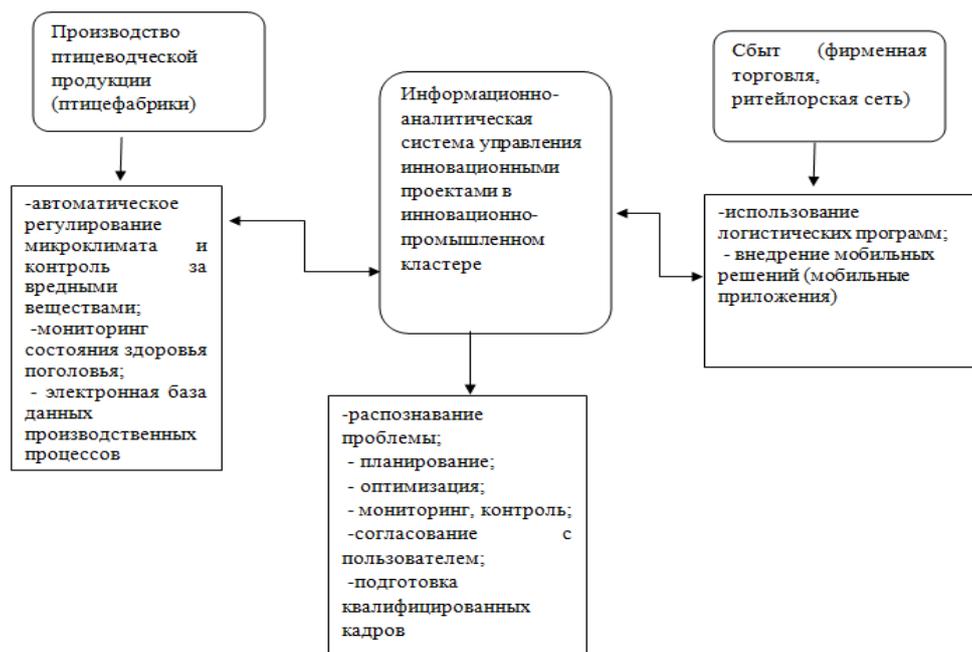
Необходимость понимания сущности и содержания термина «цифровая трансформация» интеграции и интеграционных процессов позволит выявить тенденции интеграционных взаимодействий путем решения проблем посредством активного использования цифровых технологий. В данном контексте сформулирован авторский подход к понятию «цифровая трансформация интеграции и интеграционных процессов в АПК», суть которого состоит в обеспечении действенных рекомендаций с учетом быстро изменяющихся предпочтений потребителей с использованием современных подходов и методов управления, что позволит повысить эффективность производства конечной высококачественной продукции (аграрного сырья и продуктов питания) и доходность ее сбыта[1;2;3].

Научная новизна авторского подхода заключается в возможности реализации экономических интересов субъектов хозяйствования в условиях усиливающейся конкурентной борьбы на рынке сельскохозяйственного сырья и продовольствия путем применения действенных рекомендаций по внедрению и формированию цифровых технологий.

Исследованиями установлено, что ключевым направлением трансформации интеграции и интеграционных процессов в цифровой среде является создание информационно-аналитической системы управления инновационными проектами. Это позволит наиболее полно представить точные рекомендации участникам рынка с использованием современного аппарата инновационного менеджмента.

В связи с этим, нами выявлены основные направления трансформации интеграции и интеграционных процессов в цифровой среде на примере производства и реализации птицеводческой продукции [2] (рис.).

Научная новизна предложенных направлений состоит в создании информационно-аналитической системы управления инновационными проектами в инновационно-промышленном кластере, что позволит осуществить оценку эффективности инновационного развития реального сектора экономики посредством распознавания проблемы, планирования оптимизации, мониторинга и контроля.



**Рисунок – Основные направления трансформации интеграции и интеграционных процессов в цифровой среде на примере производства и реализации птицеводческой продукции**  
 Примечание – Рисунок составлен автором по результатам собственных исследований

Практический результат отражается в повышении эффективности обработки информации инновационного развития организаций, принимающих участие в инновационно-промышленном кластере.

Таким образом, цифровая трансформация агропромышленного производства осуществляется с помощью отраслевых решений в животноводстве и растениеводстве, которая позволяет полностью контролировать процесс производства продукции и управления технологическими процессами. Результатом цифровой трансформации в АПК являются цифровые решения, которые позволяют осуществлять контроль технологических операций и принимать оперативные решения отрасли на базе автоматизированных моделей

### Список использованных источников

1. Рыбалко, Ю. А. Перспективы развития интеграционных взаимодействий в агропродовольственной среде в условиях цифровизации / Ю. А. Рыбалко // Инжиниринг: теория и практика современного мира: монография / Министерство образования Республики Беларусь, УО «Полесский государственный университет»; под ред. В.И. Дуная. – Пинск: ПолесГУ, 2022. – Раздел 5, глава 5.2. – С. 175-183.
2. Рыбалко, Ю.А. Трансформация интеграции и интеграционных процессов в АПК в условиях цифровизации / Ю.А. Рыбалко // Экономика и банки. – 2021. – № 2. – С. 80–87.
3. Рыбалко, Ю.А. Факторы снижения инновационных рисков в АПК / Ю.А. Рыбалко // Экономика и банки. – 2023. – № 11. – С. 43–48

УДК 001.895:332.01

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Сильванович Валерий Иванович, к.э.н., доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Silvanovich Valery Ivanovich, PhD in Economics,

Yanka Kupala State University of Grodno, silvanv@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются теоретико-методологические аспекты территориального инновационного развития на локальном и региональном уровнях экономики. Для стимулирования

сельской инновационной активности предлагается создание и развитие местных инициативных групп.

**Ключевые слова:** парадигма близости, теория региональной инновационной системы, локальные инновационные системы, местные инициативные группы.

Установлено, что инновационный процесс имеет территориальный базис, следовательно, все изменения, происходящие благодаря реализации локальных инноваций, необходимо оценивать в территориальном и социальном контекстах [1]. Активность, которая является инновационной в одной местности, не выступает в качестве таковой на другой территории [2]. При этом инновационные процессы, протекающие на местном уровне, следует рассматривать через призму парадигмы близости и теории региональной инновационной системы.

В парадигме близости, которая развивалась с начала 90-х гг. XX в. главным образом французскими экономистами и географами, такими как А. Ралле, А. Торре и Ж.-Б. Циммерманн [3], территория оценивается через призму разного рода измерений близости, которые оказывают воздействие на реализацию ее локального инновационного потенциала. Среди них можно выделить близость:

1) когнитивную, определяемую сходством познавательных структур членов разного плана институций, организаций и сообществ, связанных с данной территорией, которые позволяют им общаться и сотрудничать;

2) организационную, трактуемую как сходство различных организационных решений, которые обеспечивают устойчивые реляции между субъектами, оперирующими на территории;

3) институциональную, которая определяется сходством формальных и неформальных норм и ценностей, обуславливающих возможность формализованного и неформализованного сотрудничества субъектов и сообществ, локализованных в пределах территории;

4) географическую, понимаемую как пространственная дистанция между территориальными единицами и локальными компонентами;

5) социальную, определяемую спецификацией социальной структуры жителей территории, реляциями между ними, в том числе обусловленных общественным и человеческим капиталом, а также совокупностью социальных параметров, оказывающих воздействие на качество и ход взаимодействия между институциями, организациями и сообществами, дислоцированными на территории.

Важно указать, что множество различных форм локальной близости стимулирует внедрение инноваций в территориальную экономику. В период интенсивного развития информационно-коммуникационных технологий географическая близость, т.е. пространственная дистанция, которая разделяет институции, организации, местные сообщества и их членов, часто представляется наименее значимой для реализации инноваций, хотя она также играет важную роль, особенно в сельских районах, часто характеризующихся менее развитой, чем в городах, дорожной и интернет-сетевой инфраструктурой.

В теории региональной инновационной системы [4], ведущими представителями которой выступают Д. Доси, К. Фримен, Р. Нельсон и Г. Сильверберг, постулируется, что инновационный потенциал регионов, а также более мелких или более крупных территориальных систем, детерминирован субъектами, формирующими систему, ориентированную на нововведения, т.е. теми из них, которые оперируют в данной области и связаны с другими инновационно активными институциями, организациями и сообществами. Связи между субъектами региональной инновационной системы обусловлены, в первую очередь, их ресурсным потенциалом. Используя когнитивные категории отмеченной ранее парадигмы близости, данные связи можно свести к рассмотренным выше измерениям близости, среди которых особенно значимыми представляются: социальная близость, в том числе включающая общественные доверительные отношения между субъектами региональной инновационной системы; организационная близость в плане сходства организационных структур и принципов функционирования субъектов системы; институциональная близость, помимо прочего предполагающая сходство норм и ценностей, способствующих их кооперации. Необходимым условием сотрудничества субъектов региональной инновационной системы является не только их пространственная близость: само по себе расположение институций, организаций и сообществ на данной территории не означает, что они формируют территориальную

инновационную систему, даже если каждый субъект в отдельности работает над реализацией проектов в области инноваций. То есть, способность территориальной системы разрабатывать и внедрять инновации – это не просто суммирование инновационных компетенций отдельных субъектов, входящих в региональную инновационную систему, а ценность, формируемая в результате синергетического эффекта, который может возникнуть в результате кооперации субъектов, участвующих в реализации инновации.

Важно отметить, что количество и разнородность субъектов, создающих локальные и региональные инновационные системы, варьируются в зависимости от специфических особенностей территории. В городах в инновационный процесс вовлечено существенно больше, чем в сельской местности, людей и организаций. Так, в городских агломерациях функционируют структуры, занимающиеся продуктовыми и бизнес-процессными инновациями, такие как центры трансфера технологий, технопарки, технополисы, которых в сельских районах практически отсутствуют. Столь существенных различий не отмечается в институтах и организациях, формирующих систему социальных инноваций. Как в сельских районах, так и в городах активно действуют: общественные организации; предприятия, в том числе субъекты социальной экономики и коммерческие организации, реализующие идею корпоративной социальной ответственности; государственные институты, действенно решающие социальные проблемы местных жителей.

Для стимулирования процесса разработки и внедрения социальных инноваций в сельских районах целесообразно создание на локальном уровне местных инициативных групп в составе представителей трех секторов: государственного, общественного и предпринимательского. В первую очередь, местные инициативные группы должны представлять собой платформу для сотрудничества между представителями этих секторов. Концепция местных инициативных групп предполагает, что любая форма активности, которая до сих пор не присутствовала в данной предметной области, является инновационной, которая может заключаться, в частности, во внедрении имеющихся технологий и передового опыта и их адаптации к конкретным условиям и обстоятельствам в новом месте или посредством внедрения верифицированных концепций новым, более прогрессивным способом. То есть, местные инициативные группы должны рассматривать социальные инновации как реализацию решений, которые служат устранению локальных общественных проблем и впервые появляются в данном местном сообществе. Одним из целевых ориентиров функционирования местных инициативных групп должно стать решение проблемы недостаточно высокого уровня взаимодействия между представителями местных органов государственной власти, предпринимательского сектора и жителями территории в целях многофункционального и устойчивого развития сельских территорий.

Следует указать, что препятствующим фактором для инновационной активности государственных институтов выступает, среди прочего, их бюрократизация, которая описана еще Максом Вебером, включающая: повторяемость процедур; их реконструкцию, а не модификацию. Поэтому, нововведения, в особенности организационные и социальные, призваны способствовать преодолению барьеров, присущих этим институтам, которые существенно ограничивают как их инновационный потенциал, так и возможность поддержки других субъектов, работающих на реализацию целей инновационного развития территориальной системы. Во многих странах государственные институты подвергаются критике за их чрезмерную централизацию, медленную работу и неспособность гибко реагировать на изменения в социально-экономической сфере. На фоне государственного сектора субъекты предпринимательства и общественные организации часто воспринимаются как гибкие, эффективные, действенные и гораздо более способные создавать и внедрять инновации.

Вместе с тем, положительная роль государственных институтов в поддержке инновационных процессов в территориальной экономике сводится к:

- 1) продвижению инноваций на локальном уровне (в том числе в плане обмена передовым опытом, связанным с ними);
- 2) формированию у государственных служащих духа открытости к изменениям;
- 3) созданию стимулирующих процедур для субъектов инновационной деятельности;
- 4) укреплению и координации локальных инновационных систем, интегрированию входящих в них различных социальных субъектов, разработке формальных рамок их сотрудничества,

5) созданию нормативно-правовых механизмов предотвращения перерасхода материальных и финансовых ресурсов, используемых в инновационном процессе, а также процедур оценки эффективности инноваций.

Важно отметить, что государственные институции, в особенности, местные органы власти, часто выступают в качестве наиболее значимых партнеров организаций социальной экономики. Не менее важными их партнерами являются: учреждения здравоохранения (больницы, поликлиники), учреждения образования (школы, колледжи, университеты), научно-исследовательские учреждения, местные предприятия, организации предпринимателей, общественные организации и другие предприятия социальной экономики. При этом, сектор государственного управления может как поддерживать хозяйственную активность организаций локальной социальной экономики, играя роль донора и уполномоченного представителя, так и противодействовать их деятельности. В ряде ситуаций негосударственные организации социальной экономики воспринимаются как конкуренция для государства на локальном рынке социальных услуг. На практике такое отношение может проявляться в различных видах административных ограничений на деятельность негосударственных организаций социальной экономики, включая длительные и обременительные проверки со стороны государственных учреждений.

#### Список использованных источников

1. Oosterlynck, S. The butterfly and the elephant: local social innovation, the welfare state and new poverty dynamics / S. Oosterlynck [at al.] // ImPROvE Discussion Paper. – 2013. – № 13/03. – Antwerp: Herman Deleeck Centre for Social Policy, University of Antwerp, 2013. – 45 p.
2. Moulaert, F. Globalization and integrated area development in European cities / F. Moulaert. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – 176 p.
3. Украинский, В.Н. Современная французская пространственная экономика: теория близости и типологизация локализованных экономических систем / В.Н. Украинский // Пространственная экономика. – 2011. – № 2. – С. 92–126.
4. Ладыгина, И.А. Эволюция теоретических взглядов на региональную инновационную систему / И.А. Ладыгина // Проблемы рыночной экономики. – 2021. - № 2. – С. 22–29.

УДК 334

#### РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ УНИВЕРСИТЕТОВ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИЙ "УНИВЕРСИТЕТ 3.0", "УНИВЕРСИТЕТ 4.0" В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Хмель Ольга Анатольевна, к.э.н., Полесский государственный университет

Khmel O.A., PhD in Economics, Polesky State University, khmel.o@polessu.by

**Аннотация.** В статье рассматривается развитие концепций "Университет 3.0", "Университет 4.0", представлен Swot-анализ развития концепции "Университет 4.0".

**Ключевые слова:** концепция "Университет 3.0", концепция "Университет 4.0", Swot-анализ.

Современный этап развития системы высшего образования Республики Беларусь (2017 год и по настоящее время) представляет собой комплексное развитие научно-исследовательской, инновационной и предпринимательской инфраструктуры учреждений высшего образования в целях создания инновационной продукции и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. Так, на встрече Президента Беларуси Александра Лукашенко с научной общественностью в Национальной академии наук в апреле 2017 года была предложена концепция "Университет 3.0", которая направлена на выполнение задач по повышению качества и эффективности практико-ориентированной подготовки специалистов.

При этом в рамках развития концепции можно выделить подэтап (2020-2022 гг.) – цифровое развитие системы высшего образования, переход к концепции "Университет 4.0", что было вызвано, в том числе, пандемией коронавируса, когда стало очевидно необходимость интенсивного развития технологий цифрового обучения.

Концепция "Университет 3.0" в системе образования Республики Беларусь получила развитие благодаря стратегическим усилиям Министерства образования и вузов по подготовке квалифицированных специалистов для цифровой экономики. Процесс развития данной концепции включает в себя следующие шаги:

- Разработка образовательных программ, ориентированных на современные требования рынка труда и использование новейших технологий.
- Внедрение дистанционного обучения и онлайн-курсов для улучшения доступности образования.
- Развитие инновационной инфраструктуры в университетах, включая создание и развитие центров технологического трансфера и научно-исследовательских отраслевых лабораторий.
- Поддержка студенческого предпринимательства и инновационных проектов, способствующих развитию экономики и общества.

Эти и другие меры позволяют университетам в Республике Беларусь успешно реализовывать концепцию "Университет 3.0" и обеспечивать качественное образование, соответствующее современным требованиям и вызовам общества.

Полесский государственный университет также является участником проекта «Совершенствование деятельности учреждений высшего образования на основе модели "Университет 3.0" (приказ Министерства образования Республики Беларусь от 28.03.2023 № 411 "Об экспериментальной и инновационной деятельности в 2023/2024 учебном году"), что требует разработки новых подходов к формированию модели университета. Так, в ПолесГУ для обеспечения инновационной и предпринимательской деятельности, направленной на устойчивый рост экономики, создан и функционирует Инновационно-промышленный кластер в области биотехнологии и "зеленой экономики". В кластер входят ООО "Технопарк "Полесье" (создан на базе УО "Полесский государственный университет") и отраслевые лаборатории. В университете организована работа «Стартап-школы ПолесГУ» по вопросам консультирования и поддержки молодёжных инновационных бизнес-проектов:

- проведение семинаров-тренингов, а также разработка и представление стартап-проектов;
- организация и проведение конкурсов инновационных проектов молодых разработчиков – Пинск Инвест Уикенд;
- организация и проведение университетского этапа республиканского молодежного инновационного проекта «100 идей для Беларуси», помощь в доработке идей.

Главная отличительная черта "Университета 3.0" – развитие предпринимательской культуры у студентов, стимулирование и подготовка их к предпринимательской деятельности. Кроме того, вузы уделяют внимание развитию soft skills у студентов, таких как коммуникация, креативность и решение проблем, чтобы подготовить выпускников к требованиям современного рынка труда.

В последнее время получила развитие концепция "Университет 4.0" в системе образования Беларуси. Данная концепция предполагает внедрение цифровых технологий и цифровой трансформации в университетское образование, что включает в себя использование искусственного интеллекта, интернета вещей, облачных технологий, аналитики данных, виртуальной и дополненной реальности, цифрового обучения и других инновационных методов для улучшения образовательного процесса, научных исследований и управления учебным заведением. В целом, концепция "Университет 4.0" в вузовской системе продвигается в направлении создания современной, гибкой и инновационной системы образования.

Концепции "Университет 3.0" и "Университет 4.0" отличаются в зависимости от контекста, однако общим является то, что они представляют собой различные поколения развития определенной области или технологии. К примеру, в контексте индустрии Интернета вещей (IoT), концепция "Университет 4.0" обозначает более усовершенствованный этап развития технологии IoT по сравнению с концепцией "Университет 3.0", и представляет следующее, более передовое поколение. Таким образом, отличие между Концепцией "Университет 3.0" и "Университет 4.0" обычно заключается в уровне развития, инновационности и применяемых методах в определенной области и контексте. Также в рамках концепции "Университет 4.0" вуз является определённого рода центром для предприятий и общественных организаций региона.

Внедрение концепции "Университет 4.0" может включать в себя ряд рисков, таких как:

1. Технологические проблемы: возможны сбои в работе технологических систем, а также уязвимости кибербезопасности, которые могут угрожать конфиденциальности и целостности данных.
2. Сопротивление со стороны сотрудников и студентов: переход к новой концепции может вызывать недовольство и сопротивление со стороны преподавателей, администрации и студентов, что может замедлить или затруднить процесс внедрения.

3. Финансовые затраты: внедрение новых технологий и концепций образования может потребовать значительных финансовых затрат на закупку оборудования, обучение персонала и разработку новых программ.

4. Недостаточная подготовка персонала: отсутствие квалифицированных специалистов, способных эффективно работать с новыми технологиями, может стать серьезным препятствием для успешного внедрения концепции "Университет 4.0".

5. Негативное влияние на качество образования: несмотря на потенциальные преимущества концепции "Университет 4.0", существует риск снижения качества образования из-за недостаточной подготовки персонала, технических проблем и других факторов.

Преимущества использования искусственного интеллекта в вузовской системе включают повышенную эффективность обучения и исследований, возможность персонализации учебного процесса, автоматизацию рутинных задач и улучшение качества образования в целом. Необходимо тщательно оценивать и контролировать использование искусственного интеллекта в вузах, чтобы максимизировать его преимущества и минимизировать риски.

Представим анализ развития концепции "Университет 4.0" в белорусской системе образования при помощи Swot-анализа.

Таблица – SWOT-анализ развития концепции "Университет 4.0"

Сильные стороны	Возможности
<p>1. Уникальность и инновационность концепции "Университет 4.0" могут повысить конкурентоспособность белорусских вузов и привлечь больше студентов.</p> <p>2. Внедрение технологий и цифровизации поможет сделать учебный процесс более эффективным и доступным для студентов.</p> <p>3. Развитие онлайн-образования может привлечь студентов из различных регионов и повысить уровень международной кооперации.</p>	<p>1. Сотрудничество с международными университетами и компаниями в области цифровизации образования может способствовать обмену опытом и привлечению инвестиций.</p> <p>2. Персонализация учебного процесса.</p> <p>3. Автоматизация рутинных задач.</p> <p>4. Внедрение концепции "Университет 4.0" может помочь улучшить качество обучения и подготовить студентов к актуальным требованиям рынка труда.</p>
Слабые стороны	Угрозы
<p>1. Недостаточная подготовленность преподавателей и персонала вузов к внедрению технологий может осложнить процесс обновления образовательной среды.</p> <p>2. Нехватка финансирования и необходимой инфраструктуры может стать препятствием для успешной реализации концепции "Университет 4.0" в вузах Беларуси.</p>	<p>1. Возможное затруднение долгосрочного планирования внедрения концепции "Университет 4.0".</p> <p>2. Конкуренция с другими вузами, осуществляющими цифровизацию образования, может привести к потере студентов и ресурсов.</p> <p>3. Угроза кибербезопасности.</p>

"Университет 4.0" – модель университета, показывающая непрерывную трансформацию университетов, лидер развития высокотехнологичных отраслей, институт, реализующий функцию генерации и трансляции знаний о будущем.

#### Список использованных источников

1. "Об экспериментальной и инновационной деятельности в 2023/2024 учебном году" приказ Министерства образования Республики Беларусь от 28.03.2023 № 411.

## О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ, ФОРМИРУЮЩИХ ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Четырбок Наталья Петровна, к.э.н., доцент,  
Брестский государственный технический университет  
Chetyrbock Natallia, PhD of Economics, Associate Professor,  
Brest State Technical University, natabrest@hotmail.com

**Аннотация.** В статье утверждается, что на сегодняшний день сложно найти крупное индустриально-коммерческое предприятие/компанию, которая не продвигает себя в сети, компании используют различные маркетинговые инструменты для повышения потребительской лояльности и росту их количественных и качественных параметров.

**Ключевые слова:** интернет-маркетинг, блоги, страницы, приложения, рынок товаров и услуг, интернет-бизнес, интернет-аукционы.

На сегодняшний день рынок товаров и услуг стремительно растёт и развивается. Все больше компаний конкурируют друг с другом. У потребителей есть возможность выбора между товарами разных брендов которые имеют минимальные различия и для компаний становится важным повысить лояльность потребителя к своему бренду. Компании используют различные маркетинговые инструменты для повышения потребительской лояльности [1].

В связи с развитием информационных технологий, появилось возможность создавать сайты, и пользователи получили широкую возможность пользоваться ими во всех сферах жизни, что привело к росту осведомленности о характеристиках, ценах, преимуществах и недостатках товаров в режиме реального времени. Изменилось и поведение потребителей, поскольку теперь они не только потребляют информацию, но и транслируют ее с помощью информационных технологий.

Компании также создают сайты, ведут аккаунты в различных социальных сетях для продвижения своего бренда, изучения потребностей и предпочтений потребителей. Это также стало способом коммуникации с потребителями. Основной задачей коммуникационной политики является формирование тесной эмоциональной связи потребителя с брендом, и помогает установить эту связь пользовательский контент.

Пользовательским контентом являются данные о компании, которыми пользователи интернета делятся на различных интернет площадках.

Данный вид маркетингового инструмента, в своей работе описывает Захарова М.В. Автор также выделяет ряд преимуществ пользовательского контента: «повышение доверия к бренду; формирование эмоциональной связи; стимулирование вирусного; снижение затрат на продвижение; усиление SEO-продвижения».

Проанализируем некоторые виды пользовательского контента. И самыми популярными являются - отзывы. Большинство потребителей, читают отзывы прежде чем приобретать товар или услугу. Отзывы являются довольно мощным инструментом повышения лояльности потребителя, также помогают компаниям выявить недостатки своей продукции и устранить их.

Обзоры также являются одним из видов пользовательского контента. Рынок стремительно растёт, появляется много аналогов, в этом случае обзоры помогают потребителям более подробно ознакомиться с продукцией прежде чем приобрести, изучить преимущества и недостатки. Многие производители сотрудничают с блогерами, даря бесплатно свою продукцию в замен за обзор, тем самым повышая интерес к своему бренду.

Различные конкурсы также являются частью пользовательского контента. Компания может предложить потребителям создать новый дизайн своей продукции за вознаграждение. Тем самым компания сможет повысить заинтересованность к своему бренду, а также сэкономит на создании нового дизайна продукта [2].

Другим инструментом повышения потребительской лояльности, который влияет на создание тесной эмоциональной связи к потребителем, является праздничный маркетинг. В своей работе, Соловьева Д.И., Булыгина А.Н описывают праздничный маркетинг как «концепцию и стратегию установления тесной эмоциональной связи бренда с потребителями посредством интеграции

бренда в праздничный информационный и социально-культурный контекст целевой аудитории» [3].

Данный маркетинговый инструмент позволит компании создать или укрепить эмоциональную взаимосвязь с потребителем, а также повысить конкурентоспособность своего бренда.

Ещё одним мощным инструментом повышения лояльности потребителей является система CRM (Customer Relationship Management). Система CRM-предназначена для автоматизации бизнес-процессов компании, которые обеспечивают взаимодействие всех ее подразделений с клиентами на уровне, определяемом CRM-идеологией. В системе хранится вся информация о каждом клиенте компании. Их контактные данные, социальный статус, семейное положение, об их предпочтениях, совершенных заказах и т.д. CRM система помогает с обработкой информации, анализом данных, а также позволяет решить вопросы, направленные на удержание клиентов [3].

Эффективность развития компании во многом зависит от формирования и повышения потребительской лояльности. Существует множество разнообразных маркетинговых инструментов, которые направлены на формирование потребительской лояльности. Используя одну или несколько инструментов компании смогут выстроить прочные и длительные взаимоотношения с потребителями, повысить их лояльность, которая также является основным фактором финансовых успехов организации [4].

Программы лояльности клиентов в торговле.

Одним из основополагающих принципов рыночной экономики является свободная конкуренция субъектов хозяйствования. В условиях неустоявшейся конкурентоспособности для торговых организаций, так или иначе, требуется определение инструментария для повышения их конкурентоспособности на рынке. Без внедрения и использования современных маркетинговых подходов в практической деятельности, розничные торговые организации не могут достичь устойчивого преимущества на рынке ритейла.

Широко признан тот факт, что лояльность является ключевой определяющей долгосрочного финансового успеха розничной торговой организации, ее конкурентоспособности, поэтому необходимо постоянно поддерживать обратную связь с потребителями, сохраняя уровень их лояльности. Практика показывает, что залог долговременного успеха торгового бизнеса - работа над поддержанием увеличивающегося ядра лояльных потребителей. От того, насколько успешно торговые организации смогут управлять связями с партнерами по бизнесу и конечными потребителями, зависит их прибыль. Одним из приоритетов сохранения лояльности потребителей является разработка и внедрение соответствующих программ лояльности, которые призваны мотивировать повторные покупки посредством обеспечения вознаграждения клиентов с учётом их долгосрочных отношений с торговой организацией.

В ближайшие годы главными орудиями конкуренции в ритейле станут не только уровень сервиса, качество товаров, но и интересные маркетинговые концепции привлечения потребителей с учетом понимания их нужд и предпочтений [5]. Как показывает практика, привлекают внимания такие торговые центры, в которых потребитель может получить более выгодные предложения, поскольку современные потребители стали в своем потребительском поведении более рачительными. Что касается белорусских потребителей, то тенденция рачительности и экономии присущи и для них.

В настоящее время основной удельный вес покупок потребителями в Республике Беларусь приходится на сетевую торговлю, которая сегодня является, пожалуй, одной из наиболее динамично развивающихся отраслей белорусской экономики. Конкуренция в этой сфере стала расти высокими темпами на фоне активной экспансии зарубежных торговых сетей на белорусский рынок, высоких темпов распространения электронной торговли. В этих условиях меняются привычные подходы к обслуживанию потребителей, и потому представители белорусского бизнеса все активнее начинают внедрять такие современные маркетинговые технологии, как скидочные и бонусные программы, различные виды дисконтов, поощрительные призы и др.

Развитие инструментов маркетинга розничной торговли не стоит на месте. Постоянно появляются новые технологии, которые помогают своевременно решать возникающие задачи, реагировать на переменчивое покупательское поведение и добиваться клиентской лояльности.

Сегодня привлечь потребителя в магазин без дисконта практически не возможно, и потому все сети и торговые центры активно развивают скидочные и бонусные программы. Однако, каждая

торговая сеть старается использовать такие программы лояльности, которые обеспечивали бы конкурентные преимущества на рынке ритейла.

Существует много разных программ лояльности и их авторов, которые предлагают свои подходы к решению проблемы создания лояльности. И очевидно одно: сколько торговых организаций - столько и «лояльностей». Каждой торговой организации нужно выбрать свою программу лояльности, свой собственный подход [6].

Таким образом, существуют различные подходы в формировании и внедрении программ лояльности в розничных торговых организациях, использование которых в практической деятельности белорусского ритейла позволит укрепить их маркетинговый потенциал и усилить конкурентные позиции на рынке.

Немаловажным фактором успеха по внедрению программ лояльности в розничной торговой сети Республики Беларусь является проведение сегментирования потребителей рынка ритейла. Современные технологии новой экономики позволяют осуществлять сегментацию рынка сбыта не только на основе традиционных критериев (вроде уровня дохода, возраста, семейного положения) потенциальных клиентов, но и с помощью совершенно новых параметров дифференциации, например по отношению к инновациям. В зависимости от того, как потенциальные покупатели станут реагировать на новый продукт или новую услугу, торговая организация может использовать различные схемы лояльности для различных категорий потенциальных потребителей.

Однако изначально необходимо определить те факторы, которые наиболее существенны для выделенной группы. В результате маркетингового исследования могут быть выделены так называемые «функциональные выгоды» (качество продукта и его конкурентные преимущества); «процессуальные выгоды» (легкость приобретения); «сервисные выгоды» (специальные сервисные пакеты, дисконтные программы и т. д.). Как только торговая организация определит набор этих факторов, она должна направить усилия на их развитие, ориентируясь, в основном, на наиболее значимую целевую группу потребителей.

Внедрение программы лояльности требует определенных затрат от организации. Эти затраты можно спрогнозировать, рассчитав стоимость отдельных мероприятий по внедрению программы лояльности [7]. Кроме того, для того чтобы программа лояльности успешно работала, необходимо соблюдать следующие аспекты: условия участия в системе вознаграждений должны быть понятными и открытыми для участников программы, так как они должны четко представлять, как связаны между собой уровень обслуживания и сумма их покупок; для самой верхней ступени программы желательно предусмотреть услуги, которые будут превосходить ожидания потребителей; уровень привлечения, то есть базовые услуги, которые предоставляются всем потребителям, также должны быть определены и понятны; в разработке программы должны принимать участие сотрудники всех звеньев, поскольку, это, во-первых, поможет расширить спектр услуг, а во-вторых, создать ситуацию вовлеченности, так как повышение лояльности возможно, если процесс стал делом всего коллектива; должна быть обеспечена стабильность и постоянство заявленных услуг.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что программа лояльности в розничной торговой сети представляет собой комплекс мер, направленных на поощрение потребителей с целью установления долгосрочных отношений с лояльно настроенными покупателями.

Необходимость разработки соответствующего подхода к формированию и поддержанию лояльности потребителей должна рассматриваться как важный стратегический ресурс успешного функционирования торговой организации на рынке Республики Беларусь. Систематизация процессов повышения лояльности клиентов розничных торговых организаций будет способствовать привлечению и удержанию новых покупателей в условиях усиления конкуренции на рынке отечественного ритейла.

И как показывает практика, популярность программ лояльности высока и продолжает расти. Прогнозы рынка говорят о том, что эта тенденция сохранится ещё достаточно продолжительное время. Программы, вероятнее всего, станут глобальными, а уровень вознаграждения и простота участия будут определяющими факторами успеха торгового бизнеса.

### Список использованных источников

1. Агеева Н.С. Маркетинговые инструменты формирования потребительской лояльности [Электронный ресурс] / Н.С. Агеева, Н.М. Воловская. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovyie-instrumenty-formirovaniya-potrebitelskoj-lojalnosti>. – Дата доступа: 03.04.2024 г.
2. Киевич Д.А. Кобрендинг как инструмент уменьшения маркетинговых издержек / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2016. № 11 (231). С. 45-53.
3. Лучшие социальные площадки для продвижения брендов [Электронный ресурс]. - Электронные данные. - Режим доступа: <https://unibrains.ru/blog/luchshie-socialnye-ploshadki/> - Дата доступа: 18.03.2024 г.
4. Панюсько А.С., Киевич А.В. 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.
5. Проровский А.Г., Четырбок Н.П. Влияние инноваций на развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.Г. Проровский, Н.П. Четырбок // Современные аспекты экономики. 2021. № 7 (287). С. 6-13.
6. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.
7. Потапова Н.В., Четырбок Н.П. Роль малого бизнеса в экономике Республики Беларусь / Н.В. Потапова, Н.П. Четырбок // Современные аспекты экономики. 2021. № 4 (284). С. 23-29.

УДК 336.711

### CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCY AND INTEGRATION PROCESSES

Zhang Huiwen, PhD student, Belarusian State University

Чжан Хуйвэнь, аспирант

Белорусский государственный университет, [kavaliou.aliaksandr@gmail.com](mailto:kavaliou.aliaksandr@gmail.com)

**Abstract.** The possibility of using a central bank digital currency as an instrument of integration policy in the formation of an alternative international trade system is considered. It is concluded that the effectiveness of the implementation of the digital yuan in intra-Chinese integration shows positive effects.

**Keywords:** CBDC (Central Bank Digital Currency), tools of payments, trade policy, торговая политика, таможенные пошлины, международное регулирование торговли.

In the modern world economic system, various phenomena have arisen and are intertwined, which, at first glance, should not have any mutual influence. Thus, the return to the policy of protectionism by the Trump administration in 2017 towards China brought into play a number of old and new import restriction tools:

- the main instrument among them was customs duties;
- sanctions on specific enterprises were also widely used;
- documentary attacks through international organizations have become a relatively new tool;
- a new way to stimulate exports was China's obligation to purchase a number of American goods within two years;
- the monetary policy of "quantitative easing", when the direct provision of funds to companies by central banks allows them to finance their activities, creates soft budget constraints [1].

The result of the trade war between the United States and China was not only a reduction in mutual trade, but also an attempt by China to form a new system for regulating international trade.

At the same time, as the global digital economy continues to develop, paper credit currency and electronic currency can no longer meet the needs of the development of the digital economy and the need for encryption and protection of currency circulation information. Therefore, legal digital currency emerged at the historic moment. The issuance of digital renminbi is the result of meeting the transformation needs of currency forms and the promotion of national policies. After 8 years of research and development and pilot work on digital renminbi, the People's Bank of China has initially achieved results in reshaping the payment pattern and promoting the development of the digital economy.

Central Bank Digital Currency (CBDC) is a digital currency issued directly by the People's Bank of China or authorized by commercial institutions. It is a form of electronic payment, an important financial infrastructure for the country, and a core component of the digital economy. Digital RMB (e-CNY) is China's version of the central bank's digital currency and is the digital form of legal tender. Since China

took the lead in starting pilot tests of digital renminbi at the end of 2019 and successively implemented pilot applications in some cities and regions in August 2020, the theoretical and technical systems of digital currency have been substantially implemented and implemented. It has accelerated the development process of global central bank digital currency and formed a first-mover advantage.

Judging from the implementation time of central bank digital currency, China is the first major economy to launch central bank digital currency. Judging from the scope of digital RMB promotion, China is also the country with the largest coverage.

The innovation of payment methods is an important part of the process of developing the digital economy. With the rapid development of financial technology, transaction payment methods have undergone major changes. China is moving from a «cash society» based on physical currency payments to a «cashless society» based on electronic payments. In 2022, the scale of China's digital economy will reach 50.2 trillion yuan. The issuance of digital renminbi aims to replace paper cash and distinguish it as a national legal currency from virtual currencies such as Bitcoin to ensure the stability and security of its transactions.

The US dollar occupies an absolutely dominant position in international payments and foreign exchange reserves, while the international currency status achieved by the RMB is inconsistent with China's international trade status. Reliance on the Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT) and the Clearing House Interbank Payments System (CHIPS) in New York makes RMB-mediated payment transactions less efficient and subject to U.S. surveillance. The essence of the accelerated development process of CBDC is an attempt to break the current unfair international monetary and financial system rules and reconstruct the pattern. At the same time, the construction of international financial facilities relying on modern financial technologies such as blockchain and big data provides impetus and opportunities for the internationalization of the RMB and the construction of a new international currency pattern.

The improvement of currency supervision capabilities is a basic condition for the development of digital finance. The supervisor of the digital renminbi is the People's Bank of China, which needs to coordinate and supervise the operation of the digital renminbi, the opening and trading of various digital wallets, and the maintenance of operational data. But the work of the People's Bank of China is not limited to digital renminbi. In terms of current regulatory capabilities, relying solely on the People's Bank of China can easily lead to regulatory gaps, concentration of risks, and excessive unilateral mistakes. Therefore, at the beginning of the research and development of digital renminbi, China fully drew on foreign experience in building a central bank legal digital currency, continued to play the role of commercial banks in the operation and circulation of renminbi, and retained the «two-tier operation» structure of the People's Bank of China-commercial banks. Let commercial banks fully realize their participation rights, equipment ownership, and revenue sharing rights in the operation of digital renminbi, and at the same time enable them to play supervisory obligations in maintaining currency stability and combating financial crimes.

The first impact of the implementation of the digital yuan to integration of the Greater Bay Area was evaluated. The GBA consists of 9 cities in Guangdong province (Guangzhou, Shenzhen, Zhuhai, Foshan, Dongguan, Zhongshan, Jiangmen, Huizhou, and Zhaoqing), and the 2 special administrative regions (SARs), Hong Kong and Macau. The GBA is strategized as an economically integrated area. It is different parts in the trade flows, financial flows and even exchange rate systems, so the launch of the CBDC restored some of the pre-Covid integration and stability. The research finds evidence that CBDC adoption improves regional economic integration in the short and long run [2].

The construction of a digital RMB system as a public product provides people with a safe and inclusive retail payment infrastructure, and ensures the unity of the unit of account under the conditions of the digital economy through the digitization of cash. At the same time, it has led to an improvement in the efficiency of basic financial services, providing strong support for smoothing the domestic circulation and building a new development pattern. It reflects the People's Bank of China's responsibility to strengthen legal currency management, thereby contributing to the realization of digital China and the promotion of Chinese-style modernization.

## References

1. Чжан Хуйвэнь. Трансформация инструментов торговой политики / Чжан Хуйвэнь // 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. – С. 95-98.

2. Lei, Weng Chi. Impacts of Central Bank Digital Currency on Regional Economic Integration: Evidence from the Greater Bay Area of China / Lei, Weng Chi, Wang, Xinru // The Chinese Economy. Published online: 26 Mar 2024.

УДК 658.15

## **ИННОВАЦИИ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**Щербак Анастасия Сергеевна, студент,**

**Бухтик Марина Игоревна, к.э.н., доцент**

**Полесский государственный университет**

Shcherbak Anastasia Sergeevna, student, schterbak.asya15@gmail.com

Bukhtik Marina Igorevna, Ph.D. in Economics, buhtik.m@polessu.by,

Polesky State University

**Аннотация.** В статье рассмотрены инновации в области финансового управления предприятием. Проведен анализ числа организаций, осуществляющие затраты на инновационную деятельность. Выявлены результаты при внедрении новшеств и описаны блага, которые получают при использовании инновационных инструментов.

**Ключевые слова:** инновации, финансовая устойчивость, эффективность, организации промышленности, государственная программа.

В современном состоянии большой конкуренции и интернационализации производства на рынке тяжелее разработать стратегию предприятия, возможность качественного и быстрого экономического роста сокращается.

Происходит насыщение рынка товарными предложениями, тем самым усложняя выйти на рынок с продуктом, привлечь потребителя и сделать его потенциальным покупателем. В таких ситуациях фирма прибегает к инструментам маркетинга для продвижения своего товара и бренда в целом, соответственно это повышает вложения в коммерческие затраты.

Важным инструментом является использование различных инноваций. Они способствуют изменению номенклатуры выпускаемой продукции, работают на полное удовлетворение всех потребностей клиента и ставят достижимой цель максимизации прибыли.

Эффективность инновационного (научно-технического) развития предприятия определяют исходя из соотношения эффекта (прибыли организации) и вызвавших его затрат. Выделяют четыре основных вида эффекта от инноваций: экономический, научно-технический, социальный и экологический[1].

Если «эффект» показывает результат после внедрения инноваций в целом, то понятие «эффективность» инноваций определяется возможностью получения дополнительной прибыли. При введении новшеств очень тщательно нужно анализировать обстановку: насколько соответствуют инновации современным технологическим требованиям, перспективность для внутреннего рынка и экспорта, потребность рынка в данном новом продукте, может ли позволить себе население покупать услугу или товар, влияние на окружающую среду, экологический риск (не приведут ли последствия к экологическим катастрофам), безотходность производства. Значимым моментом, как стало очевидно, является экологическая безопасность.

Проведем анализ численности организаций в Республике Беларусь, которые создают инновации и участвуют в научных исследованиях. Данные представлены в таблице 1.

Обращая внимание на количество организаций в стране, можно заметить, что их число снижается с 2018 по 2021 год, однако в 2022 году происходит небольшой рост. Это может свидетельствовать о нестабильности экономической ситуации и нужде в инновациях для стимулирования развития. Важно отметить, что сектор коммерческих организаций (предпринимательский) имеет самое большое количество организаций во всех годах, что указывает на активность частного сектора и потенциал для инноваций в этой области.

Таблица 1. – Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по секторам деятельности, единиц

	2018	2019	2020	2021	2022
Число организаций	455	460	451	445	448
из них по секторам деятельности:					
Государственный	90	89	88	90	93
Коммерческих организаций (предпринимательский)	287	296	285	283	281
Высшего образования	76	74	78	71	74

Источник: [2].

Инновации имеют огромное значение для развития экономики и общества в целом. Внедрение новых технологий, процессов и подходов может способствовать повышению эффективности работы организаций, улучшению качества продукции и услуг, а также созданию новых рабочих мест. Поэтому стимулирование инноваций является ключевым элементом для развития Республики Беларусь и ее конкурентоспособности на мировой арене.

Управление финансовой устойчивостью коммерческой организации обеспечивает стабильное развитие бизнеса, процессы которого снабжаются необходимыми ресурсами и средствами. При этом доходы превышают расходы, из-за чего организация способна собственными силами финансировать процессы возобновления, восстановления и расширения производства.

Формирование условий осуществления инновационной деятельности коммерческих организаций происходит в рамках финансового менеджмента, потому что именно подобного рода деятельность, как никакая другая, отличается повышенным ростом риска потери или неполучения желаемого результата, рискованной прибыли. Поэтому стоит заострять внимание на управлении рисками предприятия.

Также стоит отметить, что в условиях управления предприятием для повышения своей конкурентоспособности используются новые финансовые инструменты, что влечет за собой возникновение новых рисков. В такой ситуации легко вызвать транзакционные риски, которые образуются из-за операционных ошибок, дефолта и недостатков в надежности или целостности системы. Чтобы этого не произошло следует проявлять осторожность при инвестировании в инструменты финансовых инноваций. Для устранения транзакционного риска используют следующее:

- Форвардную покупку валюты.
- Покупку валютного фьючерса.
- Покупку валютного опциона.
- Приобретение компенсирующего актива.

Кроме того, компаниям также необходимо тщательно анализировать и оценивать уровень дефолта контрагента в процессе транзакции, чтобы снизить возможный риск дефолта во время транзакции. Только так использование финансовых инструментов может повысить уровень управления рисками предприятий [4].

Исходя из этого, проанализируем количество предприятий, которые готовы к принятию всех рисков и понесению затрат на инновации.

Количество организаций промышленности увеличивалось в период с 2018 по 2022 гг. с 400 до 449 единиц, что составляет прирост в 1,12 п.п. и свидетельствует о постепенном росте этого сектора. Удельный вес организаций, осуществлявших затраты на инновации, также увеличивается с 24,5% в 2018 году до 27,8% в 2022 году. Затраты на технологические инновации имеют разнонаправленную динамику, с пиком в 2020 году (1 473,6 млн. руб.) и снижением к 2022 году (816,6 млн. руб.).

Итак, анализ таблицы показывает, что общее количество организаций растет, преимущественно за счет увеличения числа организаций в секторах промышленности и информационных технологий.

Таблица 2. – Число организаций промышленности, осуществлявших затраты на инновации

	2018	2019	2020	2021	2022
Число организаций промышленности	400	422	447	448	449
Удельный вес организаций, осуществлявших затраты на инновации, в общем числе обследованных организаций промышленности, процентов	24,5	25,5	27,1	27,5	27,8
Затраты на технологические инновации, млн. руб.	1 139,5	1 408,4	1 473,6	1 159,0	816,6
Объем отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) организациями промышленности, млрд. руб.	16,2	15,3	16,7	24,5	23,8
Удельный вес отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) в общем объеме отгруженной продукции (работ, услуг) промышленности, процентов	18,6	16,6	17,9	19,8	17,7
Удельный вес отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) новой для внутреннего рынка в общем объеме отгруженной инновационной продукции (работ, услуг), процентов	55,2	45,2	48,2	52,8	49,0
Удельный вес отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) новой для мирового рынка в общем объеме отгруженной инновационной продукции (работ, услуг), процентов	1,2	1,6	0,5	0,6	0,6
Число организаций промышленности, осуществлявших затраты на инновации и (или) отгружавших инновационную продукцию, единиц	532	533	564	569	567
Удельный вес организаций, осуществлявших затраты на инновации и (или) отгружавших инновационную продукцию (работы, услуги), в общем числе обследованных организаций промышленности, процентов	32,6	32,2	34,2	35,0	35,1

Источник: [5].

Увеличение количества организаций в различных секторах промышленности и информационных технологий может быть обусловлено несколькими причинами:

1. Технологический прогресс: с постоянным развитием технологий и цифровизацией экономики, сектор информационных технологий становится все более значимым. Компании активно инвестируют в новые технологии, что способствует росту числа организаций в этой сфере.

2. Повышение спроса на продукцию и услуги: в секторе промышленности может наблюдаться рост спроса на определенные товары и услуги, что стимулирует создание новых предприятий для удовлетворения потребностей рынка.

3. Поддержка государства: государственные программы поддержки предпринимательства и развития отраслей могут способствовать росту бизнеса в различных секторах экономики.

4. Инновации и стартапы: растущий интерес к инновациям и возможность создания стартапов в различных отраслях привлекает предпринимателей и способствует увеличению числа организаций.

Дальнейшее инновационное развитие отраслей национальной экономики можно отследить через государственную программу социально-экономического развития на 2021-2025, действующую в Республике Беларусь в области эффективных инвестиций и ускоренного развития инновационных секторов экономики, основных направлений государственной инновационной политики, приоритетных направлений научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021–2025 годы и дальнейшему развитию национальной инновационной системы. Цель Государственной программы – это достижение Республикой Беларусь уровня инновационного развития стран – лидеров в регионе Восточной Европы на основе реализации интеллектуального потенциала белорусской нации.

Основные усилия будут направлены на: стимулирование разработок технологий, товаров и услуг, соответствующих V и VI технологическим укладам, в том числе за счет приоритетного их финансирования, а также экспортоориентированных разработок; формирование полноценного рынка научно-технической и инновационной продукции, совершенствование институциональной

среды, развитие и стимулирование инновационного предпринимательства; создание национальной системы технологического прогнозирования; создание и стимулирование развития опытно-внедренческих структур; развитие инновационной инфраструктуры; развитие национальной системы интеллектуальной собственности; стимулирование участия молодежи в сфере научно-технической и инновационной деятельности, формирование и развитие новых бизнес-моделей молодежной занятости в инновационной сфере, в том числе на поддержку молодежных стартапов; развитие системы научно-технической информации.

Когда предприятия используют инструменты финансовых инноваций, они могут снизить операционные и финансовые риски за счет преобразования ликвидности и снизить операционные риски за счет изучения и понимания инструментов финансовых инноваций. Только таким образом предприятие сможет оптимизировать процесс управления рисками в процессе финансового управления за счет использования финансовых инновационных инструментов и способствовать долгосрочному стабильному развитию предприятия.

Сложность выявления факторов и их влияния на процесс внедрения инноваций в производственно-экономическую деятельность, заключается в трудности нахождения более значимых и их объективной оценке. Таким образом, важно вовремя оценить масштаб воздействия и разработать комплекс мер по предотвращению негативных последствий за счет разработки и внедрения организационно-управленческих инноваций.

#### Список использованных источников

1. Организационно-экономическое проектирование инновационных процессов [Электронный ресурс] /О.А. Морозов, Е.М. Фрейдкина. – Режим доступа: <https://nizrp.narod.ru/metod/kafeconiorgrp/18.pdf>. Дата доступа: 02.03.2024.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Статистический ежегодник РБ, 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/0a7/lk1zigmat2zbcwvo3ljrfl1tow2f5zd2.pdf>. Дата доступа: 04.03.2024.

3. Исследования по инновациям в сфере финансовых инструментов и финансового управления предприятием [Электронный ресурс]/Чжан Сюетин. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovaniya-po-innovatsiyam-v-sfere-finansovyh-instrumentov-i-finansovogo-upravleniya-predpriyatiem>. Дата доступа: 04.03.2024.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Инновации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/a9e/avze1tb6fnffv6j3rye6w4rs0c0q700.pdf> Дата доступа: 04.03.2024.

5. Финансы: учебное пособие / М.И. Бухтик, А.В. Киевич, И.А. Конончук, М.П. Самоховец, С.В. Чернорук; Министерство образования Республики Беларусь, УО «Полесский государственный университет». – Пинск : ПолесГУ, 2017. – 110 с.

УДК 658.8

#### РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

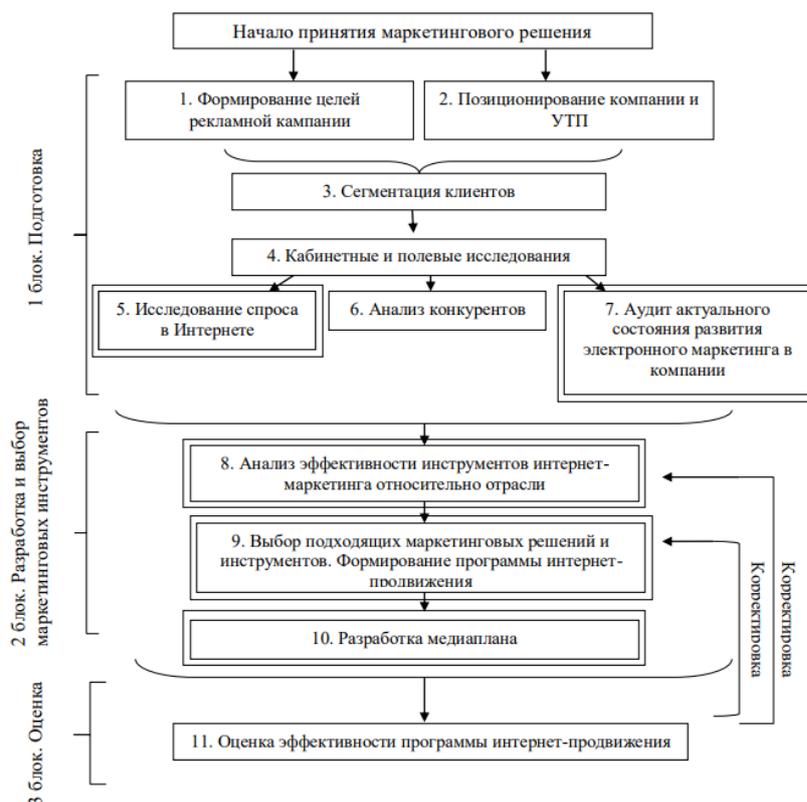
**Эльснер Павел Сергеевич, магистрант,  
Володько Ольга Владимировна, к.э.н., доцент  
Полесский государственный университет**

Elsner Pavel Sergeevich, elsner.p@365.polessu.by,  
Volodko Olga Vladimirovna, Ph.D., Associate Professor, olga\_volodko@mail.ru  
Polessky State University

**Аннотация.** В статье предложен алгоритм разработки программы интернет-продвижения товаров на предприятии, а также рассматриваются основные этапы разработки программы интернет-продвижения, включая определение целевых аудиторий, формирование уникального торгового предложения, анализ интернет-спроса и местонахождения целевой аудитории в сети.

**Ключевые слова:** предприятие, маркетинг, интернет-продвижение, товары.

В настоящее время на многих предприятиях отсутствует системный подход к интернет-продвижению товаров. Предлагаем алгоритм разработки программы интернет-продвижения товаров ТУП "Пинскдрев-Пинск" (Рисунок).



**Рисунок – Предлагаемый алгоритм разработки программы интернет-продвижения товаров ТУП "Пинскдрев-Пинск"**

На рисунке 1 обозначены следующие блоки: 1 блок - подготовка (7 этапов), 2 блок - разработка и выбор маркетинговых инструментов (3 этапа), 3 блок - оценка (1 этап). Дадим характеристику каждому этапу представленного алгоритма.

Первый этап - формирование цели рекламной компании.

Ниже представлен перечень наиболее часто используемых целей промышленного предприятия, которых можно достичь, используя инструменты интернет-маркетинга:

- выход на новые рынки сбыта;
- вывод на рынок нового продукта;
- увеличение первичных/вторичных продаж;
- увеличение продаж в определенных регионах страны;
- увеличение продаж среди дилеров/в филиалах;
- поиск новых ниш;
- усиление позиций бренда медийными интернет-активностями;
- продажа высокотехнологичной продукции, спрос на которую не сформирован через Интернет;
- удержание текущих клиентов.

Второй этап - разработки программы интернет-продвижения продукции заключается в определении позиционирования бренда и создании уникального торгового предложения для конкретной компании.

Уникальное торговое предложение, согласно теории, должно отвечать трем главным критериям:

- каждое рекламное сообщение содержит обращение к покупателю с обещанием конкретной выгоды;
- предложение сформировано таким образом, что конкурент либо не может дать его, либо не успел выдвинуть ранее;
- предложение должно иметь большую силу, чтобы привлечь к себе как можно больше потребителей.

На третьем этапе разработки программы интернет-продвижения промышленного предприятия происходит сегментация клиентов. На третьем этапе специалистам компании необходимо ответить на ряд вопросов:

- какие ожидания у клиентов от услуг/товаров и какие проблемы они хотят решить;
- какие из товаров/услуг вашей компании подходят для решения их задач;
- существуют ли альтернативные способы решения проблемы клиента;
- кто оказывает влияние на принятие решений и какие вопросы их интересуют;
- с какими типичными возражениями сталкиваются менеджеры по продажам;
- какие барьеры присутствуют в сознании целевой аудитории;
- какие сложности возникают в работе с сегментами.

Следующий этап – это масштабный блок полевых и кабинетных исследований, которые можно разделить на:

- исследование спроса в Интернете;
- анализ конкурентов;
- аудит актуального состояния развития электронного маркетинга в компании.

После определения целевых аудиторий и создания уникального торгового предложения специалисты промышленной компании должны исследовать, где эти аудитории находятся в сети. Основная задача этого этапа - составить базу поисковых запросов, т.е. изучить интернет-спрос.

Следующим шагом в изучении спроса в Интернете является поиск мест, где сосредоточена целевая аудитория. Задача маркетолога на этом этапе - собрать возможные платформы для взаимодействия с целевой аудиторией. Основные направления исследования:

- позиционирование и уникальное торговое предложение;
- ассортимент и ценовая политика;
- клиентский сервис;
- инструменты интернет-маркетинга и бюджеты на их продвижение;
- точки контакта с целевой аудиторией.

Специалистами компании должен быть проведен аудит актуального состояния развития электронного маркетинга в компании. Возможные критерии для аудита состояния развития электронного маркетинга в компании представлены в таблице.

Таблица – Аудит состояния развития электронного маркетинга в ТУП “Пинскдрев-Пинск”

Основные параметры	Детальные критерии для рассмотрения	Инструменты для реализации аудита
Корпоративный сайт компании	-маркетинговая деятельность; юзабилити; -эффективность поисковой оптимизации; -техническое состояние.	-юзабилити аудит; -SEO-аудит сайта; -технический аудит.
Состояние бизнес-процессов	-IT-инфраструктура; -состояние внутренней финансовой отчетности; -аналитические процессы в компании.	-аудит IT-инфраструктуры; -аудит бухгалтерской финансовой отчетности.
Деятельность отдела продаж	-прием заявок и обработка входящих звонков; -взаимодействие с CRM-системой.	-аудит действующей CRM-системы.
Эффективность текущих маркетинговых мероприятий	-настройка систем аналитики (веб-аналитика, телефония, CRM); -эффективность рекламных инструментов и каналов.	-аудит текущих маркетинговых мероприятий.

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

Результатом первого блока «подготовки» должен стать документ, в котором отражены:

- цели рекламной кампании в Интернете;
- позиционирование компании и уникальное торговое предложение для клиентов;

- выделены узкие сегменты потенциальных клиентов, на которых будет направлена рекламная кампания в Интернете;
- определены места нахождения целевых групп в сети;
- составлено семантическое ядро (база поисковых запросов);
- представлены результаты анализа конкурентов в сети Интернет;
- представлены результаты аудита развития электронного маркетинга в компании с предложениями внедрения дополнительных инструментов/сервисов для оценки эффективности рекламной кампании.

Второй блок алгоритма подразумевает выбор оптимальных инструментов интернет-маркетинга для проведения рекламной кампании. Данный блок составлен с учетом особенностей промышленного предприятия бизнеса, а именно:

- наличием ограничений по рекламному бюджету;
- наличием оптимальных инструментов интернет-маркетинга, которые отвечают потребностям целевой аудитории промышленного предприятия.

Следующим этапом построения рекламной кампании становится разработка медиаплана. Цель составления медиаплана – за определенный срок донести рекламную информацию до целевой группы.

При разработке медиаплана нужно определить:

- бюджет – является самым главным ограничителем при выборе средств рекламной кампании. В зависимости от размеров бюджета определяются те или иные носители, а также частота и продолжительность демонстрации рекламного сообщения;

- охват аудитории – какая часть целевой группы должна увидеть рекламу;
- частота показа рекламных объявлений;
- основные медианосители - где и как будут демонстрироваться рекламные материалы. При их выборе необходимо учитывать следующие значения: рейтинг медианосителя – соотношение численности аудитории носителя и численности целевой группы, частота контакта – как часто представитель целевой аудитории встречается со средством информации, стоимость пункта рейтинга – цена информирования 1% аудитории средства информации;

- масштаб носителей - федеральный/региональный/местный – зависит от целей кампании и географии бизнеса;

- период проведения рекламной кампании – определяются точные даты проведения кампании, а также распределение медиа-давления – будет ли оно непрерывным или сконцентрированным в определенные периоды времени – в зависимости от этого будут распределяться затраты на рекламную кампанию.

После детальной проработки всех параметров приступают к разработке календарного плана реализации мероприятий, в котором будет точно отражено, когда и с помощью какого медианосителя должен состояться контакт потребителя с рекламным материалом.

Наконец, специалистам компании необходимо определить показатели эффективности рекламной кампании (ожидаемые/прогнозные значения).

Таким образом, предложенный алгоритм будет способствовать активизации продвижения товаров ТУП «Пинскдрев-Пинск» на рынке и позволит повысить эффективность функционирования организации.

#### **Список использованных источников**

1. Механизм размещения рекламы на различных коммуникативных площадках в сети Интернет [Электронный ресурс]/ Молодой ученый. №7. – С. 256-263. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/141/39806/>, Дата доступа: 01.04.2024
2. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов, 2020. – 528 с.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]/ Некоторые особенности внутренней и внешней SEO-оптимизации сайта – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-vnutrenney-i-vneshney-seo-optimizatsii-sayta/>, Дата доступа: 02.04.2024

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА И ТУРИЗМА

УДК 338.2

## БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ: МЕТОДОЛОГИИ AGILE И SCRUM

Борисевич Алина Викторовна, студент,

Евтушик Юлия Сергеевна, студент,

Добринец Яна Ивановна, преподаватель

Полесский государственный университет

Borisevich Alina Viktorovna, student, alyaborisevich04@gmail.com,

Evtushik Yuliya Sergeevna, student, evtushikyuliya@gmail.com,

Dobrinets Yana Ivanona, lecturer, yana\_dobrinets@mail.ru

Polesky State University

**Аннотация.** В статье рассмотрены методологии Agile и Scrum как эффективные инструменты для бизнес-планирования в условиях неопределенности. Авторы анализируют основные принципы и преимущества данных методологий, а также их применимость в современных условиях быстро меняющегося рынка.

**Ключевые слова:** бизнес-планирование, методы планирования в условиях неопределенности, методика Agile, методика Scrum, управленческие решения, менеджмент организации.

В настоящее время бизнес-планирование в условиях неопределенности становится все более актуальным. Ускоренный темп развития технологий, экономическая нестабильность и социальные переменные добавляют сложности в прогнозирование будущего. В таких условиях эффективное бизнес-планирование становится не только необходимостью, но и ключевым инструментом для выживания и процветания бизнеса.

Неопределенность – это объективное явление, которое, с одной стороны, является средой реализации любого предпринимательского проекта, а с другой – причиной постоянной «головной боли» любого предпринимателя.

Полное исключение неопределенности, то есть создание четких условий для ведения бизнеса, может показаться желанным для предпринимателя, однако является недостижимым. Тем не менее, неопределенность не следует рассматривать исключительно как отрицательное явление, поскольку она может представлять дополнительные возможности, непредусмотренные в первоначальном планировании бизнеса. [1]

Планирование в условиях неопределенности требует особого подхода и гибкости. Традиционные методы планирования, основанные на статистических данных и предположениях о стабильном будущем, становятся менее применимыми. Вместо этого, предпринимателям приходится учиться адаптироваться, принимать решения на основе ограниченной информации и быстро реагировать на изменения в окружающей среде.

В данном контексте бизнес-планирование становится процессом непрерывного обучения и корректировки краткосрочной стратегии развития организации. Это не просто документ, фиксирующий стратегические цели и планы действий, а скорее инструмент для постоянного анализа, прогнозирования и принятия решений.

Планирование в условиях неопределенности требует гибкости и способности быстро реагировать на изменения. Метод agile предлагает подход, который позволяет адаптироваться к новым обстоятельствам и эффективно работать в переменчивой среде.

Agile-методология – это набор подходов к управлению проектами и разработке продуктов, который акцентирует внимание на гибкости, сотрудничестве и быстрой адаптации к изменениям.

Agile ориентирован на достижение быстрых результатов и удовлетворение потребностей заказчика через циклическое и эволюционное развитие продукта. В отличие от традиционных мето-

логий, Agile признает необходимость изменений в процессе разработки и способствует внедрению решений, которые наиболее соответствуют текущим требованиям и условиям рынка.

Основные принципы Agile включают гибкость и адаптивность, которые признают неизбежность изменений в требованиях и условиях рынка и обеспечивают способность быстро реагировать на такие изменения. Это итеративное и инкрементальное развитие подразумевает, что продукт разрабатывается поэтапно с частыми итерациями, в течение которых добавляются новые функции или улучшается существующий код. Важным аспектом Agile является сотрудничество с заказчиком, где взаимодействие с заказчиком становится приоритетным, и его обратная связь играет важную роль в определении направления развития продукта. Agile также поощряет формирование самоорганизующихся команд, которые способны самостоятельно принимать решения и организовывать свою работу. Работа разбивается на короткие периоды, обычно от 1 до 4 недель, называемые итерациями или спринтами, чтобы обеспечить быстрые результаты и управляемость процесса (рисунок 1).

Agile методология представляет собой гибкий и эффективный подход к разработке программного обеспечения и управлению проектами, который нашел широкое применение в различных отраслях. [2]

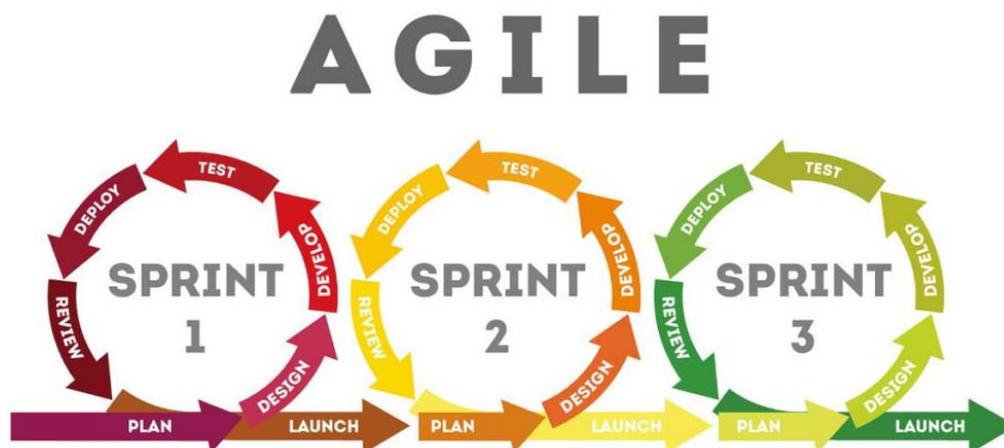


Рисунок 1. – Цикличность в методике Agile

Примечание – Источник: [3]

Как и любые другие методики менеджмента организации, методика Agile имеет свои преимущества и недостатки, представленные на рисунке 2.

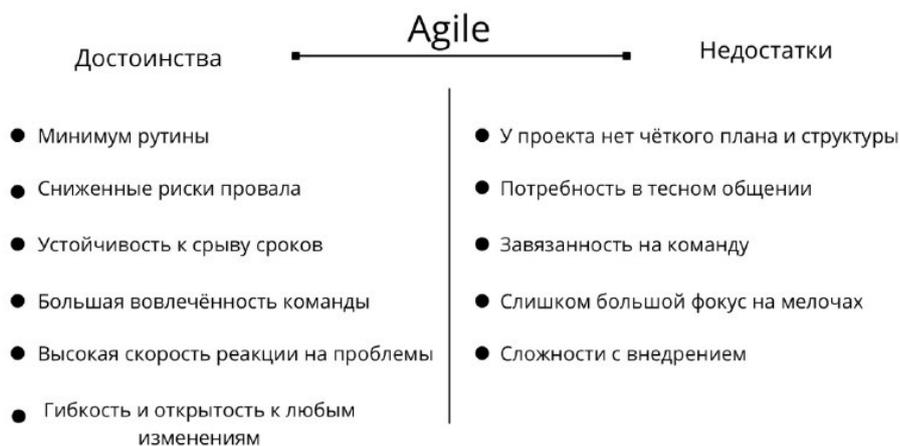


Рисунок 2. – Достоинства и недостатки методики Agile

Примечание – Источник: собственная разработка авторов

В семейство Agile входит несколько разных гибких методологий управления проектами, которые ещё называют методами управления. В мире наибольшей популярностью пользуется Scrum.

Методология Scrum – это подход к управлению проектами, основанный на принципах гибкой разработки программного обеспечения. Он предназначен для управления сложными проектами, где требуется быстрая адаптация к изменяющимся условиям и постоянное взаимодействие с заказчиком.

Scrum состоит из нескольких основных элементов, которые обеспечивают эффективное управление проектом.

Основные элементы Scrum включают в себя роли, события и артефакты.

Роли в Scrum включают в себя Product Owner, Scrum Master и Development Team. Product Owner отвечает за определение требований и приоритизацию задач. Scrum Master обеспечивает соблюдение процесса Scrum и помогает команде достигать максимальной производительности. Development Team отвечает за выполнение задач и достижение целей проекта.

События в Scrum состоят из таких элементов как Sprint Planning, Daily Standup, Sprint Review и Sprint Retrospective. Sprint Planning проводится в начале каждого спринта и позволяет команде определить цели и задачи на следующий спринт. Daily Standup – это ежедневное совещание, на котором каждый член команды делится информацией о своем прогрессе и проблемах. Sprint Review – это событие, на котором команда демонстрирует результаты работы заказчику. Sprint Retrospective – это событие, на котором команда анализирует прошлый спринт и выявляет улучшения.

Артефакты, в свою очередь, состоят из Product Backlog, Sprint Backlog и Increment. Product Backlog – это список всех задач и требований проекта, упорядоченный по приоритету. Sprint Backlog – это список задач, выбранных командой для выполнения в текущем спринте. Increment – это рабочий продукт, который команда создает к концу спринта. [4]

Методология Scrum имеет свои преимущества, и недостатки. Среди преимуществ можно отметить увеличение производительности и эффективности команды, благодаря четко определенным ролям и непрерывному контролю над процессом. Scrum также способствует быстрому выявлению и решению проблем, что позволяет экономить время и ресурсы. Однако у этой методологии есть и свои недостатки. Основными из них являются сложность внедрения, необходимость постоянного участия продуктового владельца и зависимость от самоорганизации команды. Без адекватного уровня самоорганизации и сильного лидерства, Scrum может стать неэффективным.

Scrum также предлагает принципы гибкости и самоорганизации команды, что позволяет быстро реагировать на изменения и достигать высоких результатов. В целом, методология Scrum способствует улучшению коммуникации, повышению эффективности работы команды и достижению успешных результатов в проектах.

В условиях неопределенности, бизнес-планирование становится сложной задачей. Методологии Agile и Scrum позволяют справиться с этой задачей, предлагая гибкие и адаптивные подходы к управлению проектами. Они признают неизбежность изменений и обеспечивают способность быстро реагировать на них. Это достигается через итеративное и инкрементальное развитие продукта, активное взаимодействие с заказчиком и формирование самоорганизующихся команд. Так, Agile и Scrum становятся неотъемлемой частью современного бизнес-планирования, позволяя компаниям быть гибкими в меняющемся мире.

#### **Список использованных источников**

1. Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 296 с. - ISBN 978-5-9558-0270-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1940917> (дата обращения: 16.04.2024). – Режим доступа: по подписке.

2. Аппело, Ю. Agile-менеджмент: Лидерство и управление командами: Практическое руководство / Аппело Ю. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 534 с. ISBN 978-5-9614-6361-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1003506> (дата обращения: 16.04.2024). – Режим доступа: по подписке.

3. Agile-методология в тестировании ПО. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://qarocks.ru/agile-methodology/>. – Дата доступа: 15.04.2024г.

4. Агеев, Ю. Д. Проектные методологии управления: Agile и Scrum : учеб. пособие / Ю.Д. Агеев, Ю.А. Кавин, И.С. Павловский [и др.]. — Москва : Аспект Пресс, 2018. - 160 с. — (Цифровые модели бизнеса). -

УДК 338.2

## **РОЛЬ СЕРТИФИКАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ**

**Васильченко Анастасия Олеговна, к.э.н, доцент,**

**Борисевич Алина Викторовна, студент,**

**Евтушик Юлия Сергеевна, студент**

**Полесский государственный университет**

Vasilchenko Anastasia Olegovna, PhD in Economics, vasilchenko.a@polessu.by,

Borisevich Alina Viktorovna, student, alyaborisevich04@gmail.com,

Evtushik Yuliya Sergeevna, student, evtushikyuliya@gmail.com

Polesky State University

**Аннотация.** В статье рассматривается значимость сертификации как инструмента обеспечения качества продукции и услуг. Обсуждаются перспективы развития системы сертификации в Беларуси, включая усиление государственного контроля, аккредитацию новых областей, внедрение международных стандартов, цифровизацию процессов, обучение специалистов и другие аспекты. Статья представляет собой ценный исследовательский материал для специалистов в области сертификации, предпринимателей и государственных органов, заинтересованных в повышении качества продукции и услуг.

**Ключевые слова:** сертификация, качество продукции, международные стандарты, система сертификации, государственное регулирование.

Сертификация качества продукции и услуг является важным инструментом для обеспечения успешного бизнеса и удовлетворения потребностей потребителей. В современном мире, где конкуренция на рынке все возрастает, сертификация становится неотъемлемой частью стратегии предприятия. В данной статье рассмотрим основные принципы и методы сертификации качества продукции и услуг, а также ее влияние на успешность бизнеса.

Сертификация – это процедура оценки соответствия продукции, услуг или систем управления установленным стандартам или требованиям. Она проводится независимой организацией, аккредитованной на проведение таких оценок, и может включать в себя проверку документации, проведение аудитов, испытаний и другие виды проверок [1].

Роль сертификации в обеспечении качества заключается в том, что она позволяет подтвердить соответствие продукции или услуг установленным стандартам и требованиям, что повышает доверие потребителей к продукции или услугам компании. Сертификация также способствует улучшению процессов производства или предоставления услуг, а также повышению конкурентоспособности компании на рынке.

Сертификация качества продукции и услуг может быть проведена по различным стандартам и требованиям, в зависимости от отрасли и страны. Наиболее распространенными стандартами являются ISO 9001 (система менеджмента качества), ISO 14001 (система экологического менеджмента), ISO 22000 (система безопасности пищевой продукции) и другие.

Основные этапы сертификации качества продукции и услуг:

1. Подготовка к сертификации: определение целей сертификации, выбор стандарта, разработка документации.
2. Проведение аудита: проверка соответствия процессов компании требованиям стандарта.
3. Испытания и проверки: проведение необходимых испытаний и проверок продукции или услуг.
4. Выдача сертификата: подтверждение соответствия продукции или услуг установленным стандартам и выдача сертификата.
5. Поддержание сертификата: регулярные аудиты для подтверждения соответствия продукции или услуг стандартам [2].

Сертификация качества продукции и услуг играет важную роль в обеспечении успешности бизнеса, повышении доверия потребителей, улучшении процессов производства и контроля каче-

ства. Поэтому многие компании стремятся пройти сертификацию с целью улучшения своей репутации на рынке и повышения конкурентоспособности.

Существует множество различных видов сертификатов, которые могут быть выданы компаниям, продукции, услугам или системам управления в различных отраслях (рисунок 1).



**Рисунок 1. – Виды сертификатов качества**

Каждый вид сертификата имеет свои особенности и цели, но их общая цель – обеспечить соответствие продукции, услуг или систем управления установленным стандартам и требованиям для повышения качества, безопасности и доверия потребителей [3].

Сертификация имеет ряд преимуществ как для производителей, так и для потребителей: улучшение качества продукции, повышение конкурентоспособности, доступ на международные рынки, улучшение репутации, снижение рисков, гарантия качества, защита прав потребителей, повышение доверия, безопасность и надежность, информированное принятие решений.

Процесс получения сертификата включает несколько этапов и требует выполнения определенных требований. Ниже приведены основные этапы и требования, которые могут быть применимы к процессу сертификации: определение типа сертификата, подготовка документации, выбор аккредитованного органа по сертификации, проведение проверки соответствия, выдача сертификата [4].

Международные стандарты и системы сертификации играют важную роль в обеспечении качества продукции и услуг, улучшении производственных процессов, а также повышении конкурентоспособности компаний на мировом рынке.

Государственное регулирование играет ключевую роль в обеспечении безопасности, качества и соответствия продукции и услуг определенным стандартам через системы сертификации (рисунок 2).



**Рисунок 2. – Роли государственного регулирования в сертификации**

Развитие системы сертификации в Беларуси имеет большое значение для обеспечения качества продукции и услуг, защиты прав потребителей, повышения конкурентоспособности отечествен-

ных компаний на рынке и участия в международном обмене. Рассмотрим основные перспективы развития сертификации в Беларуси:

1. Аккредитация новых областей: Для расширения области применения системы сертификации в Беларуси необходимо аккредитировать новые области, такие как информационные технологии, медицинские услуги, экологические продукты и другие. Это позволит улучшить качество и безопасность предоставляемых услуг и товаров.

2. Цифровизация процессов: Внедрение цифровых технологий в систему сертификации позволит ускорить процессы выдачи сертификатов соответствия, улучшить мониторинг и контроль за деятельностью сертификационных органов, а также повысить прозрачность и доступность информации о сертификации для потребителей.

3. Инновации и технологические изменения: Развитие технологий и появление новых видов продукции требуют постоянного совершенствования системы сертификации в Беларуси. Необходимо активно внедрять инновационные подходы, а также следить за изменениями в требованиях к безопасности и качеству продукции [5].

Развитие новых методов оценки эффективности сертификационных процедур играет важную роль в обеспечении качества продукции и услуг. С учетом современных вызовов и требований рынка, компании стремятся создать более точные и надежные способы оценки процессов сертификации. Рассмотрим несколько ключевых направлений разработки новых методов оценки эффективности сертификационных процедур.

1. Интеграция данных позволяет компаниям получать более полное представление о процессах сертификации, выявлять связи и зависимости между различными параметрами, а также проводить анализ данных в реальном времени.

2. Использование алгоритмов машинного обучения могут помочь компаниям прогнозировать возможные риски и проблемы, оптимизировать процессы сертификации, а также предлагать рекомендации по улучшению качества продукции и услуг.

3. Разработка ключевых показателей эффективности. Для более точной оценки эффективности сертификационных процедур необходимо определить ключевые показатели успеха (KPI), которые будут отражать основные аспекты процессов сертификации. Например, KPI могут включать в себя процент несоответствий, время выполнения сертификации, уровень удовлетворенности клиентов и другие показатели, которые помогут компаниям оценить эффективность своих действий.

4. Применение IoT-технологий в процессах сертификации позволит собрать данные в реальном времени о качестве продукции, условиях хранения, температуре и других параметрах. Это помогает компаниям проводить более точный мониторинг процессов сертификации, быстро реагировать на возможные проблемы и улучшать качество продукции.

5. Разработка цифровых платформ для управления сертификационными процедурами позволяет компаниям автоматизировать многие этапы процессов, упростить взаимодействие с клиентами и контроль за выполнением стандартов качества.

С развитием современных технологий и аналитических инструментов, компании имеют возможность внедрять инновационные подходы к оценке эффективности сертификации, что позволяет им улучшить процессы, снизить риски и повысить уровень доверия со стороны потребителей.

Следовательно, можно предложить использование Big Data и аналитических инструментов для обработки и анализа больших объемов данных. Применение алгоритмов машинного обучения позволит автоматизировать анализ данных, выявлять паттерны и зависимости в процессах сертификации, а также предсказывать возможные проблемы. IoT-технологии позволят собирать данные в реальном времени, это поможет компаниям проводить более точный мониторинг процессов сертификации, быстро реагировать на возможные проблемы и улучшать качество продукции. И наконец цифровые платформы позволят автоматизировать многие этапы процессов сертификации, упростить взаимодействие с клиентами и контроль за выполнением стандартов качества.

Итак, разработка новых методов оценки эффективности сертификационных процедур требует комплексного подхода и использования современных технологий. Инновационные подходы позволяют компаниям повысить качество процессов сертификации, снизить риски и обеспечить соответствие стандартам качества наивысшего уровня. Так же инновационные подходы к оценке эффективности сертификации с использованием современных технологий и аналитических инструментов играют важную роль в повышении качества продукции и услуг. Компании, которые актив-

но внедряют инновации в процессы сертификации, могут достичь конкурентных преимуществ, повысить доверие клиентов и улучшить свою репутацию на рынке.

#### **Список использованных источников**

1. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Современная экономическая энциклопедия. – СПб., Издательство «Лань», 2018.
2. Бренковский Ю.Н. Стандартизация: учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2012. – 368 с.
3. Основы стандартизации, метрологии и сертификации : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям стандартизации, сертификации и метрологии (200400), направлениям экономики (080100) и управления (080500) / А.В. Архипов [и др.]. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 352 с.
4. Стандарты ISO серии 9000 (Система менеджмента качества) [Электронный ресурс] – 2024 – Режим доступа: <http://www.icgrp.ru/docs/list/standards/iso9001/>
5. Ким Э.Н. Основы научных исследований, организация и планирование эксперимента: Учебное пособие. - Владивосток: Дальрыбвтуз, 2013. - 234 с.

УДК 339.138

### **РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПАКОВКИ ТОВАРОВ**

**Герасименко Диана Артуровна, студент,**

**Хмельницкая Екатерина Васильевна, старший преподаватель**

**Полесский государственный университет**

*Gerasimenko Diana Arturovna, student,*

*Khmel'nitskaya Katsiaryna Vasilievna, Senior Lecturer, khmel'nitskaia.e@polessu.by*

*Polesky State University*

**Аннотация.** В статье представлены результаты маркетингового исследования, в ходе которых выявлено мнение и отношение потребителей к продукции и ее упаковке ОАО «Малоритский КОСК», а также предложены пути совершенствования выявленных недостатков.

**Ключевые слова:** упаковка, товар, восприятие, дой-пак, этикетка, маркетинговое исследование, ТМ «Топтышка».

Сегодня одно из ведущих мест в борьбе за покупателя занимает упаковка. Наряду с ценой и названием, упаковка играет огромную коммуникативную роль и значительно облегчает продвижение продукта: она способствует узнаваемости продукта, помогает позиционировать продукт, формирует и подкрепляет отличительные особенности продукта, является неотъемлемым элементом бренда.

Упаковка выполняет ряд функций: увеличивает время хранения товара, позволяет упаковывать товар отдельно или в зависимости от его количества, защищает товар от воздействий внешней среды, позволяет узнать информацию о товаре, определяет и назначает стоимость единицы товара в зависимости от упаковки, упрощает и облегчает транспортировку товара. Специальная упаковка часто облегчает процесс потребления или использования товаров.

Восприятие упаковки потребителями играет решающую роль в формировании их решения о покупке и общей удовлетворенности продуктом. Упаковка служит первой точкой контакта между потребителями и продуктом, создавая неизгладимое впечатление, которое может повлиять на их восприятие о качестве товара, ценности и имидже бренда. Таким образом, понимание того, как потребители воспринимают упаковку и факторы, влияющие на их восприятие, имеет большое значение для организации [1, с.43].

Рассмотрим роль и значение упаковки товаров на примере ОАО «Малоритский КОСК».

ОАО «Малоритский КОСК» выпускает более 100 наименований продукции, из них более 70 – плодоовощные консервы для детей, которые помещают в стеклотару и в упаковку типа дой-пак.

В настоящее время повышенным спросом пользуется продукция в мягкой упаковке из комбинированных материалов, производимая на предприятии под ТМ «Топтышка». Детское питание в упаковке типа дой-пак очень полюбилось родителям и детям, так как упаковка является экономной и безопасной в использовании, стойкая к ударам, ее удобно брать на прогулку или в дальнюю поездку, а также она развивает самостоятельность – ребенок может сам открыть пюре и кушать. Открывая и закрывая дой-пак самостоятельно, ребенок повышает моторику рук. Крышечки в дан-

ной упаковке имеют свою особенность: они могут соединяться между собой и выступать в качестве конструктора. Скрепляя между собой крышечки, ребенок развивает мышление, а благодаря ярким цветам крышечек – цветовосприятие.

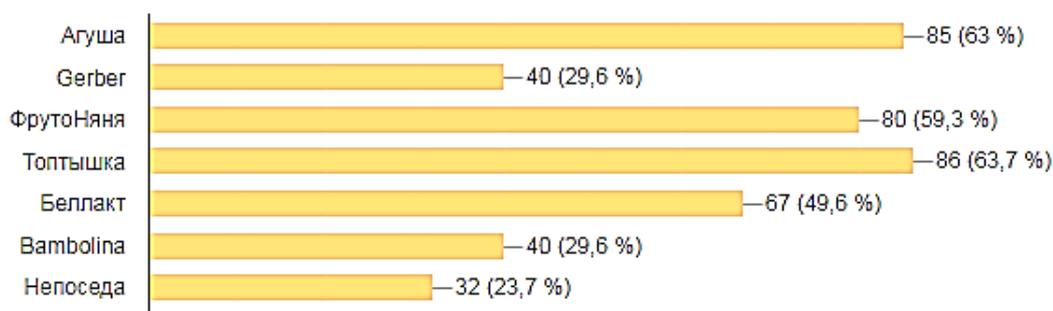
Этикетка детского питания яркая, красочная, с изображением главного героя марки – мишки Топтышки, который занял центральное место на всех этикетках. Основная цветовая гамма выполнена в желто-оранжевом цвете. На задней части этикетки находится информация о составе продукта, изготовителе, о способе применения и дате изготовления.

Для более глубокого анализа качества тары и упаковки продукции ОАО «Малоритский КОСК» было проведено анкетирование посредством Google-форм.

В онлайн-анкетировании приняло участие 335 респондентов жителей г. Пинска, из них 203 женщины (60,7%) и 132 мужчины (39,3%). Средний возраст респондентов составил 19-25 лет. Большинство опрошенных являются молодыми мамами, которые непосредственно сталкиваются с кормлением детей.

В ходе анкетирования было выявлено, что на выбор товара в большей степени влияют его внешний вид (75%) и марка (62,5%). Более 66% респондентов готовы купить товар из-за его упаковки, что доказывает ее значимость в процессе продвижения продукции.

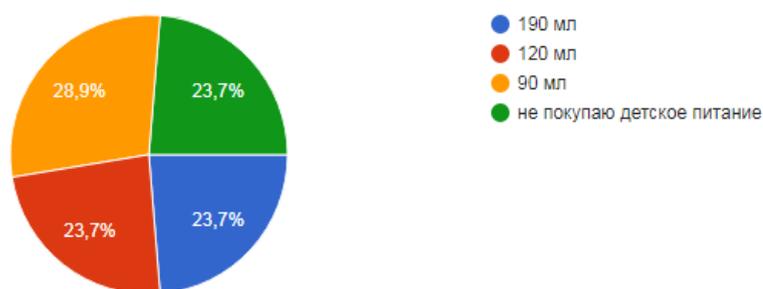
В ТМ «Топтышка» потребителей привлекают качество и вкус продукции, а также доступная цена, что позволяет сделать выводы о высоком спросе на данную торговую марку. Исходя из анализа анкетирования, ТМ «Топтышка» среди своих главных конкурентов занимает лидирующие позиции на белорусском рынке (рисунок 1).



**Рисунок 1. – Наиболее известные марки детского питания среди респондентов**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных анкетирования

В ходе опроса было выявлено, что большая часть респондентов предпочитает детское питание в банке объемом 90 г. Наглядно данная информация представлена на рисунке 2.

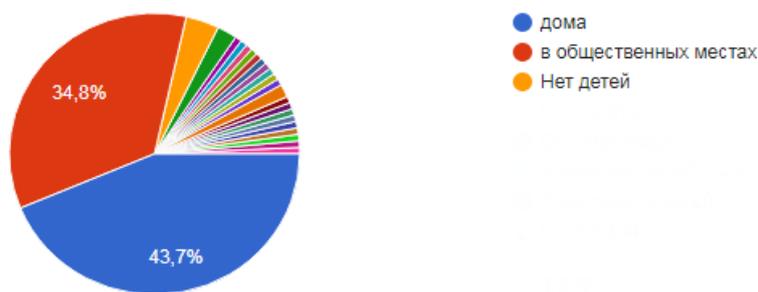


**Рисунок 2. – Наиболее предпочтительный объём упаковки детского питания**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных анкетирования

ОАО «Малоритский КОСК» производит детское питание ТМ «Топтышка» в банке объемом 190 г. Однако покупать большие банки не совсем удобно. Детское питание после вскрытия упаковки можно хранить не дольше суток. Когда ребёнок мал или прикорм только вводится, лучше покупать продукцию в самых маленьких расфасовках, которых будет хватать как раз на день.

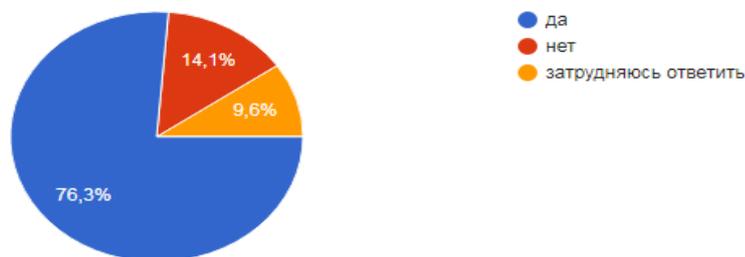
Основным местом, где родители кормят своих детей готовым детским питанием, является дом. Однако в ходе опроса было выявлено, что процент людей, которые кормят детей вне дома, также велик (рисунок 3).



**Рисунок 3. – Места кормления детей готовым детским питанием**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных анкетирования

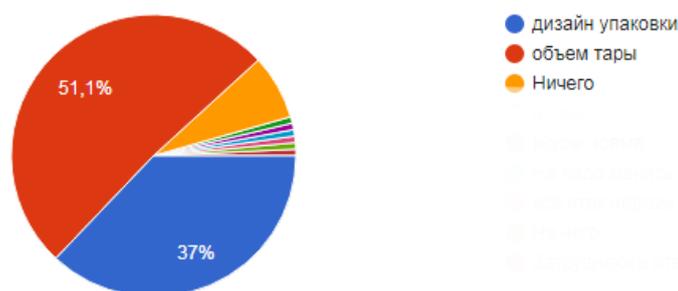
76,3% респондентов ответили, что им нравится упаковка детского питания ТМ «Топтышка». Данная информация изображена на рисунке 4.



**Рисунок 4. – Мнение респондентов о привлекательности упаковки детского питания ТМ «Топтышка»**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных анкетирования

На рисунке 5 можно увидеть мнение респондентов о модернизации упаковки детского питания ТМ «Топтышка». Большая часть респондентов считает, что следует изменить объем тары, так как имеющийся ассортимент не очень разнообразный.



**Рисунок 5. – Мнение респондентов о модернизации упаковки детского питания ТМ «Топтышка»**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных анкетирования

Так же ОАО «Малоритский КОСК» под ТМ «Топтышка» реализует не только детское пюре, но и соки. Выпускается сок в стеклянной банке объемом 185 миллиграмм. Данная упаковка не совсем удобна в эксплуатации, так как из банки неудобно пить содержимое и к ней не прилагается трубочка. Еще одним из недостатков является вес баночки: ребенок может ее легко уронить и пораниться.

В связи с этим были предложены следующие пути совершенствования упаковки товаров ОАО «Малоритский КОСК»:

1. Выпуск готового детского питания с одноразовыми эко-ложками, которые могут быть выполнены во всех цветах радуги, что особенно понравится детям. Ложки будут состоять из бамбука, так как он является биоразлагаемым и именно его часто используют для изготовления детской одноразовой посуды.

2. Выпуск детского питания в банке объемом 90 г.

3. Внедрение линии по розливу продукции в упаковку типа тетра-пак объемом 200 мл с бумажной трубкой, которая будет представлена в ярких расцветках, что будет привлекать внимание ребенка.

Таким образом, проведя анализ упаковки отдельных видов товаров, реализуемых ОАО «Малоритский КОСК», можно сделать вывод о том, что товар готовы купить из-за его упаковки, что доказывает ее значимость в процессе продвижения продукции. В целом, потребителям нравится упаковка детского питания ТМ «Топтышка», однако, существуют некоторые проблемы, которые требуют немедленного решения для улучшения покупательского спроса на продукцию.

#### **Список использованных источников**

1. Синяева, И.М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 43 с.

УДК 339.138

### **НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ**

**Головач Анна Андреевна, студент,**

**Хмельницкая Екатерина Васильевна, старший преподаватель**

**Полесский государственный университет**

*Halavach Hanna Andreevna, student,*

*Khmelnitskaya Katsiaryna Vasilievna, Senior Lecturer, khmelnitskaia.e@polessu.by*

*Polesky State University*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрено такое направление как нейромаркетинг. Авторами исследованы основные аспекты и сделаны выводы по целесообразности нейромаркетинга для повышения удовлетворения покупательских потребностей и перспективы развития этого направления.

**Ключевые слова:** нейромаркетинг, подсознание, психология, исследования, продажи, привлечение покупателей.

Человек часто воспринимает окружающий мир через рецепторы, которые передают информацию в мозг, где формируются реакции. В большинстве случаев сигналы от нервных окончаний обрабатываются на уровне подсознания, и поэтому человек может действовать, не осознавая полностью причины своих поступков. В таких ситуациях ему может быть сложно объяснить свои действия, и он начинает искать аргументы, которые не всегда соответствуют реальной причине.

Нейромаркетинг – это новое направление в маркетинге, которое использует информацию о нервной активности человека. Это комплекс мероприятий, направленных на создание и продвижение продуктов на основе изучения подсознательных реакций мозга целевой аудитории потребителей. Цель нейромаркетинга заключается в проведении экспериментов для изучения нейронной активности и использования результатов в маркетинговых целях компаний.

Применение нейромаркетинга позволяет изучить естественные, бессознательные биологические реакции человека на маркетинговые стимулы. Для успешного продвижения своих брендов компании могут быть заинтересованы в различных видах эмоциональной активности потребителей.

Методы нейромаркетинга концентрируют свои усилия на измерении хранящегося в сознании потребителей сенсорного воздействия, чтобы использовать его для активизации подсознательных мотивов при совершении покупки. Так или иначе, но основными каналами для воздействия на целевую аудиторию выступают органы чувств, поэтому триггерами нейромаркетинга являются сле-

дующие шесть факторов [1, 142 с.]: зрение, обоняние, слух, вкус, осязание, привлекательность (совокупность позитивных воспоминаний).

Эти факторы, как отдельно, так и в комбинации, формируют подсознательное решение потребителей о выборе конкретного продукта, так как они представляют собой субъективные аспекты, которые влияют не только на рациональные соображения. Ниже рассмотрим, как основные триггеры нейромаркетинга используются для увеличения объема продаж:

- использование определенного цвета может расставлять желаемые акценты, чтобы создать нужное настроение, в котором предложение будет выглядеть более выгодно;
- звуки, музыка и звуки природы могут вызывать приятные эмоции и действия, они способны устанавливать определенный ритм движения покупателей в магазине, ускорять или замедлять время принятия решений или использования продукта, а также усиливать впечатление от оказания услуг;
- комбинация различных компонентов или отдельных ингредиентов в рецепте способна вызывать определенные эмоциональные реакции у клиента и даже привести к формированию зависимости;
- ароматы, также как и цвета, способны создавать определенное настроение, вызывать нужные ассоциации и тем самым стимулировать желаемые компанией действия потребителей;
- трудно устоять от покупки предмета, который хочется постоянно трогать. А сколько эмоций можно испытать от приятных тактильных ощущений во время отдыха, процедур в салоне красоты или даже выбора одежды в магазине;
- освещение также регулирует активность мозга и настроение. Яркий свет делает более привлекательными ювелирные изделия, а приглушенный теплый – будет напоминать о домашнем уюте в мебельном магазине.

В нейромаркетинге применяются два основных метода для изучения реакций человека на маркетинговые стимулы: анализ косвенных признаков и изучение непосредственных мозговых реакций с использованием современных радиологических технологий.

Для первого метода используются следующие инструменты:

1. Айттрекер (eye tracker), при котором специальная камера регистрирует движения зрачка и позволяет провести анализ направления взгляда с фиксацией точек и временных интервалов, на которых задерживается внимание пользователя.

2. Гальванометр – устройство измерения электрической активности кожи или кожно-гальванической реакции устанавливается на руке или пальце испытуемого в тесном контакте с его кожей для оценки возбужденности человека.

3. Полиграф регистрирует интенсивность эмоциональной реакции, электрическую активность кожи, частоту дыхания и сердцебиение в ответ на определенный контент.

4. Комплекс фото/видеокамер высокого разрешения и программных приложений, работающих на основе универсальной системы кодирования движения лица (FACS). Камеры фиксируют, а компьютерные алгоритмы распознают мимику исследуемого человека и сопоставляют её с определенной эмоцией – реакцией на увиденное.

Для второго метода используются:

1. Электроэнцефалография (ЭЭГ), с помощью которой можно оценить электрическую активность головного мозга, которая меняется в зависимости от физиологического состояния.

2. Магнитоэнцефалография (МЭГ) позволяет измерить и визуализировать интенсивность магнитных полей на поверхности головы, возникающие вследствие электрической активности мозга.

3. Функциональная магнитно-резонансная томография (ФМРТ) позволяет с помощью магнитного поля получить визуализацию активности внутренних частей мозга.

4. Транскраниальная магнитная стимуляция (ТМС) проводит неинвазивную стимуляцию для возбуждения или торможения разных отделов коры головного мозга, что даёт возможность исследовать влияние функции отдельных областей мозга, их связей и взаимодействия между ними.

Нейромаркетинг используется в самых разных сферах, представленных в таблице.

Таблица – Сферы применения нейромаркетинга

Сфера применения	Характеристика
Брендинг	Нейромаркетинг предлагает широкий спектр инструментов, которые помогают принимать обоснованные решения и делать выбор бренда более естественным для целевой аудитории.
Сфера услуг	Важной особенностью этого направления в бизнесе является акцент на эмоциональном воздействии на потребителей, где впечатление, получаемое конечным пользователем, играет ключевую роль в ценообразовании.
Разработка дизайна	Нейромаркетинг помогает с разработкой упаковки. Сделав цвета более яркими, товары начинают привлекать внимание потребителей, что положительно сказывается на продажах.
Проектирование пространства	Применение методов нейромаркетинга может создать благоприятную рабочую атмосферу в офисах компаний, если использовать их для воздействия на сотрудников организации.
Реклама	Специалисты в области нейромаркетинга изучают реакции людей и предлагают использовать в видеороликах элементы, способные вызывать интерес и приятные ассоциации у потребителей.
Киноиндустрия	Многие продюсеры обращаются за помощью к нейромаркетологам при разработке сценариев, чтобы отслеживать реакцию зрителей на трейлеры и измерять различные биометрические показатели.

Примечание – Источник: собственная разработка основании [2].

Дальнейшее стремительное развитие нейромаркетинга очевидно, ведь каждая компания хотела бы обладать способностью подчинять себе органы чувств покупателей и манипулировать ими. Ожидается, что глобальный рынок нейромаркетинга вырастет в среднем на 8,9% к 2030 году и будет оцениваться уже в 21, 218 миллионов долларов, что более чем в 8 раз превышает показатель 2022 года [2].

Один из перспективных способов применения инструментов нейромаркетинга в будущем заключается в сотрудничестве с технологией виртуальной реальности (VR). Гарнитуры виртуальной реальности уже широко распространены в игровой индустрии, и в настоящее время компания по нейротехнологиям OpenBCI работает над интеграцией устройства ЭЭГ в гарнитуру виртуальной реальности. Это позволит компаниям получать нейрологические данные от пользователей, использующих гарнитуру. Гарнитура VR имеет важное значение для маркетинговых исследований. Таким образом, компании смогут проводить исследования без необходимости аренды помещений и дополнительных ресурсов, поскольку гарнитура позволит пользователям видеть необходимую информацию и измерять их нейрологические сигналы. Кроме того, к гарнитуре можно подключить другие устройства, например, устройство отслеживания взгляда.

Для маркетологов нейромаркетинг представляет интерес, поскольку он позволяет прогнозировать реакцию покупателей более эффективно и точно, получая истинную информацию о предпочтениях целевой аудитории без искажения сознания. Методы исследований, используемые в нейромаркетинге, способствуют принятию лучших решений в области брендинга и маркетинга. Эмоции, которые выражаются, когда потребитель говорит неправду, становятся ключом к пониманию его истинных реакций. Зная эти реакции, можно более точно настраивать маркетинговые действия на достижение желаемого результата – увеличение продаж. Потенциал развития нейромаркетинга огромен, и можно утверждать, что в будущем это направление будет активно развиваться и проникнет во все сферы общества.

#### Список использованных источников

1. Пейдж, Сэм Цифровой нейромаркетинг: психология убеждения в эпоху цифровых технологий / Сэм Пейдж. – ”Питер“, 2015. – 248 с.
2. Нейромаркетинг: продажи на уровне подсознания. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://postium.ru/nejromarketing/>. – Дата доступа: 11.03.2024.
3. Инновации в нейромаркетинге: тренды на 2023 год. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/446/97775/>. – Дата доступа: 13.03.2024.

## ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ МОТИВАЦИЕЙ И СТИМУЛИРОВАНИЕМ ПЕРСОНАЛА: ОПЫТ УСПЕШНЫХ КОМПАНИЙ

Гороховик К.В., студент,

Демьянов Сергей Александрович, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Gorohovik Kseniya Viktorovna, student, kseniagorohovik50@gmail.com,

Demyanov Sergey Aleksandrovich, senior lecturer, damienne@mail.ru

Polesky State University

**Аннотация.** Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современной системе управления персоналом, мотивация и стимулирование сотрудников являются важнейшими элементами. В данной статье изложены подходы к управлению мотивацией персонала путем применения форм материального и нематериального стимулирования, а также рассмотрены инновационные практики известных компаний в этой области.

**Ключевые слова:** персонал, компания, мотивация, материальное стимулирование, нематериальное стимулирование

Методы мотивации и стимулирования персонала постоянно эволюционируют, отражая изменения в обществе и технологиях. Опытный руководитель знает, что внимательный подход к сотрудникам, своевременное поощрение и реагирование на промахи – это не только ключ к повышению производительности, но и основа для развития долгосрочных отношений с коллективом. Сегодня современные, динамично развивающиеся компании ставят перед руководством и кадровыми службами задачу поиска путей, отличных от традиционного стимулирования.

Для начала разберемся в разнице понятий «мотивация» и «стимулирование» персонала. Мотивация персонала предполагает создание в компании таких условий, чтобы каждый сотрудник старался выполнять свои профессиональные обязанности наилучшим образом и прилагал максимальные усилия для достижения общих целей. То есть это внутренний стимул, который повышает производительность и направлен на удовлетворение потребностей работников через трудовую деятельность. При этом мотивация представляет собой систему факторов, определяющих направленность поведения человека, включая потребности, мотивы, намерения, цели, интересы и стремления. Потребности активизируют организм и направляют на поиск их удовлетворения, мотивы вызывают определенные действия человека, а стимулы представляют собой блага, способные удовлетворить потребности. В то время как мотивация работает на уровне внутреннего побуждения к действию, стимулирование представляет собой внешние меры, такие как вознаграждения, поощрения и иные, направленные на усиление желаемого поведения и достижение результатов [1, стр. 12-15].

Таким образом, разница заключается в том, что стимулирование выступает средством, с помощью которого можно осуществлять мотивирование.

Вопросы управления мотивацией персонала всегда являлись актуальными для управленцев независимо от времени и политического строя, однако способы их решения подвергались изменениям.

Долгое время в практике управления мотивацией персонала преобладало материальное стимулирование.

Различают следующие формы материального стимулирования:

- премии и надбавки за качественные и количественные показатели труда;
- доплата за выслугу лет, за более высокую квалификацию, за сложную и напряженную работу;
- различные дополнительные бонусы, такие как медицинское страхование, корпоративные скидки, дополнительные дни отпуска и иные;
- владение акциями (некоторые компании предлагают своим сотрудникам возможность приобретения акций компании по льготным условиям), что повышает заинтересованность сотрудников в успехе компании;

– компенсационные программы, представленные в различных формах (к примеру, компенсация расходов на обучение и повышение квалификации, командировочных расходов и т.п.) [2].

При этом различные виды материального стимулирования могут использоваться не только позитивно, но и негативно. Речь идет о финансовых наказаниях, к которым относятся штрафы за административные нарушения, нарушение правил безопасности, опоздания, невыполнение служебных задач и провоцирование конфликтов, нарушение конфиденциальности [2]. То есть такой подход в основном используется для контроля за недопустимым поведением или несоблюдением правил и стандартов компании.

Хоть штрафы как вид материального стимулирования могут быть довольно эффективным инструментом для поддержания дисциплины и соблюдения правил и стандартов в организации, их применение должно быть справедливым и сбалансированным. В ином случае это даст обратный эффект, а именно снижение мотивации сотрудников компании.

Несмотря на то, что материальное стимулирование является эффективным способом достижения стратегических целей организации, нельзя недооценивать роль нематериального стимулирования. Оно является неотъемлемой составляющей в поддержании морального благополучия сотрудников, что влияет на их продуктивность и вовлеченность в работу.

Нематериальное стимулирование, предполагающее признание достижений сотрудников, ранее осуществлялось стандартными методами: бесплатные путевки на отдых, дополнительные выходные, а также вручение почетных грамот, устная или письменная благодарность, повышение в должности, фотография на доске почета [2].

Такой взгляд на нематериальное стимулирование является исторически укоренившимся, однако появление новых требований и ожиданий со стороны сотрудников вынуждает компании пересматривать свои подходы. Как итог, всё больше современных компаний признают значение инновационных, более креативных подходов к нематериальному стимулированию персонала. Рассмотрим некоторые современные способы стимулирования:

– Предоставление сотрудникам свободного времени. Примером может являться компания Google, которая предоставляет работникам свободу в планировании рабочего времени: сотрудник сам управляет своим рабочим временем, определяя, когда начинать и заканчивать свой рабочий день, когда брать перерыв [3].

– Ежедневное поощрение достижений сотрудников. К примеру, в Facebook есть правило: размещать посты о достижениях своей команды по итогам каждого дня. Признание достижений создает чувство ценности и признания у сотрудников, мотивируя их стремиться к новым высотам. Кроме того, регулярное поощрение может стимулировать здоровую конкуренцию и сотрудничество в коллективе, что способствует повышению производительности и достижению общих целей компании.

– Вдохновляющая работа. Многие работники теряют интерес к выполнению своих обязанностью из-за монотонности действий, что приводит к снижению эффективности работы. Google предоставляет сотрудникам возможность уделять интересным для них проектам 20% рабочего времени [3].

– Веселье как важный аспект работы. Многие современные компании, в особенности зарубежные, имеют игровые зоны (настольный теннис, мини-футбол, игры в PlayStation и т.д.), где сотрудники могут отдохнуть и отвлечься от проблем в течение дня. Это повышает эффективность работы, исключая вероятность появления угнетающей атмосферы в офисе. В качестве примера можно выделить Facebook, Google, 2ГИС и иные [3].

– Применение геймификации в обучающих программах. Цель такого способа состоит не в получении удовольствия и развлечения, а в повышении вовлеченности сотрудников и поощрении их к достижению результата, применению творческого подхода и проявлению инициативы. Это могут быть игры, викторины, челленджи и иные инструменты, в ходе прохождения которых участники могут получить награды, значки, внутреннюю валюту и т.п. Примером компании, применяющей данную форму нематериального стимулирования, является Microsoft, который начисляет разработчикам баллы за каждую найденную ошибку [4].

– Образовательные инициативы. Компания Amazon предлагает сотрудникам бесплатный доступ к обучающим материалам и сервисам, возможность бесплатного обучения в колледжах и

университетах. Так как сегодня всё больше зарубежных компаний предоставляют образовательные льготы, это становится стандартом для сотрудников и вынуждает всё больше работодателей предлагать аналогичные льготы [5].

Эти примеры демонстрируют разнообразие инновационных способов нематериального стимулирования персонала. Однако все они в конечном итоге направлены на улучшение морального состояния человека на рабочем месте, предотвращение профессионального выгорания, обеспечение возможностей для личного и профессионального роста, а также на создание благоприятной атмосферы, способствующей раскрытию потенциала человека и успешной деятельности в компании.

Таким образом, мотивация и стимулирование персонала – это ключевая задача любого менеджера, так как она оказывает прямое влияние на производительность труда и эффективность деятельности компании. При этом и материальное и нематериальное стимулирование играют в этом процессе важную роль. Применение исключительного одного из вышеперечисленных подходов может оказаться недостаточным, поскольку, к примеру, деньги могут быстро утратить свою мотивационную силу. В силу того, что общество постоянно развивается, меняются потребности сотрудников, необходимо непрерывное совершенствование уже существующих подходов для обеспечения более высокого уровня заинтересованности и вовлеченности персонала. Поэтому сегодня компании предлагают более гибкие и индивидуализированные подходы к мотивации персонала, которые ориентированы не только на финансовые выгоды, но и на удовлетворение личных и профессиональных потребностей сотрудников

#### **Список использованных источников**

1. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика: учебник для бакалавров / А. А. Литвинюк, С. Ж. Гончарова, В. В. Данилочкина [и др.]. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 398 с. – Серия : Бакалавр. Базовый курс.

2. Современные подходы к управлению мотивацией персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-upravleniyu-motivatsiey-personala/viewer>. – Дата доступа: 02.03.2024.

3. Методы мотивации сотрудников в компании Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wek.ru/metody-motivacii-sotrudnikov-v-kompanii-google>. – Дата доступа: 02.03.2024.

4. Геймификация в обучении и бизнесе: примеры IT- продуктов и методы внедрения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/1269354-itrum/600900-geymifikaciya-v-obuchenii-i-biznese-primery-it-produktov-i-metody-vnedreniya>. – Дата доступа: 02.03.2024.

5. Amazon предложил оплатить четыре года учебы в вузах своим сотрудникам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/439625-amazon-predlozil-oplatit-cetyre-goda-uceby-v-vuzah-svoim-sotrudnikam>. – Дата доступа: 02.03.2024.

УДК 334.024

### **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БЕЛОРУССКОЙ И ЯПОНСКОЙ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В КОНТЕКСТЕ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ И ИХ СВЯЗЬ С КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ**

**Гречишкина Елена Александровна, к.э.н., доцент,**

**Шуманская Евгения Руслановна**

**Полесский государственный университет**

**Hrechyshkina Olena, PhD in Economics, grechishkina.e@polessu.by,**

**Shumanskaya Evgeniya, shumanskaya.eva@bk.ru**

**Polesky State University**

**Аннотация.** В последние десятилетия в производственной сфере все более возрастает потребность в кооперации и сотрудничестве на рабочем месте. В связи с этим значительно возрастает интерес к изучению командной работы и корпоративной культуры. Актуальность выбора данной темы исследования обусловлена тем, что грамотная разработка и реализация корпоративной культуры способствует повышению эффективности работы организации, а современные рыночные отношения диктуют организациям необходимость разработки и внедрения системы ценностей, называемой корпоративной культурой.

**Ключевые слова:** командная работа, корпоративная культура, внутренняя среда, организация, белорусская модель управления, японская модель управления.

Командная работа – это процесс совместной деятельности группы людей, нацеленный на достижение общих целей. Она предполагает, что участники команды сотрудничают, обмениваются идеями, навыками и ресурсами, чтобы достичь желаемых результатов. Среди основных преимуществ командной работы можно выделить следующие: распределение задач и ответственности, обмен идеями и опытом, взаимная поддержка и мотивация, развитие навыков коммуникации и лидерства. Кроме того, командная работа способствует развитию коллективного интеллекта – способности группы генерировать инновационные идеи и принимать более качественные решения, чем индивидуально.

Для успешной командной работы важно учитывать ряд факторов, включая коммуникации, установление общих целей, эффективное распределение ролей и ответственности, управление конфликтами и поощрение сотрудничества. Все это делает командную работу важным элементом корпоративной культуры и успешного функционирования организации, повышает качество управления организациями [1]. Именно поэтому данное направление исследований требует особого внимания и является актуальным.

Корпоративная культура – это совокупность общих ценностей, норм, поведенческих стандартов и представлений организации, которые определяют ее идентичность и способствуют формированию общей рабочей атмосферы и солидарности среди сотрудников. Компонентами корпоративной культуры являются ценности и убеждения, поведенческие нормы, символы и традиции организации, структура и организационные системы. Важно отметить, что корпоративная культура уникальна для каждой организации и может отличаться в зависимости от индивидуальных ценностей, отрасли, страны.

Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры, могут быть разнообразными: лидерство и стиль управления, ценности и миссия организации, история и традиции, задачи и цели организации, отбор и обучение сотрудников, коммуникационные процессы, организационная структура и системы, внешние факторы, такие как рынок и конкуренция. Взаимодействие и воздействие этих факторов обуславливают создание уникальной корпоративной культуры, которая отражает специфику и ценности организации [2, с. 136]. Таким образом, можно сделать вывод, что каждый вид корпоративной культуры уникален и играет свою роль в формировании внутреннего климата организации.

На сегодняшний день корпоративная культура в Беларуси развита неравномерно: система корпоративной культуры в частных и иностранных компаниях по уровню превосходит корпоративное устройство на государственных предприятиях. Так же неравномерно качество корпоративной культуры в различных отраслях экономики Беларуси: наиболее действенное и эффективное корпоративное устройство представлено в банках, а наименее развитое – в отраслях промышленности [3].

Основополагающими нормативными правовыми актами (НПА), регламентирующими систему корпоративного управления на предприятиях Республики Беларусь, являются:

- Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. № 218-3;
- Постановление Министерства экономики и Государственного комитета по имуществу Республики Беларусь от 5 июля 2016 г. № № 45/14 «Об утверждении Методических рекомендаций по организации корпоративного управления в акционерных обществах с участием государства»;
- Постановление правления Национального банка Республики Беларусь от 30 октября 2012 г. № 557 «Об утверждении Инструкции об организации корпоративного управления банком, открытым акционерным обществом «Банк развития Республики Беларусь», небанковской кредитно-финансовой организацией»;
- Постановление Государственного комитета по имуществу Республики Беларусь от 9 июля 2015 г. №29 «Об утверждении примерных форм корпоративного кодекса и положений о комитетах при совете директоров (наблюдательном совете) открытого акционерного общества».

В соответствии с обзором корпоративного управления ЕБРР [2], белорусская система, хотя и прогрессирует в последние годы, все же имеет недостаточный уровень развития, следовательно, нуждается в реформировании и модернизации.

Одной из основных иностранных моделей организации командной работы и построения корпоративной культуры является японская система менеджмента, внедрение которой опробовали на себе многие зарубежные компании Америки, Европы и Юго-Восточной Азии.

Японский менеджмент в экономике предполагает определенные действия, направленные на организацию системы производства и опирающиеся на исторически сложившиеся традиции, групповую сплоченность, генетически заложенную усердность и устремленность в работе японцев к созданию качественной продукции.

Сравнение белорусской и японской моделей управления организацией приведены в таблице.

Таблица – Сравнение белорусской и японской моделей управления организацией

Критерии	Беларусь	Япония
Корпоративная культура	Индивидуалистическая, где участники организации стремятся достичь индивидуальных успехов и удовлетворения своих потребностей.	Коллективистская, где уделяется большое внимание командной работе, уважению к старшим и преданности компании.
Управленческая иерархия	Вертикальная иерархическая структура управления, где принятие решений и контроль сосредоточены вверху иерархии.	Горизонтальная структура на основе консенсуса, с активным участием сотрудников на всех уровнях иерархии в процессе принятия решений.
Управление качеством	Стремится управлять качеством, используя систему Total Quality Management, однако, учитывая опыт Советского Союза, ситуацию можно охарактеризовать как подготовительный этап к формированию фундамента TQM.	Славится своим подходом к управлению качеством, включая использование принципов TQM, постоянное совершенствование и активное вовлечение сотрудников в процесс улучшения качества.
Инновации и развитие	Стремится к развитию и инновациям, но имеет меньшие ресурсы и масштабы инновационной деятельности.	Выделяется своим акцентом на инновациях и постоянном развитии.
Отношение к клиентам	Ставит клиентов в центр своей деятельности, однако уровень активности и подход отличается от зарубежного.	Активно исследуют и анализируют потребности клиентов, стремятся предоставить высокое качество товаров и услуг.
Отношение к ошибкам и конфликтам	Разрешение конфликтов, зачастую, происходит путем принятия итоговых решений верховными руководителями.	Конфликты стремятся разрешать путем поиска компромиссов и достижения согласия между вовлеченными сторонами.
Система оплаты труда	Оплата труда обычно основывается на должностных обязанностях и стаже работы.	Оплата труда может зависеть от результатов работы, которые достигаются коллективно.
Система оплаты труда	Оплата труда обычно основывается на должностных обязанностях и стаже работы.	Оплата труда может зависеть от результатов работы, которые достигаются коллективно.
Уровень гибкости	Изменения в бизнес-процессах и структуре организации медленные и сложные из-за высокой степени бюрократии и иерархии.	Изменения более гибкие и быстрые благодаря более коллаборативному подходу и открытости к новым идеям.
Конкуренция	Белорусская модель менее конкурентоспособна и более ориентирована на внутренние показатели и стабильность.	Японская модель ориентирована на создание сильных конкурентных позиций на рынке и активное сотрудничество с другими организациями.
Роль малого и среднего бизнеса	Развитию малого и среднего бизнеса уделяется меньше внимания, нежели крупному.	Уделяется большее внимание и поддержка малого и среднего бизнеса.

Примечание – источник: разработано авторами на основании [4]

Таким образом, рассматриваемые модели имеют свои особенности и оба подхода могут быть успешны в зависимости от специфики организации.

Для развития внутренней среды белорусских организаций предлагаются следующие методы:

1. Здоровая коммуникация. Стимулирование командной работы, проведение регулярных собраний с целью изучения потребностей и проблем коллектива, а также активное обсуждение идей помогут наладить здоровую коммуникацию.

2. Управление конфликтами. Если конфликты возникают часто и имеются сложности с их решением, то целесообразно нанять профессионального тренера по управлению конфликтами для обучения сотрудников навыкам эффективного взаимодействия.

3. Поощрение и признание. Благодарность за хорошую работу, проведение церемоний награждения или создание системы бонусов и поощрений поможет создать атмосферу взаимного уважения, а также положительно скажется на мотивации сотрудников.

4. Обучение и развитие. Инвестиции в обучение и развитие сотрудников, предоставление возможностей для самосовершенствования положительно скажутся на профессионализме работников. Также можно создать собственные программы обучения, организовать конференции, семинары.

5. Создание комфортной рабочей среды. Стоит обратить внимание на организацию рабочих мест, оборудование, освещение и уровень шума. Также необходимо подумать о возможности создания зон отдыха.

6. Работа над балансом работы и личной жизни. Достичь этого можно через гибкий график или удаленную работу, если это возможно, а также через программы по улучшению физического и психологического благополучия.

7. Развитие командного духа. Поощрение сотрудничества и взаимодействия, а также организация командных мероприятий помогут укрепить командный дух и создать более сплоченную рабочую обстановку.

8. Оценка и дальнейшее развитие. Систематические оценки и обзоры работы сотрудников помогут им понять свои сильные и слабые стороны, а также развиваться профессионально.

Таким образом, можно сделать вывод, что улучшение внутренней среды в организации – это непрерывный процесс, требующий внимания и регулярных усилий со стороны руководства и всех сотрудников.

Исходя из проведенного исследования, можно заметить, что корпоративная культура белорусских и японских организаций имеет существенные отличия, что оказывает влияние на результат их деятельности. Полное внедрение японских методов и концепций в рамках белорусских организаций невозможно, так как менталитет и особенности руководства в Республике Беларусь сильно отличаются от тех, что используют в Японии. Однако белорусские организации могут перенять некоторые методы и способы руководства, что положительно скажется на командной работе и корпоративной культуре.

#### **Список использованных источников**

1. Гречишкина, Е. Методологические подходы к оценке качества управления нефинансовыми корпорациями / Е. Гречишкина, А. Васильченко, Ю. Тихоновская // Банкаўскі веснік : інфармацыйна-аналітычны і навучна-практычны журнал Нацыянальнага банка Рэспублікі Беларусь. – 2023. – № 4 (717). – С. 35-45.
2. Кожевникова, Т. Корпоративная культура как она есть / Т. Кожевникова. – Москва : Эксмо, Бомбора, 2020. – 235 с.
3. Обзор корпоративного управления ЕБРР в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bikratings.by/wp-content/uploads/2022/01/korporativnoe-upravlenie.pdf>.
4. Каору, И. Японские методы управления качеством / Каору И. – М: «Экономика», 1988. – 199 с.

УДК 339.138:004.738.5

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОСТАВЛЕНИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА ДЛЯ САЙТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ**

**Демьянов Сергей Александрович**

**Полесский государственный университет**

**Demyanov Sergey Alexandrovich**

**Polessky State University, demianov.s@polessu.by**

**Аннотация.** Статья посвящена изучению методики формирования семантического ядра для сайта туристической компании. В статье рассматриваются практические аспекты составления семантического ядра сайта, выделяются специфические особенности семантики сайтов.

**Ключевые слова:** запросы, интернет-сайт, ключевые слова, семантика, семантическое ядро.

Составление семантического ядра является важным этапом оптимизации сайта, способствует повышению видимости сайта в поисковых системах, получению стабильного органического трафика в поисковиках.

Семантическое ядро представляет собой определенным образом сформированный набор ключевых слов, их морфологических форм и словосочетаний, используемый для продвижения интернет-сайта в поисковых системах. Также он существенно упрощает поиск сайта и отдельных его разделов в поисковиках.

Работа с семантическим ядром осуществляется при проработке структуры сайта: оптимизация семантики позволяет определить архитектуру и структуру сайта, иерархию страниц, а также улучшить юзабилити сайта по отношению к посетителям и поисковым роботам. Кроме того, семантическое ядро позволяет оптимизировать каждую страницу под конкретный запрос, тем самым обеспечивая продвижение сайта в поисковой выдаче, т.к. поисковые роботы проверяют настройку семантики на предмет корректного ранжирования сайта в поисковике.

Входящие в состав семантического ядра LSI-ключевики (ключевые слова) используются при составлении матрицы контент-плана, что позволяет определить контекстность, направленность и задачи контента сайта. Семантическая база также существенно упрощает настройку перелинковки страниц внутри сайта и формирует удобную навигацию по сайту за счет кластеризации ссылочной массы и оптимизации ссылочного веса.

Вследствие этого, оптимизация существующего семантического ядра или создание нового способствует SEO-оптимизации сайта. Также семантическое ядро сайта позволяет тонко настраивать контекстную рекламу, запускать PPC-рекламу для дополнительного охвата целевых сегментов и трафика лидов [1].

Структура семантического ядра представляет собой совокупность ключевых слов, словосочетаний и фраз, построенных по определенному алгоритму. При составлении семантического ядра руководствуются следующей анатомией ключевых запросов: спецификатор + тело + хвост. Тело запроса – это высокочастотный ключ, отличающийся общим понятием (чаще всего подлежащее, обозначающее предмет/объект поиска). Спецификатор отражает намерение или действие пользователя по отношению к телу запроса (скачать, купить, продать и т.д.). Хвост уточняет детали спецификатора или тела поискового запроса (купить + тур + недорого).

Например, для туристической компании, специализирующейся на отдыхе в Египте, подбор ключевых слов для высокочастотных запросов, составляющих семантическую базу, выглядит как в таблице 1.

Таблица 1. – Пример составления семантического ядра для туристической компании

	Категория «Отдых в Египте»		
	Спецификатор	Тело	Хвост
LSI-ключевик	-	тур в Египет	-
Высокочастотный запрос	купить	тур в Египет	-
Среднечастотный запрос	купить	тур в Египет	недорого
Низкочастотный запрос	купить	тур в Египет	недорого + всё включено

С точки зрения структуры, ключевые слова сегментируются по частотности: высокочастотные, среднечастотные и низкочастотные. Однако данная сегментация в разрезе количества показов является достаточно субъективной и зависит от множества факторов (специфики сайта, масштаба сайта и др.).

Высокочастотные запросы (от 10 000 показов в мес.) состоят из тела поискового запроса, отражающего тематику и контекстность страницы. Высокочастотные запросы чаще всего используются для информационных страниц в поисковой выдаче, реже – для коммерческих.

Среднечастотные запросы (1 000-10 000 показов в мес.) состоят из тела запроса и спецификатора, реже – еще и хвоста. Такие запросы более точные, и в поисковой выдаче по ним отображаются преимущественно коммерческие страницы.

Низкочастотные запросы (менее 1 000 показов в мес.) включают спецификатор, тело и хвост, и конкретизируют поисковую потребность пользователя. По данным запросам в поисковой выдаче отображаются только коммерческие страницы.

Существует два подхода к созданию структуры семантического ядра: первый подход предполагает создание структуры сайта по результатам анализа поисковых запросов пользователя, второй подход – предварительное планирование структуры ресурса до анализа поисковых запросов. Рассмотрим первый подход, являющийся наиболее популярным в интернет-маркетинге.

Алгоритм составления семантического ядра состоит из нескольких этапов. На первом этапе проводится анализ сайтов конкурентов, позволяющий определить основные категории семантического ядра и направления тематических запросов. Анализ структуры сайтов конкурентов осуществляется двумя способами: или через специальные программы (Screaming Frog SEO Spider, Netpeak Spider и др.) или ручным способом (визуальный анализ навигации и архитектуры сайта, анализ категорий и каталогов).

LSI-ключевика отличаются высокой частотностью и низкой специфичностью, поэтому продвижение сайта в поисковой выдаче по таким вопросам будет неэффективным и затратным. Вследствие этого, логичным является расширение семантического ядра за счет средне- и низкочастотных запросов.

Следующим этапом является сбор семантики для формирования семантического ядра. Сбор семантики осуществляется преимущественно посредством Яндекс.Вордстат или Google.Adwords [1].

Для формирования семантического ядра с помощью Яндекс.Вордстат проводится подбор слов по каждому из LSI-ключевиков, подобранных на предыдущем этапе. После настройки региона (Беларусь) и временных рамок (19.03.-19.04.2024 г.) по запросу «тур в Египет» получились результаты, представленные в таблице 2. Из таблицы видно, что запросы имеют в основном информационный трафик, состоят преимущественно из тела и хвоста, почти без спецификатора.

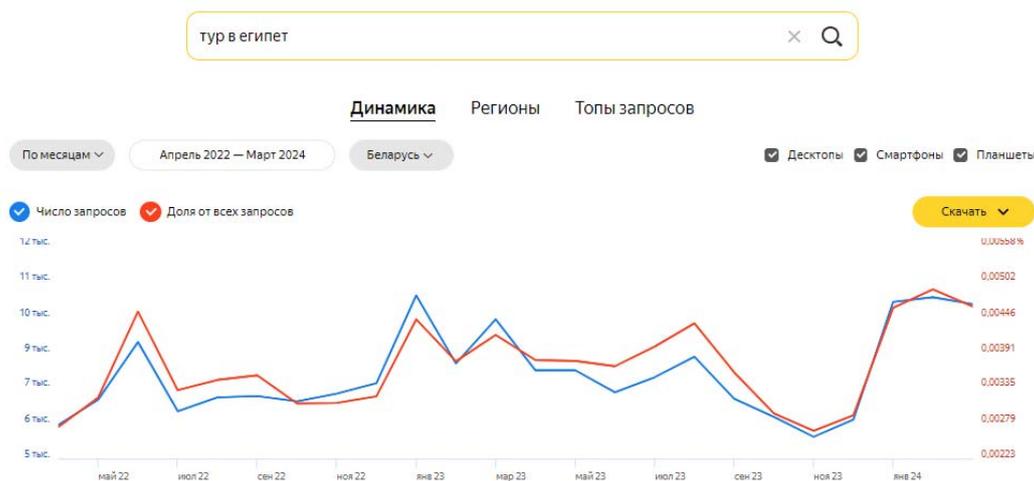
Таблица 2. – Результаты подбора слов для семантического ядра

Формулировка	Число запросов
туры +в египет	8233
туры +в египет +из минска	4221
горя туры +в египет	2102
горят туры +в египет	2101
горящие туры +в египет	2101
горящие туры +в египет +из минска	1192
туры +в египет 2024	1058
подбор тура +в египет	1003
туры +в египет +из минска 2024	710
египет +из минска подбор тура	695

Примечание – Источник: [2]

Для поиска коммерческих запросов следует максимально уточнять регион, т.к. поисковой спрос привязан к геолокации запроса. Информационный же трафик отображается по всей стране, т.к. информационные запросы ранжируются без привязки по геолокации.

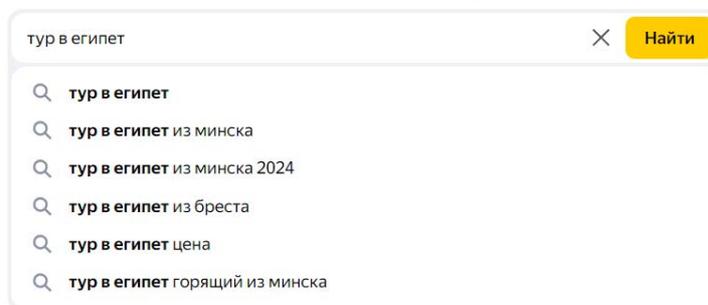
Помимо подбора слов и определения топа запросов по выделенному региону, в Яндекс.Вордстат можно отследить динамику запроса в течение года. Анализ динамики необходим для того, чтобы понять: является ли запрос постоянным, или носит сезонный или случайный характер? Пример динамики запроса «тур в Египет» в регионе «Беларусь» за апрель 2022 г. – март 2024 г. отражен на рисунке 1. Динамика отражает сезонные колебания числа запросов «тур в Египет».



**Рисунок 1. – Динамика числа запросов «тур в Египет» за 04.2022-03.2024**

Примечание – Источник: [2]

Четвертый этап составления семантического ядра состоит в расширении семантического ядра при помощи поисковых подсказок. Поисковая система сама выводит релевантные запросы, что позволяет расширить семантическое ядро актуальными запросами (рисунок 2).



**Рисунок 2. – Поисковые подсказки в Яндекс**

Примечание – Источник: [2]

Существуют также специальные сервисы для сбора и обработки поисковых подсказок, такие как например, [serpstat.com](http://serpstat.com), [click.ru](http://click.ru) и др. Данные сервисы позволяют уточнить регион и глубину парсинга для более точной семантики. Сбор может также включать локальные и вопросительные подсказки, отзывы. В результате анализа, сервис позволяет собрать подсказки с сайтов топ-50 и выгрузить в удобном формате CSV.

Помимо тела запроса, следует расширять семантическое ядро спецификаторами. Спецификаторы могут быть 3 групп: региональные (в Минске, в городе), коммерческие (купить, заказать, в рассрочку, цена), сервисные (триггеры доверия, отзывы). В семантическое ядро необходимо добавлять только целевые спецификаторы (например, «купить в рассрочку», «приобрести»).

Для расширения семантического ядра и более тонкой оптимизации семантики страниц сайта, следует к базовым ключевикам добавлять один или несколько спецификаторов. Кроме этого, можно проанализировать разработанное семантическое ядро с помощью конкурентных сайтов. Такие возможности дают специальные сервисы-анализаторы: SEMrus, SpyWords и др.

Последним этапом составления семантического ядра является удаление мусорных и нецелевых запросов семантического ядра. При парсинге поисковых запросов могут попадать чужие брендовые запросы; запросы, выходящие за рамки деятельности; дублирующие ключи и др. Для фильтрации результатов парсинга существует несколько сервисов, однако, при всех преимуществах автоматизации данного процесса, ручная фильтрация является наиболее эффективной.

В ходе анализа и фильтрации семантического ядра следует удалять ключи, в которых: нарушена локализация запросов, присутствуют дублирующие запросы, упоминаются конкуренты или сторонние запросы, упоминаются запросы с опечатками и ошибками.

После этапа фильтрации семантического ядра должны остаться только релевантные запросы, соответствующие контекстности базовых ключевых слов. Затем осуществляется кластеризация семантического ядра, в результате которой запросы группируются исходя из логики и контекста. Таким образом, создается многоуровневая кластерная структура ядра с обширной тематикой и большой продуктовой матрицей. Автоматизация процесса кластеризации семантического ядра может осуществляться с помощью сервисов *semantist*, *seoquick* и др.

Таким образом, составление семантического ядра является важной частью SEO-оптимизации сайта, требует постоянного уточнения и тонкой настройки. Однако, избыточная фокусировка на сборе ключевых фраз, максимальная автоматизация построения семантического ядра и отказ от использования низкочастотных фраз может привести к снижению эффективности семантического ядра. Для туристических компаний ранжирование в поисковых роботах, а также место в органической поисковой выдаче, является одной из ключевых задач. Вследствие этого, важным является разработка рационального и эффективного семантического ядра, которое может существенно повысить место компании в поисковой выдаче.

В данном контексте, сбор семантического ядра является одним из ключевых этапов оптимизации сайта, позволяет повысить видимость сайта в поисковых системах и получить стабильный органический трафик.

#### **Список использованных источников**

1. Что такое семантическое ядро и как его составить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-semanticheskoe-yadro-i-kak-ego-sostavit/> Дата доступа: 18.04.2024.

2. Яндекс.Вордстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [clck.ru/3ACc8c](https://clck.ru/3ACc8c) Дата доступа: 18.04.2024.

УДК 3.33.331.1

### **ИНТЕГРАЦИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ И ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ КОММУНИКАЦИИ И СОВМЕСТНОЙ РАБОТЫ НАД БИЗНЕС-ПЛАНАМИ**

**Добринец Яна Ивановна, магистр экономических наук,**

**Федечко Арина Алексеевна, студент**

**Полесский государственный университет**

**Dobrinets Yana Ivanovna, Master of Economics, yana\_dobrinets@mail.ru,**

**Fedechko Arina Alekseevna, student, fedechkoarina@gmail.com**

**Polesky State University**

**Аннотация.** Статья содержит теоретические сведения о бизнес-плане, его структурных частях. В статье представлены примеры цифровых платформ и онлайн-инструментов и их применение в бизнес-планировании.

**Ключевые слова:** бизнес-план, предприятие, цифровая платформа, онлайн-инструмент, приложение, коммуникация.

Для успешной работы организация должна планировать свою деятельность на предстоящий период. По мнению исследователей, первые упоминания о планировании бизнеса можно найти в работах итальянских банкиров и торговцев Ренессанса. Они создавали планы своих предприятий, включая финансовые прогнозы, стратегии продаж и маркетинга.

Однако, современное понимание бизнес-плана как структурированного документа с детальными анализами и прогнозами возникло в 70-х годах XX века. В это время бизнес-планы стали широко использоваться в качестве инструмента для привлечения инвестиций и управления предприятием.

Сегодня бизнес-план является неотъемлемой частью любого успешного бизнеса, помогая предпринимателям определить цели, стратегии и пути достижения успеха.

Бизнес-план (*business-plan*) – подробный, четко структурированный, тщательно обоснованный, динамичный, перспективный план развития конкретного направления бизнеса, который используется для стратегического планирования, организации и координации работ по проекту, переговоров с кредиторами и инвесторами, привлечения участников проекта [1, с. 43].

Выделяют следующие цели создания бизнес-плана:

1. Внешняя цель: создать инструмент для коммуникации и привлечения инвестора (кредитора) с целью получения денежных средств из внешних источников.

2. Внутренняя цель: создать реальную плановую основу для управления функционированием и развитием бизнеса компании путем разработки и непрерывного обновления бизнес-плана.

Исходя из целей, можно сформулировать и задачи разработки бизнес-плана:

– проанализировать и оценить результаты деятельности предприятия, фирмы за определенный период, выявить отклонения от запланированного уровня и наметить меры по оптимизации мероприятий;

– понять и оценить финансовые аспекты своего бизнеса, эффективность инвестиционного проекта и экономическую целесообразность его осуществления;

– собрать важнейшую информацию о состоянии отрасли и рынка, выяснить конкурентоспособность намечаемого вами к производству товара;

– подготовить основу для грамотных взаимоотношений с партнерами, инвесторами и кредиторами;

– оценить состояние взаимоотношений с внешней средой и представителями государственных, региональных, отраслевых и налоговых органов, общественностью [2, с. 14-15]

На рисунке 1 представлена структура бизнес плана.



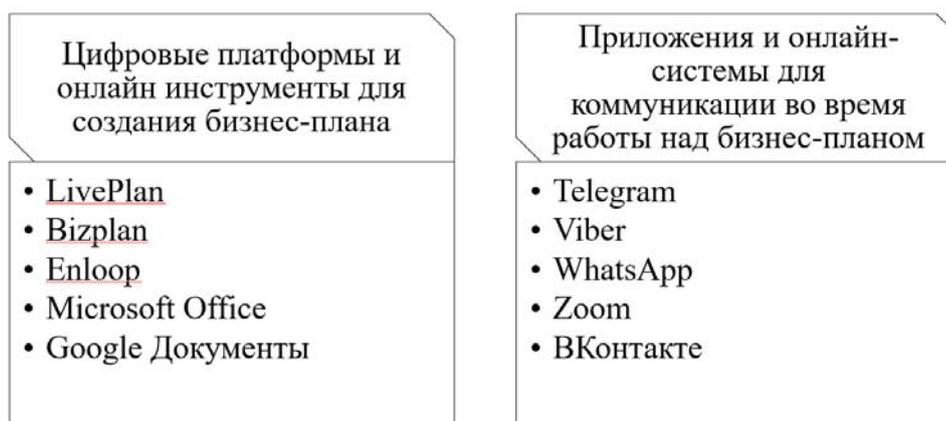
**Рисунок 1. – Структура бизнес-плана**

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3, с. 13-14]

Представленная структура является базовой, она может различаться в зависимости от конкретного бизнеса или отрасли, но каждый из этих разделов играет важную роль в и помогает предпринимателям более осознанно планировать и управлять своим бизнесом.

Для того, чтобы составить бизнес-планы задействуется персонал из различных отделов предприятия. Существует необходимость в короткие сроки наладить коммуникацию и совместными усилиями сделать качественный структурированный бизнес-план. В современном мире для этого используется большое количество различных инструментов и средств коммуникации.

На рисунке 2 представлены некоторые вспомогательные средства.



**Рисунок 2. – Цифровые платформы и приложения, используемые для написания бизнес-плана**  
 Примечание – Источник: собственная разработка на основании [4, 5]

Данные на рисунке платформы и приложения возглавляют топы самых востребованных на сегодняшний момент, с их помощью можно осуществлять эффективное бизнес-планирование.

В таблице 1 выделены некоторые основные критерии сравнения цифровых платформ и инструментов, а также проведена оценка.

Таблица 1. – Сравнение цифровых платформ и онлайн-инструментов

Критерии сравнения	LivePlan	Bizplan	Enloop	Microsoft Office	Google Документы
Наличие шаблонов	+	+	+	+	-
Возможность совместной работы	-	+	+	-	+
Наличие русского языка	+	-	+	+	+
Искусственный интеллект	+	-	+	-	+
Возможность применения ЭММ	+	+	+	+	+
Аналитика введенных данных	+	+	+	+	+
Удобство интерфейса	+	-	+	+	+
Конфиденциальность	+	+	+	+	+
Мобильное приложение	+	-	-	+	+
Возможность синхронизации	+	+	+	+	+
Дополнительные функции	+	+	+	+	+
Возможность бесплатной работы	+	-	+	-	+
Наличие облачной версии	+	+	+	+	+
Составление итоговой презентации	-	-	-	+	+

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [4]

Исходя из данных таблицы наиболее подходят для составления бизнес-плана онлайн платформа LivePlan и сервис Google Документы. LivePlan – это онлайн-сервис, который предоставляет шаблоны и инструменты для создания профессионального бизнес-плана. Он также помогает в прогнозировании финансовых показателей и анализе данных. Google Документы помогут если вам нужно создать простой бизнес-план, вы можете воспользоваться инструментами для создания текстового документа с разделами вашего плана, а также анализировать экономические данные. Эти инструменты могут значительно упростить процесс составления бизнес-плана и помочь вам создать профессиональный и информативный документ.

В таблице 2 приведено критериальное сравнение онлайн-средств коммуникации между персоналом организации.

Таблица 2. – Сравнение приложений для коммуникации персонала

Критерии сравнения	Telegram	Viber	WhatsApp	Zoom	ВКонтакте
Отправка текстовых сообщений	+	+	+	+	+
Отправка фото, видео	+	+	+	-	+
Обмен текстовыми документами	+	+	+	-	+
Создании групповых чатов	+	+	+	+	+
Видео-звонки	+	+	+	+	+
Создание видеоконференций	+	-	+	+	-
Возможность отправки голосовых сообщений	+	+	+	-	+
Конфиденциальность данных	+	+	+	+	+
Шифрование сообщений	+	-	+	-	+
Возможность загрузки больших файлов	+	-	-	-	-
Мобильное приложение и для ПК	+	-	-	+	+
Наличие ботов	+	-	-	-	+
Реклама	-	+	-	+	+
Дополнительные функции	+	+	+	+	+

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [5]

После проведённого сравнения можно сделать вывод о том, что самым многофункциональным приложением для коммуникации является Telegram. Он предлагает широкий спектр функций и возможностей для эффективной коммуникации и обмена информацией. Telegram также предлагает возможность обмена голосовыми сообщениями, видеозвонками и другими функциями. Благодаря своей безопасности, удобству использования и богатому набору функций Telegram остается одним из наиболее популярных мессенджеров в мире.

Классические способы составления бизнес-планов теряют свою актуальность. Человечество каждый день придумывает различные способы сделать решение некоторых задач проще. Так случилось и с составлением бизнес-планов, теперь компании используют более гибкие и адаптивные подходы; уделяют больше внимания цифровой стратегии, а также устойчивости и социальной ответственности; используют новые методы сбора данных и аналитики; применяют инновационные подходы к финансированию.

Чтобы упростить процесс составления бизнес-плана, а также сделать его более адаптивным под быстро изменяющуюся экономическую среду, требуется интеграция цифровых платформ и онлайн-инструментов, которая улучшит коммуникацию и совместную работу над бизнес-планами. Это позволит:

- Облегчить доступ к информации и позволит команде работать над бизнес-планами одновременно.
- Организовать задачи, установить сроки и отслеживать прогресс работы над бизнес-планами. Каждый участник команды сможет видеть свои задачи и статус проекта.
- Наладить коммуникацию при помощи видеоконференций и чатов, а также поспособствует совместной работе над бизнес-планами.
- Использовать электронных досок, что поможет визуализировать идеи, создавать майндмэпы, диаграммы и другие графические материалы для работы над бизнес-планами.
- Использовать специализированных онлайн-инструментов, которые предоставляют шаблоны и инструменты анализа.

Можно сделать вывод о том, что бизнес-планирование достаточно сложный и трудоёмкий процесс, который могут упростить цифровые-платформы и онлайн инструменты. На данный момент самым лучшим сочетанием является использование LivePlan и Telegram.

#### Список использованных источников

1. Румянцева Е.Е., Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. - 4-е изд. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 882 с.
2. Попадюк Т.Г., Бизнес-планирование: учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2023. – 296 с.

3. Буров В.П., Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морозкин. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 192 с.

4. Лучшие программы и инструменты бизнес-планирования в 2023 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xmldatafeed.com/11-luchshih-programm-i-instrumentov-biznes-planirovaniya-2020-2021-godah/>. Дата доступа: 06.03.2024

5. М.Видео: Лучшие приложения для конференц-звонков [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.mvideo.ru/blog/podborki/top-11-prilozhenij-dlya-videozvonkov-i-konferencz-svyazi?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=google&utm\\_referrer=google](https://www.mvideo.ru/blog/podborki/top-11-prilozhenij-dlya-videozvonkov-i-konferencz-svyazi?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=google&utm_referrer=google). Дата доступа: 06.03.2024

УДК 338.48

## РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

Корхова Ольга Николаевна, аспирант, Полесский государственный университет  
Korkhova Olga Nikolaevna, graduate, Polesky State University, olmik15@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные показатели внутреннего туризма в Республике Беларусь за 2005-2023 годы, исследованы тенденции, проблемы и перспективы его развития.

**Ключевые слова:** внутренний туризм, выездной туризм, государственное регулирование туризма.

Туризм, являясь одним из направлений развития экономики в современном обществе, позволяет решать широкий круг не только экономических, но и социальных задач, к которым следует отнести решение проблем воспроизводства трудовых ресурсов, увеличения занятости населения, улучшения качества жизни общества и роста благосостояния граждан, а также обеспечения социокультурного развития населения.

При этом, как показывает практика, наиболее проблемным направлением туристической сферы Республики Беларусь является внутренний туризм. Статистический учет туристов, по данным Национального статистического комитета, ведется с 1997 года, но до 2005 года число туристов отражалось в статистике без разделения на внутренний и внешний туризм. Динамика числа туристов, совершающих поездки по Беларуси, представлена на рис. 1 в сопоставлении с показателями выездного туризма.

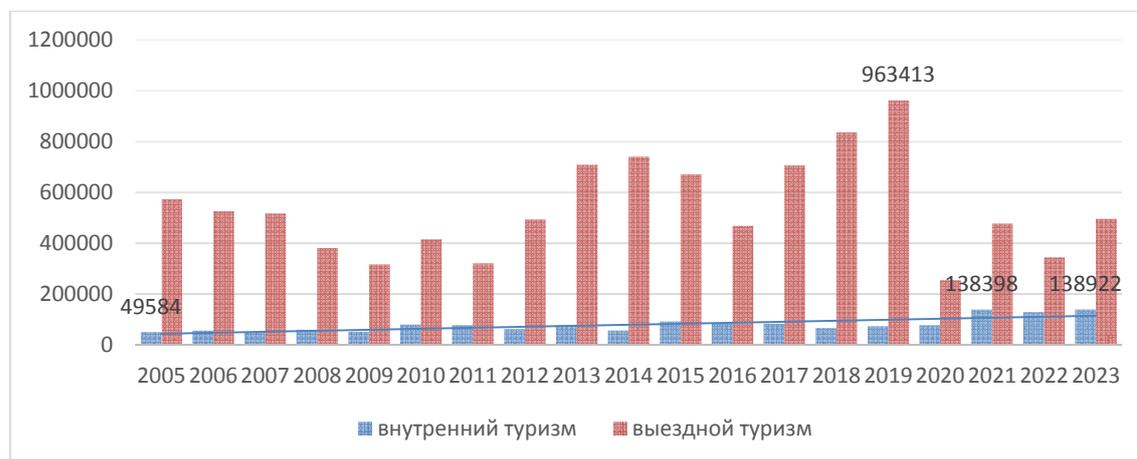
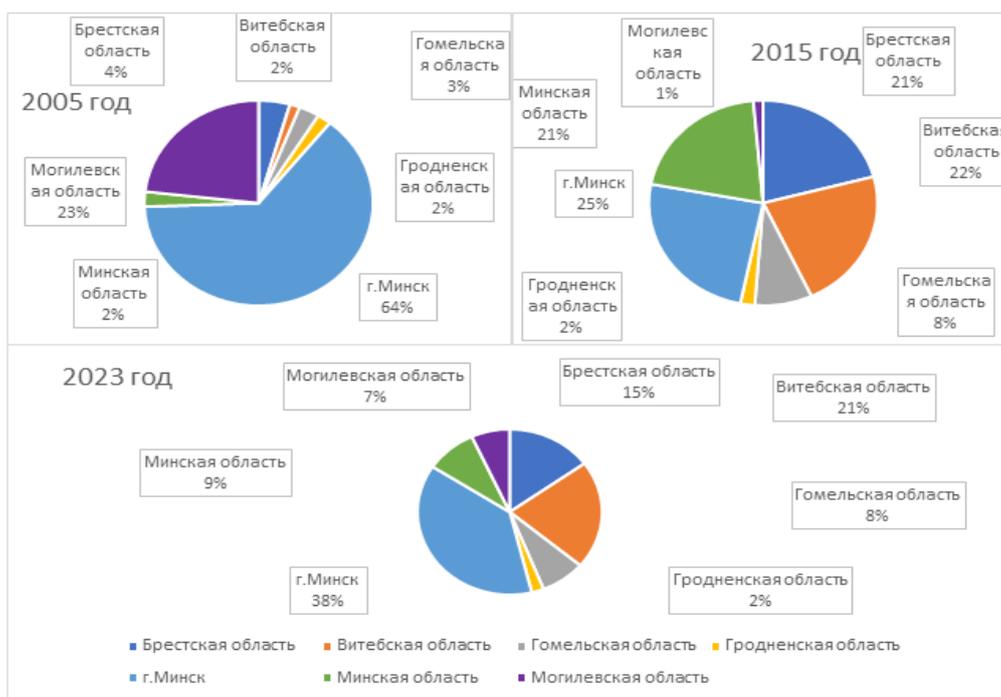


Рисунок 1. – Динамика показателей внутреннего и выездного туризма в Республике Беларусь за 2005-2023 гг.

Как следует из рисунка 1, количественный показатель внутреннего туризма имеет устойчивую тенденцию к росту, число посетителей растет, с 49,6 тыс. в 2005 году до 139,0 тыс. в 2023 году. Наибольший прирост посетителей приходится на период 2021-2023 года. Выездной туризм имеет неустойчивую тенденцию развития, Динамика выезжающих туристов находится под влиянием множества факторов, таких как нестабильность валютных курсов, экономические кризисы, в по-

следнее время – это пандемия и санкционные ограничения в отношении Республики Беларусь. Пик выездного туризма приходится на 2019 год – зарубежные путешествия совершили в этот период более 963 тыс. человек. Ограничения, действующие последние несколько лет, а также экономическая нестабильность, привели к сокращению выездного туризма. В последующие годы наблюдается двукратное падение численности. Однако резкое сокращение числа выезжающих туристов не привело к пропорциональному увеличению показателей внутреннего туризма. Т.е. население страны не сколько меняет привычки и переключается на внутренние поездки, наблюдается тенденция отложенного спроса, когда потребители туристических услуг ждут более благоприятных условий, но не переключаются на другой продукт-заменитель.

Показательно и распределение внутреннего туризма по областям (рис. 2).



**Рисунок 2. – Территориальная структура числа белорусских туристов, путешествующих внутри страны**

На рисунке видно, что произошли значительные изменения. Если в 2005 году 64% всех туристов, путешествующих по Беларуси, были минчанами, а остальные области имели незначительный удельный вес во внутреннем туризме (кроме Могилевской), то в последующие годы эта неравномерность сглаживается, областные туристические фирмы стали более активно работать во внутреннем туризме. Однако проблемной зоной остается Гродненская область - 2-3%, что видно на диаграммах. Кроме того, в 2023 году снова наблюдается рост туристов-минчан на фоне сокращения жителей других областей, исключение составляет Витебская область, демонстрирующая устойчивый рост.

На рис. 3 представлен вклад внутреннего туризма в отдельные показатели статистики туризма.

Из рис. 3 видно, что вклад внутреннего туризма пока весьма невелик. В стоимости оплаченных туров внутренний туризм занимает не более 9% (максимальное значение 9,13% в 2022 году, минимальное – 2,87% - в 2018 году). По численности посетителей вклад внутреннего туризма более весом – показатель вырос с уровня 10-12% в начале периода до 20-21% в течение последней пятилетки. Максимальное значение – 24,12% - обеспечено в 2022 году. Доля внутреннего туризма в оплаченных турах гораздо ниже, чем аналогичный показатель по численности туристов.



**Рисунок 3. – Доля внутреннего туризма в отдельных статистических показателях по туризму в 2010-2023 гг., %**

Это говорит о том, что коммерческим организациям не выгодно продавать туры внутри страны, поскольку они гораздо дешевле зарубежных туров. Это также свидетельствует о необходимости стимулирования развития внутреннего туризма, в том числе через систему государственных дотаций.

Численность экскурсантов, гораздо больше чем туристов, и это отрицательно сказывается на доходах внутреннего туризма. Задачей развития внутреннего туризма является стимулирование граждан Беларуси к более продолжительным путешествиям по стране, экскурсантов желательно переводить в категорию «туристов», организовывая не менее одного ночлега в месте временного пребывания.

Ряд мер уже запланирован на уровне государственного регулирования. Так, Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29.01.2021 № 58 утверждена государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021-2025 годы [2], этот документ содержит отдельный план развития внутреннего туризма, в том числе особое внимание уделяется образовательному и агроэкотуризму. Целевыми задачами развития туристической индустрии являются восстановление туристической отрасли, понесшей наибольшие потери вследствие коронавирусной пандемии, и придание этой сфере нового импульса развития, сосредоточение на формировании культуры отдыха в Беларуси, популяризации отдыха и оздоровления, а также путешествий внутри страны.

Постановлением Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 10.09.2021 № 27 утвержден республиканский туристический конкурс «Познай Беларусь» [3]. Конкурс проводится ежегодно по номинациям с целью содействия развитию внутреннего и международного въездного туризма в Республике Беларусь, консолидации усилий всех государственных органов, организаций, физических лиц, занятых в сфере туризма, и поощрения достижений в развитии туристической индустрии.

Введен в действие новый Закон Республики Беларусь от 11.11.2021 № 129-3 «О туризме». Данным нормативно-правовым актом регулируются общественные отношения, возникающие при осуществлении туристической деятельности, совершении туристических путешествий, экскурсионном обслуживании, организации и обеспечении безопасности в сфере туризма. Принятие закона указывает на значимость для общества и государства такого института, как туризм, определяя туристическую сферу одним из приоритетных направлений государственного развития. При этом консолидация подзаконных нормативно-правовых актов в данной сфере в закон говорит о состоятельности института туризма, наличии сформированных базисных принципов, задач и направлений развития данной сферы, еще раз подчеркивает для общества и государства важность данного направления не только экономического, но социального и культурного развития, требующего серьезного регулирования на государственном уровне.

Советом Министров Республики Беларусь принято Постановление от 11.08.2022 № 523 «Об оказании туристических услуг» [4]. Данным постановлением утверждены правила оказания туристических услуг, которые в свою очередь регулируют порядок оказания туристических услуг и

услуг, связанных с организацией туристического путешествия. В частности правилами, закреплена порядок оказания услуг по перевозке, размещению, экскурсионному обслуживанию, предоставлению информации о субъектах туристической деятельности и оказываемых услугах, порядок оказания туристических услуг, в том числе несовершеннолетним туристам, экскурсантам, туристам и экскурсантам с ограничениями жизнедеятельности, определены порядок изменения и расторжения договора оказания туристических услуг, ответственность сторон. В развитие данного документа принято Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07.12.2022 № 839 «О мерах по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма» [5]. Данным постановлением утверждены Положение «О порядке и условиях создания и функционирования туристических информационных центров, а также их учета», а также Положение «О порядке создания туристических зон».

Основными задачами и функциями туристических информационных центров являются: популяризация внутреннего туризма и международного въездного туризма и развитие сотрудничества с субъектами туристической индустрии и иными юридическими лицами. Положением о порядке создания туристических зон определяется порядок их создания на территории Республики Беларусь. Туристические зоны создаются с учетом предложений местных исполнительных и распорядительных органов, иных юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей. Сбор предложений по созданию туристических зон осуществляет Министерство спорта и туризма.

Однако развитие внутреннего туризма требует более активных действий и мер поддержки, что особенно актуально в условиях замедления экономического роста и нарастания негативных тенденций в ожиданиях населения.

#### **Список использованных источников**

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya\\_statistika/publications/izdania/public\\_brochures/index\\_54359/?sphrase\\_id=20342](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya_statistika/publications/izdania/public_brochures/index_54359/?sphrase_id=20342) – Дата доступа: 04.04.2024.
2. О государственной программе «Беларусь гостеприимная [Электронный ресурс] : указ Президента Республики Беларусь, 29. июл. 2021 № 292 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100058>. – Дата доступа: 05.04.2024.
3. О республиканском туристическом конкурсе «Познай Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, 10 сен. 2021 № 27 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22137187>. – Дата доступа: 06.04.2024.
4. Об оказании туристических услуг [Электронный ресурс] постановление Совета Министров Республики Беларусь, 11 авг. 2022 № 523// Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200839&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 06.04.2024.
5. О мерах по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма [Электронный ресурс] : Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 07 дек. 2022 № 839 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200523>. – Дата доступа: 06.04.2024.

УДК 339.138

#### **ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**Лизакова Роза Алексеевна, к.э.н. доцент**

**Барановичский государственный университет**

Lizakova Rosa Alekseevna, PhD in Economics

Baranovichi State University, roza.gomel@yandex.by

**Аннотация.** Статья содержит перечень основных проблем, которые следует решать современному маркетологу, рассматриваются основные позиции, лежащие в основе составления плана маркетинга, затрагиваются вопросы современной концепции ценообразования по переменным ценам.

**Ключевые слова:** маркетинг, план маркетинга, потребитель, переменная цена

Сегодняшний рынок в любой развитой стране несёт в себе две основные тенденции: рост конкуренции и изменение психологии потребителя. Следовательно, маркетингу надо решать эти проблемы, а цивилизованный путь решения на современном этапе только один – завоевать и удержать клиента.

Цели современного маркетинга отличаются от тех, которые были актуальными несколько десятков лет назад. Если раньше маркетологи стремились продать продукт и не учитывали интересы потребителя, то сегодня тщательно отслеживаются и углублённо анализируются все потребности потенциальных покупателей и их желания. Клиентам предлагается именно то, что им интересно, что удовлетворяет запросы. В книге «Великолепный маркетинг. Что знают и делают лучшие маркетологи» автор пишет о трёх основах, лежащих при составлении любого маркетингового плана: качество отношений с клиентами; цена стала переменной нового времени; способность принести существующим и потенциальным клиентам хорошие новости [1].

Следует отметить, что, в первую очередь, здесь отмечается аспект планирования маркетинга, то есть составление маркетинговых планов. Не смотря на турбулентность внешней маркетинговой среды, которая заставляет вносить корректировки в планы, непрерывное планирование на всех уровнях является обязательным условием для выживания любой организации на рынке. Поэтому тезис «упреждающая адаптивность к изменениям внешней маркетинговой среды» стал основным в работе современного маркетолога. И разработка маркетинговых стратегий – это важнейшая составляющая системы управления всей организацией.

Качество отношений с клиентами строится на добросовестности производителя. Так, если качество услуг или продукции достойное и соответствует изначально заявленному уровню, то спрос однозначно будет. Когда ожидания покупателей расходятся с реальностью, то страдают имидж организации-производителя и её финансовое положение. Если производитель в условиях высокой конкуренции и перенасыщенности рынка будет стремиться только к извлечению большей прибыли, то это может привести к краху. И поэтому современные маркетологи делают ставку на удовлетворение потребностей. Они пытаются заинтересовать, взбодрить представителей целевой аудитории, стимулировать их на покупки. Отсюда вытекают и задачи маркетинга в современном мире. Во-первых, анализ сегментов целевой аудитории: необходимо выяснить ту потребность клиента, за удовлетворение которой он готов заплатить деньги. Во-вторых, формирование спроса на товар, который не только уже выпущен и выходит на рынок, но и на тот, который предполагается выпускать. В-третьих, построение взаимовыгодных связей: формирование и реализация программы лояльности.

Чтобы решить такие задачи, следует учесть. Во-первых, стабильную важность рекламы. Именно маркетинговые современные технологии помогают налаживать продуктивное сотрудничество за счёт построения связей между сотрудниками организации и её клиентами. Покупатели, которым нравится конкретный бренд, общаются с работниками более открыто. Забота о потребителях позволит выяснить, как именно клиенты хотели бы выстраивать взаимодействие с компанией. Во-вторых, важен такой аспект как вовлеченность. Сегодня, сделав один клик компьютерной мышкой, можно повлиять на развитие определённой ситуации. И клиенты могут быть активными, заинтересованными в участии в разных процессах.

На белорусском рынке на сегодня практически сложились две группы покупателей относительно восприятия маркетинговых, в частности коммуникационных, технологий: традиционные (телевидение, различные СМИ, радиостанции) и современные, основанные на цифровых технологиях. Следовательно, современный маркетинг предполагает учитывать интересы тех и других потребителей.

Возвращаясь к пункту, что цена – это переменная времени, следует отметить, что важность цены в комплексе маркетинга сложно переоценить, т.к. это единственный элемент, который приносит доход в отличие от трёх других. Влияние времени чётко играет на величину устанавливаемой цены товара, если вспомнить о ценовых решениях на каждом из этапов жизненного цикла товара. Современный маркетинг ставит перед маркетологом внедрения концепции, так называемых переменных цен. Отношение к ним, с точки зрения экономистов, не однозначное. Переменные цены – это достаточно многоаспектная концепция, которая предлагает производителю возможность оптимизировать доход, персонализировать предложения и реагировать на динамику рынка. В первую очередь – это тактическое планирование, которое позволяет производителю корректиро-

вать цены, исходя из воздействия таких факторов, как конкуренция, спрос, сезонность, отношение потребителя к товару. В принципе отдельные подходы к такому ценообразованию известны давно и применялись при таких состояниях спроса на рынке, как нерегулярный спрос (синхронный маркетинг) или пассивный спрос (стимулирующий маркетинг). Но в последнее время идёт речь о формировании концепции переменных цен на основе механизма прозрачности ценообразования. Считается, что это может быть полезно как для производителя, так и для потребителя. Для производителя крайне важно поддерживать прозрачность и этические методы при формировании цены для повышения доверия и обеспечения положительного качества обслуживания клиентов. Переменные цены предполагают персонализацию предложений для потребителей, то есть даётся предложение для отдельных клиентов, когда цены адаптированы на основе конкретных характеристик или предпочтений. Этот подход признает, что у каждого клиента есть уникальные потребности и готовность платить за их удовлетворение. Например, интернет-магазины могут предлагать персонализированные скидки или рекламные акции на основе истории просмотра клиента, поведения покупки или демографической информации. Переменные цены являются динамичными по своей природе. Цены могут быстро меняться в зависимости от условий рынка в реальном времени, что позволяет предприятиям быстро реагировать на изменения в спросе или предложении. Платформы для совместного использования поездок, такие как Uber, применяют динамические цены для корректировки тарифов в зависимости от таких факторов, как заторы на дорогах или высокий спрос в часы пик. Это гарантирует, что цены остаются справедливыми и отражающими текущие рыночные условия [2].

Дискриминационные цены – это тоже переменные цены, где разные клиенты имеют различные цены за один и тот же продукт или услуга. Такая практика направлена на то, чтобы извлечь максимальную прибыль от потребителей путём назначения более высоких цен для клиентов с более высокой готовностью платить. Например, многоуровневая структура ценообразования, часто встречается в подписке на программное обеспечение, где клиенты могут выбирать различные уровни обслуживания в зависимости от их потребностей и бюджета.

Как практически любой экономической механизм, стратегия переменных цен имеет свои преимущества и недостатки. Для производителя использование такой ценовой стратегии позволяет оптимизировать свои доходы и максимизировать прибыльность. Однако, когда цены колеблются непредсказуемо, то у потребителя это может привести к ощущению несправедливости, что как следствие приведёт к снижению лояльности с его стороны. Прозрачность и чёткое общение со стороны производителя имеют решающее значение для решения этих проблем и поддержания доверия потребителей. Также имеются и этические соображения. Производитель должен гарантировать, что их практика ценообразования не является дискриминационной и что она прозрачна в отношении факторов, влияющих на изменения цен. Установление баланса между максимизацией прибыли и поддержанием справедливости имеет важное значение для построения прочных отношений с клиентами и позволяет избежать обратной реакции негативного характера.

Положительное влияние на потребителя стратегия переменных цен может оказать как в материальном аспекте, то есть экономия денег (приобретение товаров в не сезон, использование услуг в непиковое время), так и социальном, например, при доступных ценах приобретать услуги оздоровительного характера. С другой стороны, такие цены могут вызвать и негативную реакцию при ярко выраженных дискриминационных ценах.

Следовательно, прозрачность при формировании переменных цен – это обязательное условие при использовании данной ценовой концепции. Механизм предоставления информации о переменных ценах со стороны производителя может быть различным, например, предоставление чёткой информации о факторах, которые влияют на цены и предлагается объяснение того, почему цены могут варьироваться. Если отель взимает различные цены в зависимости от спроса, он должен чётко сообщить об этом потребителям и предоставить информацию о том, как они могут воспользоваться преимуществами более низких цен.

Рассмотрим третью составляющую позиции вершины маркетингового плана – способность донести существующим и потенциальным клиентам хорошие новости. Шумы (барьеры), возникающие в коммуникационных потоках при передаче информации от отправителя к получателю существовали всегда, а в эпоху большого количества средств передачи информационного потока за-

глушающие барьеры стали ещё выше. Проблема также может заключаться и в том, что потребителю просто стал уже не интересен какой-либо бренд.

Проблемы передачи информации классически разделяются на три уровня. Синтаксический уровень самый низкий, здесь вопрос идёт о технических проблемах (тип носителя и способ представления информации, скорость передачи и обработки, размеры кодов представления информации, надёжность и точность преобразования этих кодов), а смысловая составляющая значения не имеет. Семантический уровень связан с формализацией и учётом смысла передаваемой информации. Проблемы этого уровня чрезвычайно сложны, так как смысловое содержание информации больше зависит от получателя, чем от семантики сообщения, представленного на каком-либо языке. Прагматический уровень характеризует последствия от получения и использования данной информации потребителем [3]. Проблемы этого уровня связаны с определением ценности и полезности информации для потребителя. Сложность состоит в том, что ценность информации может быть совершенно различной для различных получателей, не говоря уже о сроках её получения. Поэтому процесс позиционирования товара (бренда) в сознании потребителя занимает в современном маркетинге основное место. И здесь очень важна обратная связь с потребителем. Современные информационные технологии позволяют это сделать в коротком временном отрезке. Сегодня есть разные способы напрямую взаимодействовать с клиентами, налаживать с ними обратную связь, предоставлять клиентам полезную информацию. К таким методам продуктивного общения относятся различные форумы, видеобзоры, интервью, социальные сети, сайты отзывов, системы рейтингов, call-центры. Сведения от клиентов помогут в продвижении услуг или товаров. Современный маркетинг смотрит на любые отклики потребителей, как на положительный момент. И негативный отклик воспринимается сейчас как помощь в улучшении позиций на потребительском рынке.

Таким образом, решение рассмотренных выше задач позволит достичь основной цели маркетинга (получение прибыли), которая на современном этапе развития рынка и сложившегося уровня потребительского спроса может быть достигнута посредством: привлечение внимания потребителей, повышение узнаваемости бренда, увеличение продаж (увеличения количества клиентов, увеличения количества продаж на одного клиента или увеличения среднего чека), повышение лояльности клиентов.

#### **Список использованных источников**

1. Холл Р. Великолепный маркетинг: что знают, делают и говорят лучшие маркетологи. СПб.: ИГ»Весь», 2013. – 224 с.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mybook.ru/author/richard-holl/velikolepnyj-marketing-chno-znaut-delayut-i-govor/read/?page=2>: Дата доступа: 4.04.2024
2. Концепция переменных цен. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fastercapital.com/> Дата доступа: 10.04.2024
3. Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/> Дата доступа: 13.04.2024

УДК 659.1

### **СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ**

**Нишнева Дарья Александровна, магистрант**

**Институт современных знаний имени А.М. Широкова, Минск**

Nizhneva Daria Alexandrovna, Master's student

Institute of Modern Knowledge named after A.M. Shirokov, [dasha.english.ital@gmail.com](mailto:dasha.english.ital@gmail.com)

**Аннотация.** Статья содержит обоснование роли социальной рекламы в решении проблем современного общества. Показано основное отличие социальной рекламы от коммерческой. Социальная реклама является средством передачи информации в обществе, а также средством социализации современного человека, важным фактором в формировании реакций и установок личности. Обосновывается, что целью социальной рекламы можно считать изменение установок человека относительно тех или других проблемных явлений в обществе, побуждение его к действию.

**Ключевые слова:** человек, общество, социальная и коммерческая реклама, коммуникация, мировоззрение, информирование, социальные проблемы, задачи социальной рекламы.

Реклама направлена на распространение рекламных сообщений о конкретном объекте с целью привлечения соответствующей целевой аудитории [1]. Наиболее полное определение функционального стиля рекламы предложил М. М. Кохтев. Он отметил, что есть реклама – это одно из средств информирования людей разными способами, чтобы создать широкую известность почему-либо кому-либо [2, с. 3].

К. И. Иванова в книге «Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов» рассматривает несколько подходов при создании текста: фактический, подход с вымыслом, эмоциональный, сравнительный [3, с. 11].

Социальная реклама выявляет социальные проблемы и информирует о них, но не пытается предложить немедленные решения. Социальная реклама не продвигает какие-либо товары, фирмы или услуги; ее основная цель – пробудить чувство ответственности или заставить людей изменить свое поведение и установки.

В отличие от коммерческой, социальная реклама не содержит новой информации, напротив, она возникает в обществе и отражает те процессы, которые происходят внутри него [4].

Исследователи дают разное определение социальной рекламе (таблица).

Таблица – Значение термина «социальная реклама»

М. Пискунова	форма общественной рефлексии, как осознание гражданской ответственности, как показатель мужества и честности не только осознать социальные проблемы, но и призывать к решению, используя один из самых современных каналов коммуникации, – рекламный [5].
Г. Николайшвили	это вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к актуальным проблемам общества и его моральных ценностей, направлен на актуализацию проблем общества [6, с. 8].
С. Мориарти	PSA (public service announcement) – тип связей с общественностью, занимающейся вопросами общественного благосостояния, обычно на безвозмездной основе [7, с. 539].

Примечание – Источник: составлено автором на основе [5; 6; 7].

Социальная реклама предлагает мощные модели поведения, призванные изменить ценностную структуру жизненного пространства личности, формировать его новые жизненные ориентиры и преобразовать часть мировоззрения, как отдельного индивида, так и общества в целом. Социальная реклама, направленная на интервенцию в процесс регулирования проблем общества, всегда побуждает целевую аудиторию сделать осознанный личный выбор – придерживаться модели поведения, которую она предлагает, или нет [8]. Для этого социальная реклама должна обладать определенным потенциалом.

К элементам такого потенциала социальной рекламы, которые должны вводиться в действие комплексно и сбалансированно, можно отнести доминирующую тему рекламного сообщения, которая может раскрываться в нескольких версиях: поведенческую цель; эмоциональный тон рекламного сообщения; особенности (характеристики) реализации рекламного замысла (например, рекомендации по умеренному употреблению алкоголя, стилевые характеристики социальной рекламы (личные показания, анимация, моделирование процессов заболевания или медицинских процедур, использование актеров для драматизации сценария и использование экспертов для передачи фактической информации)); дифференциацию рекламных сообщений в зависимости от их целевой аудитории.

Социальная реклама не может решить все социальные проблемы, которые существуют в современном обществе, но в то же время она способна привлечь внимание и изменить взгляды на актуальные «болезни» общества. При этом важно, что именно применение этого инструмента обнаружения и регулирования социальных проблем способствует привлечению к влиянию на них не только государства, но и широкой общественности. Следовательно, это способствует укреплению общества. Современный российский исследователь С. Селиверстов считает, что главной целью социальной рекламы является «не клеймить проблему, а вытащить / вывести индивида из ее круга» [8, с. 35].

Социальная реклама затрагивает бесконечное количество тем, начиная от здравоохранения, экологических проблем, прав человека и заканчивая социальным взаимодействием. Следующие темы часто используются в социальных кампаниях: гендерное равенство; права человека; права детей; последствия курения, употребление алкоголя или наркотиков для здоровья; ожирение как проблема заболевания и нездоровый образ жизни; заболевания, передаваемые половым путем, и варианты профилактики; рак, психологические расстройства, психическая или физическая инвалидность; донорство крови; жестокое обращение с животными; насилие в семье; политическое насилие и террор; этика; демократия; ксенофобия, расизм; благотворительность; переработка отходов, загрязнение окружающей среды; уничтожение тропических лесов, вымирание видов; важность образования.

Социальная реклама отличается от коммерческой рекламы несколькими моментами.

Во-первых, это измеримость. Результаты коммерческой рекламы могут быть относительно хорошо измеримы, например, путем определения результатов продаж продвигаемого продукта, в то время как результаты социальной рекламы определить трудно. Эффективность социальной рекламы направленной против расизма или бытового насилия, определить гораздо сложнее.

Второе существенное отличие – это цена социальной рекламы. В то время как коммерческие рекламные агентства позволяют себе платить за свои услуги действительно большие суммы денег, социальная реклама часто проводится бесплатно [9].

Сегодня реклама как обязательная часть рыночной экономики является одним из наиболее влиятельных средств передачи информации в обществе. Именно социальная реклама является средством социализации современного человека, важным фактором в формировании реакций и установок личности, а ведущая ее функция заключается в поднятии социальных проблем, как значимых для общества в целом, так и требующих немедленного решения. Большинство ученых соглашались с мнением, что социальная реклама является одним из эффективных образовательных мероприятий, направленных на большую аудиторию, также она имеет сильное мотивационное влияние.

Влияя на поведение людей, реклама способна внести свои изменения и коррективы в массовое сознание, и восприятие общественных явлений. Социальная реклама может делать это на двух уровнях.

Первый уровень – инструментальный – демонстрация желаемых для общества образцов поведения («Не превышай скорость!», «Соблюдай правила дорожного движения!», «Не пей!» и т. д.).

Второй уровень – идейно-ценностный уровень, на котором утверждается определенный образец стратегического отношения к жизни, в которую встроено соответствующее поведение априори (вести здоровый образ жизни). С точки зрения психологии социальную рекламу рассматривают как воздействие на человека, изучая степень ее эффективности и положительную или отрицательную роль во влиянии на индивидов [10].

Специфика социологических подходов к анализу социальной рекламы заключается в исследовании ее роли в установлении в обществе ценностных приоритетов, ее способности влиять на отношения между различными социальными группами, определении потенциала социальной рекламы в информировании общества о наличии общественных проблем, побуждении к действиям, направленным на их урегулирование.

Как коммуникативная технология социальная реклама использует ряд методов воздействия на целевую аудиторию, что помогает ей корректировать поведение отдельного человека или группы в желаемом для общества направлении ради регулирования социальной проблемы допустимыми в обществе способами. Сила реакции реципиента на ту или иную проблему полностью зависит от мастерства создателя рекламы привлечь внимание адресата. Отсюда вытекает главная функция рекламного сообщения – побудить реципиента (читателя / зрителя) к определенным действиям.

Выделяют два уровня социальной рекламы: тактический и стратегический.

Тактический уровень – реклама, призванная ввести или закрепить конкретные правила и нормы поведения, предлагается набор действий, тактический ход, алгоритмизация деятельности в определенной ситуации.

Стратегический уровень – реклама ориентирована на формирование стратегического отношения к жизни, миру, вырисовывает желаемую картину действительности, такая реклама предназначена легитимизировать имеющиеся или предлагаемые моральные и поведенческие нормы.

Таким образом, социальная реклама – это средство общения через средства массовой информации, целью которого можно считать изменение установок человека относительно тех или других проблемных явлений в обществе. Она направлена не только на привлечение внимания к социальным бедам, но и предлагает варианты решения этих проблем, а также побуждает к действиям широкий круг граждан.

#### **Список использованных источников**

1. Усольцева, С. Ю. Сравнительный анализ лингвостилистических особенностей текстов реклам / С. Ю. Усольцева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.imi-samara.ru/wp-content/uploads/2020/09/%D0%A3%D1%81%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%86%D0%B5%D0%B2%D0%B0\\_89\\_92.pdf](https://www.imi-samara.ru/wp-content/uploads/2020/09/%D0%A3%D1%81%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%86%D0%B5%D0%B2%D0%B0_89_92.pdf) . – Дата обращения: 1.09.2023.
2. Кохтев, Н. Н. Реклама: искусство слова: рекомендации для составителей рекламных текстов / Н. Н. Кохтев. – Об. : МГУ, 1997. – 93 с.
3. Иванова, К. А. Копирайтинг. Секреты создания рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. – СПб. : Питер, 2005. – С. 122–130.
4. Талипова, Г. Ш. Возможности формирования общественного мнения механизмами социальной рекламы / Г. Ш. Талипова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.tisbi.ru/science/vestnik/2000/issue2/18.php](http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2000/issue2/18.php). – Дата обращения: 17.09.2023.
5. Пейсахова, Д. Э. Функции социальной рекламы в обществе / Д. Э. Пейсахова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-sotsialnoy-reklamy-v-obschestve/viewer>. – Дата обращения: 17.09.2023.
6. Николайшвили, Г. Г. Социальная реклама: Теория и практика / Г. Г. Николайшвили. – Москва : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
7. Sandra, E. M. Advertising: Principles & Practice / M. Sandra Ernst, J. Burnet, W. Wells. – N. J. : Pearson/Prentice Hall, 2014. – 577 p.
8. Селиверстов, С. Э. Социальная реклама: искусство воздействия / С. Э. Селиверстов. – Самара : Бахрах-М, 2006. – 287 с.
9. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Л. М. Дмитриева. – Москва : Юнити-Дана, 2009. – С. 127–128.
10. Андреев, К. О. Особенности восприятия социальной рекламы в контексте социального познания молодого поколения. Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – №8 (16), 2012, [www.sisp.nkras.ru](http://www.sisp.nkras.ru)

УДК 338

### **РОЛИ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ И КУЛЬТУРЫ И ИХ ТЕНДЕНЦИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

**Прокопец Т.Н., к.э.н., доцент**

**Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)**

В современном мире отельный бизнес занимает лидирующие позиции в сфере развития индустрии гостеприимства. В нынешнем гостиничном рынке многие руководители задумываются о важности разработки в организации корпоративной политики и корпоративной культуры. Это связано с тем, что российский бизнес переходит на новый этап развития, который характеризуется поиском путей повышения эффективности использования имеющихся ресурсов, в том числе и самого персонала.

Значение корпоративной политики и культуры для развивающейся организации или государственной структуры определяется рядом факторов: а) внутриорганизационная корпоративное управление формирует ответственность и сознание персонала компании, выполняет поставленные перед ней задачи; б) корпоративная политика и культура занимают формирование у сотрудников ощущения надежности самой организации и своего места в ней, осуществляют функцию структурирования социальной защищенности у персонала; в) корпоративная культура предоставляет сотрудникам организационную идентичность, определяет групповые представления о компании, являясь главным источником стабильности и развития; г) знание основных идей корпоративной политики и культуры своей организации может помочь новым членам коллектива правильно оценить происходящее в ее структуре, делая акцент на главных принципах организационной рабо-

ты. Корпоративная политика и культура оказывают значительное влияние, как на отдельных сотрудников, так и на организацию в целом, выступая таким фактором, который осуществляет большое влияние на внутреннюю жизнь и управления структурой компании. Корпоративное управление способно поддерживать и ориентировать на выполнение долгосрочных корпоративных целей, на определенный алгоритм поведения и действий путем воздействия на образ поведения и мыслей. [1, с. 270]

Организация, которая развивается согласно заданному вектору и основам корпоративных отношений заведомо имеет больше шансов на успех. Команда, объединенная общими ценностями, взаимоуважением, мотивацией и заранее продуманных решениями, всегда будет достигать целей и приносить прибыль быстрее. Почему?

- Во-первых, наличие грамотно выстроенной корпоративной культуры располагает к доверительным отношениям с клиентами и партнерами, а также привлекает потенциальных сотрудников.
- Во-вторых, коллектив чувствует себя причастным к общему делу и цели. Сотрудники чувствуют свою значимость, это их мотивирует и вдохновляет на продуктивную командную работу.
- В-третьих, корпоративные ценности помогают сотрудникам быстрее и качественнее влиться в коллектив и рабочий процесс.

Таким образом, на производственные показатели деятельности организации напрямую влияют корпоративная политика и корпоративная культура. Многие ученые утверждают, что эффективное корпоративное управление организацией отличают такие характеристики, как слаженность, взаимодействие; удовлетворение работой и гордость за её результаты; преданность организации и готовность соответствовать её высоким стандартам; требовательность к качеству труда; готовность к переменам, вызванным прогрессом и конкурентной борьбой, невзирая на трудности и бюрократические препоны. [2, с. 96]

О. В. Троицкая выделяет наиболее действенные способы управления корпоративной культурой: пропаганда корпоративных ценностей через внутриорганизационные и внешние средства коммуникации (газеты, журналы, социальные сети); воплощение декларируемых ценностей в поведении организационных лидеров (как формального, так и неформального, как в повседневных, так и в кризисных ситуациях); формирование соответствующей системы распределения вознаграждений, должностей и статусов; подбор и социализация новых работников. [9, с. 14-19]

М. Магура выделяет методы поддержания и укрепления корпоративной культуры: поведение руководителя; реакция руководства на поведение работников в критических ситуациях; обучение персонала; система стимулирования; критерии отбора в организацию; организационные традиции и порядки; широкое внедрение корпоративной символики и другие. [7, с. 24-29]

А. Л. Слободской и О. Л. Касьяненко считают, что целенаправленное формирование корпоративной культуры позволяет эффективно использовать человеческие ресурсы компании для реализации её стратегии, повысить уровень управляемости компанией, усилить сплочённость и трудовую мотивацию команды. [4, с. 192]

Согласно Э. Шейну, на каждом этапе формирования культуры должны применяться различные механизмы и технологии её изменения. Например, при создании предприятия и формировании новой культуры механизмами могут быть: внимание, контроль и вознаграждение со стороны лидера, поведение лидеров, достойное подражанию, и т. д. [5, с. 336]

Н. Смирнова отмечает, что политика предприятия в отношении корпоративной культуры выражается не только в формулировании официальных ценностей, но и в конкретных мероприятиях, проводимых фирмой, направленных на формирование у сотрудников идентичности с предприятием. [3, с. 70-88]

Не существует единой верной точки зрения по правильному формированию, управлению и выражению корпоративной культуры. Ученые определяют трактовки в зависимости от ряда факторов: кто-то особое внимание в корпоративной культуре отводит проводимым на сплочение мероприятиям, а кто-то утверждает, что всё зависит от позиции и действий лидера.

Целенаправленное развитие корпоративной культуры, способствующей формированию корпоративной идентичности сотрудников, позволит эффективно использовать человеческие ресурсы компании для реализации её стратегии, повысить уровень управляемости компанией, усилить сплочённость команды, использовать корпоративные ценности как стратегический мотивирую-

щий фактор, направляющий сотрудников на достижение общеорганизационных целей. [6, с.114-123]

Глобальные перемены последних лет кардинально перевернули представления и о работе, и о жизни в целом. Новые технологии, новые запросы общества, новые поколения специалистов с новым мышлением – все это не могло не отразиться на корпоративной политике и культуре компаний.

Последние годы в корпоративной политике и культуре в частности наблюдается тенденция на цифровизацию. Практика показывает, что большую часть процессов можно оцифровать:

- найм новых сотрудников;
- адаптация в компании;
- образование персонала;
- развитие команд;
- проведение корпоративных мероприятий для поддержания уровня коммуникации и культуры;

- обязательные процессы кадрового документооборота и многое другое. [8, с. 18-34]

Так, в компаниях могут применяться: искусственный интеллект в процессе сорсинга, чат-боты, оказывающие неоценимую помощь в процессе адаптации сотрудников; автоматизированы процессы hr-запросов, требующие нескольких этапов согласования, процесс адаптации, включающий в себя несколько сценариев для разных позиций с элементами геймификации. [10]

Вторая важная и модная тенденция – поддержание work-life balance. Помощь сотрудникам в обнаружении их собственного баланса между работой и жизнью является очень важным шагом на пути повышения лояльности сотрудников к компании. Это может быть сделано как путем внутренних коммуникаций между руководителями и сотрудниками, так и путем привлечения таких специалистов, как коучи, тренеры, корпоративные психологи. У сотрудника, нашедшего свой work-life balance внутри компании, будет гораздо меньше мотивов и поводов попытаться найти его где-то еще. [12]

График работы – принцип «Task-oriented schedule». В современных условиях при работе в гибридном или удаленном графике в компаниях нет никаких инструментов для отслеживания рабочего времени сотрудников, задачи выполняются в комфортном графике и режиме, но, разумеется, с соблюдением сроков и качества их выполнения.

Нельзя не отметить, что на тенденции в подходах к построению корпоративной политики и культуры значительное влияние оказал широкий доступ к информации. У людей появилась возможность сравнивать, изучить опыт других, более развитых компаний, где гуманистический подход в вопросе командообразования применяется уже десятилетия. Кроме того, влияют смена поколений и возможности работать из любой точки мира. Люди стали свободнее, у них появилась возможность видеть большое количество контекстов и вариантов.

Лучшие идут на интересные проекты, гибкость, эмпатию, возможность творческой реализации, причем такой реализации хотят представители даже, на первый взгляд, совсем не творческих профессий.

Сейчас эффективные лидеры применяют коучинговый подход в управлении, где главный принцип «со всеми все ОК», где совещания проводятся не по принципу прямой речи руководителя, а по принципу вовлечения всей команды. И, пожалуй, это самые эффективные инструменты на сегодняшний день.

Тренды в управлении корпоративной культурой в 2023 году:

- обучение;
- доверие;
- коммуникация;
- сильная корпоративная культура;
- идентичность и уникальность;
- творчество и креатив;
- команды по принципу сообщества;
- готовность к переменам/гибкость;
- долгосрочная мотивация [11]

Таким образом, разработка и реализация корпоративной политики и корпоративной культуры организации позволяет повысить эффективность ее финансово-хозяйственной деятельности и конкурентоспособность, оказывает влияние на эффективность работы предприятия, повышая сплоченность сотрудников, увеличивая производительность, способствуя развитию трудовой дисциплины, мотивации и взаимодействию сотрудников, обеспечивает достижение целей организации.

#### Список использованных источников

1. Кукура С.П. Теория корпоративного управления / С.П. Кукура. - М.: Инфра-М, 2014. - 270 с.
2. Лапина Т.А. Корпоративная культура: учеб-метод. пособие – Омск: Изд-во ОмГУ, 2015. – 96 с.
3. Смирнова, Н. Организационная культура промышленных предприятий: исследование немецкого строительного концерна / Н. Смирнова // Экон. социология. – 2013. – Т. 6, № 3. – С. 70–88
4. Солободской, А. Л. Организационная культура: учеб. пособие / А. Л. Солободской, О. А. Касьяненко. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. – 192 с.
5. Шейн, Э. Г. Организационная культура и лидерство / Э. Г. Шейн. – СПб.: Питер, 2014. – 336 с.
6. Верц С.В. Влияние корпоративной культуры на формирование внутреннего корпоративного имиджа / С.В. Верц // Экономика труда. - №2. - 2014. - С.114-123.
7. Магура, М. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М. Магура // Управление персоналом. 2014. – № 1. – С. 24–29.
8. Магура М. Корпоративная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М. Магура // Управление персоналом. - №1. - 2021. - С.18-34.
9. Троицкая, О. В. Процесс подбора кадров как методы управления организационной культурой / О. В. Троицкая // Ломоносовские чтения. Аспиранты. – 2018. – Т. 2. – С. 14–19.
10. Байнакова М.Е., Чуланова О.Л. Модель интеграции искусственного интеллекта в систему адаптации персонала // УПИРР. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-integratsii-iskusstvennogo-intellekta-v-sistemu-adaptatsii-personala> (дата обращения: 15.10.2023).
11. Прокачество, международный форум, режим URL: <https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/instrumenty-menedzhmenta/trendy-v-postroenii-korporativnoy-kultury-v-2023-godu/> (дата обращения 18.10.2023)
12. VC.ru Неочевидный плюс поддержания work-life balance сотрудников, режим URL: <https://vc.ru/hr/489131-neochevidnyy-plyus-podderzhaniya-work-life-balance-sotrudnikov> (дата обращения: 19.10.2023)

УДК 338

### ВОЗМОЖНОСТИ И ИНИЦИАТИВЫ ТОС В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Рожнева Инга Владимировна, старший преподаватель

Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет

Rozhneva Inga Vladimirovna, Senior Lecturer,

Perm State Humanitarian Pedagogical University, rozhnyova\_iv@pspu.ru

**Аннотация.** В данной статье рассматривается Территориальное общественное самоуправление как инструмент развития сельского туризма и предлагается механизм разработки эффективного туристского продукта.

**Ключевые слова:** территориальное общественное самоуправление, туризм, культура, меры поддержки, сельский туризм

Тема, поднятая в статье, является актуальной, так как на данный момент одной из главных задач культурной политики России является сохранение нематериального культурного наследия. В текущих социально-экономических условиях, которые вызваны, в том числе, последствиями пандемии, повышается вероятность утраты отдельными территориями своей идентичности, по причине невозможности сохранения народных традиций.

Санкции, наложенные на Россию, и последствия пандемии привели к тому, что государство начало уделять больше внимания развитию внутреннего туризма. При этом, в числе остальных, акцент делается на развитии культурно-познавательного и событийного туризма (Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»). Такая сфера деятельности как туризм вносит существенный вклад в обеспечение устойчивого социально-экономического развития и стабильности регионов.

Одним из агентов, который может оказывать влияние на решение социально – экономических вопросов территорий, является территориальное общественное самоуправление<sup>5</sup> (далее в тексте - ТОС).

ТОСы могут принимать активное участие в создании центров притяжения и точек роста, используя потенциал своей территории. Как пример, рассмотрим ТОС «Кимжа», расположенное Архангельской области. В 2004 году участниками ТОСа был разработан проект «Самые северные мельницы в мире», который послужил началом популяризации небольшой территории. В настоящее время деревня Кимжа является одним из популярных туристических направлений, и в ТОС «Кимжа» сохранены такие народные ремесла, как ткачество, гончарный промысел, валяние из шерсти, а туристический продукт включает в себя следующие элементы:

- услуги по размещению в гостевом доме от индивидуального предпринимателя;
- культурная программа с выступлением фольклорного ансамбля в музее крестьянского быта;
- мезенское угощение в кафе с традиционной кухней;
- экскурсии по деревне от представителей ТОС.

В 2022 году, ТОС «Вышка – 2», расположенный в городе Пермь, разработал и реализовал проект «Жить высоко и красиво! Туристический маршрут микрорайона «Вышка – 2». Помимо разработанного маршрута по достопримечательностям микрорайона, туристический продукт включает в себя буклет, разработанный на основе исторических материалов, и проведение экскурсий членами ТОС.

Этнографический тур «Где живут Батыры?» был разработан и реализован ТОС «Баш – Култаево» в 2023 году. Село Башкултаево, находящееся в Пермском крае, известно своим необычным памятником, установленным в память о дореволюционных воинах и павших во время Великой отечественной войны – «Шлемом Батыра». Памятник представляет собой ажурную семиметровую конструкцию (шлем сплетен из 12 тысяч металлических колец). Помимо экскурсии к «Шлему Батыра», тур включает в себя танцевальный мастер – класс, экскурсии в сельский музей и по селу, чаепитие с национальной выпечкой.

Е.Б.Дягилева [2] в своей работе рассматривала возможности и инициативы ТОС в сельском туризме на пример Архангельской области. В результате своего исследования ей удалось выявить факторы успешности туристского продукта, который изначально являлся проектом ТОС. К ним относятся: знания, финансы, информационное сопровождение проекта на всех этапах, команда единомышленников проекта, четко сформулированная цель проекта и общее видение результата, описание желаемого продукта, продвижение на рынок, ответственность.

М.В.Петрова [3] обратилась к опыту международной практики реализации туристических проектов местными инициативными группами (МИГ) (которые являются аналогами ТОСов). Проведя анализ программы, направленной на поддержание проектов, реализуемых МИГ, она пришла к выводу, что успешные проекты были основаны на следующих принципах:

- территориальность;
- стратегия реализации проекта определялась самими жителями сельской местности;
- партнерство с государственным, частным и общественным секторами;
- инновационность;
- межсекторный комплексный подход;
- сетевое взаимодействие;
- сотрудничество с другими МИГ.

Исследование проводилось на основе изучения нормативной документации, регламентирующей работу ТОСов, а также осмысления уже существующих практик. При этом были применены такие теоретические методы, как: анализ, сравнение, систематизация и обобщение данных из различных источников. Так же был использован один из эмпирических методов, а именно - изучение опыта (существующих практик) отдельных ТОСов.

---

<sup>5</sup> Одна из форм осуществления населением Российской Федерации своей власти путем непосредственного самоуправления для решения вопросов местного значения на части территории муниципального образования, посредством взаимодействия с органом государственной власти и местного самоуправления [1].

После проведенного анализа литературы, нами было выявлено, что в настоящее время не существует единого механизма, при помощи которого ТОС могли бы разрабатывать туристские продукты. Мы поставили перед собой задачу – разработать и апробировать такой механизм.

Механизм называется «Канва модели «ТОС в туризме», представлен на рисунке.

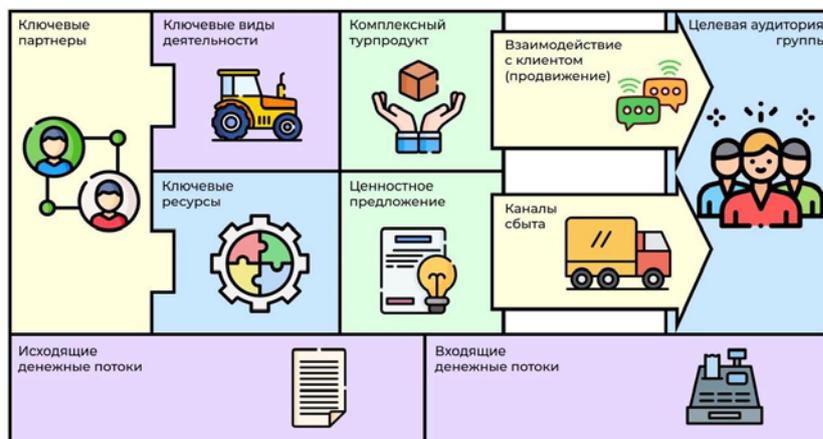


Рисунок – Модель «ТОС в туризме»

Рассмотрим каждый из аспектов подробнее:

1) *Ключевые партнеры*. Они могут предоставить различные виды помощи при реализации проекта. Например, партнер может предоставить оборудование или помещение для проведения мероприятия. Партнерами могут быть глава муниципального образования, директора культурных образований (библиотек, музеев и т.д.), туроператоры и турагенты, профсоюзные организации, местные депутаты, местные жители.

2) *Ключевые виды деятельности и ключевые ресурсы* являются обязательными элементами процесса создания ценности, поддержания отношений с клиентами и выхода на рынок. К *ключевым видам деятельности* относятся: анализ ресурсов и исследование рынка, устранение разрывов между потребностями и реальностью, организация ознакомительных/рекламных пресс – туров, тестирование МЖП<sup>6</sup>, разработка сувенирной продукции, регистрация юридического лица.

*Ключевые ресурсы* включают в себя следующие элементы: когнитивный компонент (знания), лидер, кадры (команда проекта), ресурсы территории (карта ресурсов), цели, задачи и результат.

3) *Взаимодействие с клиентом (продвижение)*. Главной целью продвижения проекта является информирование как можно большего количества людей о существовании и реализации проекта. Чем лучше продвижение – тем дольше жизненный цикл проекта. Продвижение с минимальными затратами может быть осуществлено за счет партнеров. Например, глава муниципального образования будет заинтересован в развитии проекта и говорить о нем на своем уровне, туристические агентства и туроператоры будут размещать информацию о проекте в своих социальных сетях, на своем сайте, в местных СМИ. Также продвижение проекта возможно среди жителей муниципального образования и уже привлеченных клиентов посредством «сарафанного радио».

4) *Каналы сбыта* – это пути, по которым проходят товары/услуги от производителя к потребителю. В рамках туризма к ним относятся: турагенты и туроператоры, сайт и социальные сети проекта, визит – центр.

5) *Продвижение и каналы сбыта проекта* должны быть направлены на его *целевую аудиторию*. Как правило, аудитория сельского туризма обладает следующими признаками:

- 65 % женщин и 35 % мужчин;
- семьи, имеющие, в среднем, по два ребенка;
- люди, ведущие активный спортивный образ жизни, которые стремятся быть ближе к природе и открыты всему новому;

<sup>6</sup> Минимально жизнеспособный продукт

- 37 % сельских туристов – это люди в возрасте от 35 до 49 лет, остальная часть – это молодые люди в возрасте от 20 до 35 лет, которые мечтают о деревенской романтике, и старшее поколение, которое хочет отдохнуть от суеты большого города;
- семьи с высоким уровнем дохода, проживающие в крупных городах, а также семейные пары пенсионного возраста.

6) Когда производителю товара/услуги платят за его труд, это является *входящим денежным потоком*. Для проектов ТОС таким видом денежных потоков могут являться: гранты и субсидии для НКО, гранты для физических лиц, гранты и субсидии для СМСП и самозанятых, инициативное бюджетирование, ресурсы доноров (вклад жителей, клиентов, хозяйствующих субъектов).

7) *Исходящий денежный поток* – это любые денежные средства, которые будут потрачены во время реализации проекта, в частности на: модернизацию, строительство, ремонт и реконструкцию туристского показа, покупку инвентаря, расходы на продвижение, на исследования и тестирование МЖП, материалы, сырье и прочее.

Таким образом, в ходе нашего исследования, мы пришли к выводу, что ТОСы могут влиять на решение социально-экономических вопросов территорий через общественные инициативы в виде проектов, а разработка туристских маршрутов является перспективным культурно-социальным направлением. При этом, при разработке туристского маршрута, стоит опираться на модель «ТОС в туризме», так как она затрагивает все сферы, необходимые для успешной реализации проекта.

#### Список использованных источников

1. Консультант плюс [Электронный ресурс] – Режим доступа [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_44571/c66c9fc98703499481199dc22b7f612ca867f784/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/c66c9fc98703499481199dc22b7f612ca867f784/). – Дата доступа: 17.04.2024.

2. Дягилева Е.Б. Возможности и инициативы ТОС в сельском туризме. Успешный опыт Архангельской области [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://просельскийтуризм.рф/assets/files/publ/articles/vozmozhnosti-i-iniciativy-tos-v-selskom-turizme.pdf> – Дата доступа: 17.04.2024.

3. Петрова М. В. Отечественный и зарубежный опыт развития сельских территорий на основе общественного самоуправления и сельского туризма //Экономические исследования и разработки. – 2020. – №. 7. – С. 38-45.

4. О проекте ТОС Вышка – 2 «Жить красиво! Туристический маршрут микрорайона Вышка – 2» [Электронный ресурс] – Режим доступа [https://raion.gorodperm.ru/Arkhiv\\_novostej/2022/08/18/87583/](https://raion.gorodperm.ru/Arkhiv_novostej/2022/08/18/87583/) – Дата доступа: 17.04.2024.

5. Где живут батыры? [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://kalinaperm.vsite.pro/news/5657> – Дата доступа: 17.04.2024.

УДК 339.138

#### МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ ООО «РЕЛУИ БЕЛ»

Субоч Ирина Чеславовна, студент,

Хмельницкая Екатерина Васильевна, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Suboch Iryna Cheslavovna, student

Khmielnitskaya Katsiaryna Vasilievna, Senior Lecturer, khmelnitskaia.e@polessu.by

Polessky State University

**Аннотация.** В статье определена основная проблема, характерная для деятельности ООО «Релуй Бел» и предложен комплекс мероприятий по повышению узнаваемости бренда.

**Ключевые слова:** ассортимент, адвент-календарь, семплинг, узнаваемость бренда, бренд, маркетинг

Предприятиям для выживания и удержания своих позиций необходимо быть конкурентоспособными – это значит знать свои сильные и слабые стороны, использовать весь потенциал организации для занятия лидирующих позиций в отрасли, предоставлять услуги в соответствии с требованиями рынка и потребителей [1, с.114]. В век быстро развивающихся технологий компаниям все

тяжелее и тяжелее удерживать высокие позиции, поэтому вопрос актуальности мероприятий по повышению конкурентоспособности стоит особо остро.

История бренда ООО «Релуи Бел» началась 30 лет назад, когда два бизнесмена, один из Италии, другой из Беларуси, создали новую косметическую компанию, назвав ее — «Relouis». Название компании «Relouis» в переводе с итальянского означает «Король Луи». Речь идет о французском короле Людовике XIV. Именно в его времена красота была возведена в культ. Это был решительный ход, который смог сломать стереотипы и доказал, что декоративная косметика белорусского производства может заслуживать внимания. Так, в 1993 году были созданы первые продукты под торговой маркой «Relouis». Сейчас компания ООО «Релуи Бел» является ведущей в Республике Беларусь в сфере создания декоративной косметики, а ее ассортиментный ряд насчитывает более 600 наименований косметики [2].

Благодаря такому сотрудничеству продукция «Релуи Бел» одна из самых качественных и успешных на косметическом рынке. Но даже несмотря на это предприятие имеет ряд проблем.

Для выявления проблем компании ООО «Релуи Бел» автором проведено исследование методом экспертных оценок (таблица 1).

Таблица 1. – Исследование бренда «Релуи Бел» методом экспертных оценок

Показатели	Оценка фактора $P_{ai}$	Вес фактора $K_{bi}$	Взвешенная оценка ( $K_{bi} \times P_{ai}$ )
	Relouis		
Качество	3	0,12	0,35
Цена	3	0,12	0,35
Внешний вид	5	0,19	0,96
Ассортимент	5	0,19	0,96
Доступность	4	0,15	0,62
Узнаваемость бренда	2	0,08	0,15
Сумма	26	1	4,00

Примечание – Источник: собственная разработка

В ходе исследования была выявлена проблема, связанная с узнаваемостью бренда. С целью повышения данного критерия ООО «Релуи Бел» был разработан комплекс мероприятий, включающий создание адвент-календаря и семплинг.

Таблица 2. – Расчет стоимости продуктов для адвент-календаря

Наименование товара	Количество	Стоимость 1 шт.	Себестоимость, 1 шт.	Себестоимость товара, 1000 шт.
Стикеры «Relouis»	1	3	0,84	840
Подводка для глаз	1	12,98	6,49	6490
Тушь для ресниц «Touche»	1	10,29	5,14	5145
Кисть для теней №4	1	8,4	4,2	4200
Помада «Nude matte»	1	9,6	4,8	4800
Помада для губ стойкая матовая «Paradiso Relouis»	1	9,8	4,9	4900
Плампер для губ «Cool addition»	1	8	4	4000
Пудра-скульптор «Relouis pro power»	1	9,19	4,595	4595
Румяна «all in one»	1	10,9	5,45	5450
Тени для век жидкие «Satin liquid eyeshadow»	1	5,9	2,95	2950
Карандаш для губ	1	8,9	4,45	4450
Палетка теней для век «Paradiso»	1	26,7	13,35	13350
Итого	12	123,66	61,17	61170

Примечание – Источник: собственная разработка

Так как адвент-календари являются новым продуктом для компании «Релуи Бел» и белорусского рынка, предложено выпустить товар в лимитированном количестве 1000 шт. Календарь состоит из 12 окошек. Производство включает в себя затраты на упаковку, конечное изделие, дизайнеров, рекламу, надбавка рабочим. Выбрали 12 видов товара для наполнения календаря и рассчитали себестоимость (таблица 2). Для наполнения календаря целесообразно выбирать популярные и самые качественные позиции.

Себестоимость товаров 1000 шт. календарей составила 61170 бел. руб.

Далее рассчитали постоянные издержки: реклама, дизайнеры, надбавка рабочим (таблица 3).

Таблица 3. – Затраты на производство адвент-календарей

Затраты	Цена за 1 шт.	Стоимость за 1000 шт., руб	Стоимость за 12000 шт., руб
Упаковка	5,85	5 852,26	-
Конечное изделие	61,17	61170	-
Дизайнеры	0,3	300	-
Реклама в соц. сети	3,662	3662	-
Надбавка рабочим	0,03	30	360
Итого	71,01	71 344,26	-

Примечание – Источник: собственная разработка

Затраты на упаковку в размере 1000 шт. составила 5852,26 бел. руб. Надбавка рабочим составит 360 бел. руб., так как за изготовление 1000 изделий работник получает 30 бел. руб., а стоимость производство 12000 изделий составило 360 бел. руб.

Итого, себестоимость одного календаря равна 71,01 бел. руб., а за 1000 единиц – 71344,26 бел. руб.

Рассчитали выручку от производства 1 календаря, учитывая 30% торговой надбавки и 20% НДС:

$$71,01 + 21,30 + 14,205 = 106,515 \text{ бел.руб.}$$

Выручка от реализации 1000 шт. составила 106515 бел. руб.

Далее вычислили прибыль:

$$106515 - 71344,26 = 35170,74 \text{ бел.руб.}$$

Прибыль от реализации всей продукции составит 35170,74 бел. руб.

Оценили рентабельность продукции:

$$\frac{35270,74}{71344,26} \times 100\% = 49\%$$

Рентабельность продукции в 49% считается высокой. С каждого рубля, затраченного на производство календаря, компания получит 49 копеек прибыли.

Рассчитали рентабельность продаж:

$$\frac{35170,74}{106515} \times 100\% = 33\%$$

Рентабельность в 33% считается высокой и говорит о том, что в одном рубле выручки 33 копеек прибыли.

Таким образом, при создании адвент-календарей компания получает прибыль в размере 35170,74 бел.руб., а также это поднимает уровень интереса к фирме и увеличивает ее узнаваемость, за счет выпуска инновационного продукта для белорусского рынка.

Следующим мероприятием по повышению узнаваемости бренда является семплинг.

Семплинг — распространение образцов товара потребителям бесплатно или в качестве бонуса при покупке других товаров. При расчете затрат на семплинг учитывали расход на пробники, рекламу, надбавки рабочим. Выбрали 4 вида наиболее качественных помад, которые подходят большинству потребителей.

Длительность акции составила 2 недели. Выдача пробников осуществляется только при чеке свыше 150 бел. руб. Расчёт себестоимость продуктов представлен в таблице 4.

Таблица 4. – Расчет себестоимости товаров для семплинга, бел. руб.

Наименование помады	Цена помады	Себестоимость помады	Себестоимость пробника помады (1,4 гр.)
Помада губная матовая «Alta moda» (4 гр.)	8,17	4,085	0,315
Помада губная «La Mia Italia» (3,7 гр.)	12,77	6,385	2,42
Помада губная «Premium Gold» (3,8 гр.)	6,1	3,05	1,15
Помада губная атласная «Сапфир» (3,7 гр.)	11,34	5,67	2,6

Примечание – Источник: собственная разработка

Для проведения акции выбрали популярный магазин косметики и парфюмерии «Золотое яблоко». В среднем, 20 человек в час совершают покупку в магазине на сумму свыше 150 бел. руб. Время работы 10 часов, значит количество человек, купивших продукцию на 150 бел. руб. в день, составило 200 человек, за 14 дней – 2800 человек. Объем производства составит 2800 шт. по 700 шт. каждого вида с суммой издержек – 4539,5 бел. руб.

Также учли затраты на надбавку рабочим. В среднем работник получает 30 бел. руб. за производство 1000 шт. товара, за 2800 он получает 84 бел. руб. Общие затраты на товар и надбавку рабочим, составили 4623,5 бел. руб.

Для продвижения акции предложено использовать рекламу в торговом центре. Стоимость размещение рекламы на 11 экранов на видеостене на 1 этаже ТЦ «Galleria» на 1 день (10 часов), составила 75 бел. руб. Длительность рекламы 30 сек., не менее 120 выходов в день. За 14 дней сумма затрат составила 1050 бел. руб. Общие издержки равны 5673,5 бел. руб.

Для оценки эффективности работы семплингов, нужно сравнить объём продаж за месяц до и месяц после проведения акции, дополнительно рассчитав стоимость потребителя. Для расчета разделили все расходы, затраченные на проведение семплинга, на число привлеченных клиентов. Например, при привлечении 200 человек, затраты на 1 потребителя составили 28,37 бел. руб.,

Если хотя бы 50 из всех привлеченных человек станут нашими постоянными покупателями и каждый месяц будут покупать товар на сумму 15 бел. руб, на протяжении 1 года (12 месяцев), то выручка от отношений с клиентами за весь период (коэффициент LTV) составит 9 тыс. бел. руб.

Прибыль от реализации мероприятия составила 3326,5 бел. руб., следовательно, рентабельность проведенного мероприятия:

$$\frac{3326,5}{5673,5} \times 100\% = 58 \%$$

Показатель в 58% является очень высоким. С каждого рубля, затраченного на производство семплингов, компания получит 58 коп. прибыли.

Эффективность семплинга не всегда измеряется в денежном эквиваленте. Повышение лояльности к продукту или бренду в целом – это работа на перспективу.

Рассчитав затраты на предложенные мероприятия, можно сделать вывод: для каждого мероприятия показатель рентабельности достигает достаточно высокого значения, что свидетельствует о целесообразности реализации данного комплекса мероприятий.

#### Список использованных источников

1. Ильясов, Ф.Н. Рекламная цивилизация = Возможен ли переход от конкуренции рекламы к конкуренции качества / Ф.Н. Ильясов // Социологические исследования. –2016. – С. 95-100.

УДК 631.158

## **БАРЬЕРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Такун Светлана Павловна, ст. научный сотрудник**

**Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси**

Takun Svetlana Pavlovna, senior researcher, svetan1@mail.ru

The Institute of System Research in Agro-Industrial Complex of NAS of Belarus

**Аннотация.** Статья содержит исследование опыта применения цифровых инструментов в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь. На основе данных анкетирования выявлены актуальные особенности использования умных систем в растениеводстве, животноводстве и управлении. Определены барьеры цифровизации в аграрной отрасли, а также предложены меры по её развитию.

**Ключевые слова:** цифровые инструменты, растениеводство, животноводство, управление, сельскохозяйственная организация, Республика Беларусь, барьеры, направления развития.

В настоящее время высокая степень неопределённости и изменчивости внешней среды и необходимость увеличения скорости реакции организаций на эти перемены значительно усложняют деятельность их органов управления. Существенную помощь менеджменту в этих условиях может оказать цифровые инструменты, которые позволяют перевести систему управления в сельскохозяйственных организациях на качественно новый уровень развития.

Для анализа и систематизации опыта цифровизации в предприятиях аграрной отрасли Республики Беларусь нами было проведено анкетирование специалистов и руководителей хозяйств на базе Институтов повышения квалификации и переподготовки кадров при учреждениях образования «Белорусская Государственная сельскохозяйственная академия» и «Белорусский государственный аграрно-технический университет». Опросные листы были составлены по следующим блокам:

- оценка применяемых технологий по пятибалльной шкале в зависимости от степени применения цифрового решения на предприятии в разрезе подгрупп растениеводство, животноводство и управление;
- оценка барьеров цифровизации по десятибалльной шкале в зависимости от актуальности для конкретного сельскохозяйственного предприятия;
- оценка системы распространения цифровых технологий (каналы получения информации, степень и качество взаимодействия).

Обработка анкетных данных позволила выявить следующие особенности процессов цифровизации в хозяйствах республики:

1. В сфере цифровизации отрасли растениеводства наиболее распространенными инструментами являются применение датчиков контроля топлива (80% опрошенных) систем параллельного вождения и автопилотирования (около 30% опрошенных), электронные карты полей (40% респондентов). При этом от 70 до 80 % не использующих данные технологии хозяйств планируют их применение в ближайшее время.

2. В животноводстве отмечается высокая степень автоматизации процессов доения и применения MES- систем, однако пока недостаточное использование систем VI класса (всего 5 % опрошенных), позволяющих проводить расширенную аналитику, в т.ч. предикативную, отслеживание рисков и информирование о возможных угрозах.

3. В области цифровизации управления сельскохозяйственные предприятия постепенно переходят на продукты компании 1С либо 1С совместимые информационные системы - около 45% респондентов (в связи с активным ростом производства отраслевых систем на базе 1С в Российской Федерации вследствие ухода с рынка многих зарубежных поставщиков иностранных программных решений).

4. Цифровые технологии в сельскохозяйственных предприятиях (за редким исключением) внедряются фрагментарно, проводится автоматизация отдельных функций управления с применением разрозненных отраслевых решений, что в дальнейшем усложняет их интеграцию в единую систему.

5. Сельскохозяйственные производители недостаточно охвачены системой распространения передовых технологий. Основными каналами получения информации о цифровых инструментах являются: Интернет, специализированные выставки, а также специалисты других предприятий. Из других примеров получения данной информации отмечены семинары, проводимые на регулярной основе отдельными поставщиками цифровых решений.

Проведенный опрос позволил также оценить актуальность для сельскохозяйственных предприятий Республики Беларусь барьеров и ограничений, препятствующих широкому применению в их деятельности цифровых технологий.

Наиболее высокую значимость респонденты присвоили таким барьерам применения цифровых инструментов в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь, как недостаточный уровень методической поддержки, примеров использования цифровых технологий в работе конкретных специалистов – средний балл 7,1; дефицит специалистов, владеющих цифровыми технологиями в сельскохозяйственном производстве – средний балл 7,0; низкий уровень материальной и иной мотивации применения цифровых технологий сотрудниками – средний балл – 6,9.

Более низкими баллами были оценены такие барьеры цифровизации в сельскохозяйственном производстве, как необходимость существенной доработки предлагаемого на рынке программного обеспечения с учетом особенностей конкретного предприятия – средний балл 4,9; недостаточное качество предпроектного обследования и полнота учёта пожеланий специалистов сельскохозяйственной организации при реализации проектов цифровизации – средний балл 5,2; несоответствие отчетных форм иностранного ПО требованиям белорусского законодательства – средний балл 5,2.

В целом по выделенным группам барьеров респонденты определили их актуальность в следующей очередности: наиболее актуальной была определена группа кадровые – 6,8 баллов, на втором месте расположилась группа информационно-методические со средним значением актуальности для сельскохозяйственных организаций – 6,2 балла, далее расположились группы – финансово-организационные и инфраструктурно-технические барьеры: третье (5,8 балла) и четвертое (5,2 балла) места соответственно.

В качестве предложений по дополнению списка барьеров, приведенных в анкете, высказывались следующие: недостаточное количество учебных и учебно-методических комплексов, курсов по цифровым технологиям в программах подготовки специалистов аграрного профиля в вузах, ссузах, а также отсутствие комплексной стратегии цифровизации отрасли, учитывающей её отличительные характеристики.

Полученные результаты по группам барьеров цифровизации и их отдельным видам приведены в таблице.

Стоит отметить, что при анализе результатов анкетирования по подгруппам, выделенным в соответствии с количеством сельскохозяйственных угодий предприятий, было выявлено, что итоговые места выделенных групп барьеров цифровизации распределяются иным образом, нежели в целом по совокупности опрошенных специалистов хозяйств. Так, в подгруппе хозяйств с площадью сельскохозяйственных угодий более 7 тыс. га на первом месте по актуальности оказалась группа информационно-методических барьеров с оценкой 6,7 баллов, а для более мелких хозяйств (площадь сельскохозяйственных угодий менее 7 тыс. га) более актуальным барьером цифровизации представляется высокая стоимость внедрения технологий. Также и при делении исследуемой совокупности анкет на подгруппы по уровню экономической эффективности организации относительно среднереспубликанского выяснилось, что для подгруппы с рентабельностью продаж выше среднего более актуальной является информационно-методическая группа барьеров, для подгруппы с низкой эффективностью – финансово-организационная группа.

Таблица – Оценка значимости барьеров цифровизации в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь

Наименование барьеров и их групп	Среднее значение, балл
<b>Кадровые</b>	<b>6,8</b>
Дефицит специалистов, владеющих цифровыми технологиями в сельскохозяйственном производстве	7,0
Недостаточный уровень материальной и иной мотивации применения цифровых технологий сотрудниками	6,9
Сопrotивление сотрудников внедрению цифровых технологий из-за усложнения их трудовых функций на этапе внедрения	6,5
<b>Информационно-методические</b>	<b>6,2</b>
Недостаточный уровень методической поддержки, примеров использования цифровых технологий в работе конкретных специалистов	7,1
Отсутствие понятных и достаточно подробных инструкций по применению цифрового продукта	6,3
Недостаточное качество предпроектного обследования и полнота учёта пожеланий специалистов сельскохозяйственной организации при реализации проектов	5,2
<b>Финансово-организационные</b>	<b>5,8</b>
Высокая стоимость внедрения и обслуживания цифровых технологий	6,5
Необходимость дублирования отчетности в электронном и бумажном виде в силу отсутствия законодательного разрешения ведения первичной / оперативной отчетности только в электронном виде	6,2
Недостаток на рынке отечественной техники и программного обеспечения для эффективного применения цифровых технологий	5,5
Несоответствие отчетных форм иностранного ПО требованиям белорусского законодательства	5,2
<b>Инфраструктурно-технические</b>	<b>5,2</b>
Недостаточный уровень охвата и качества высокоскоростной связи на территориально разбросанных объектах сельскохозяйственной организации	5,6
Сложности в качественной интеграции различного вида программного обеспечения (ПО) между собой	5,3
Необходимость существенной доработки предлагаемого на рынке программного обеспечения с учетом особенностей конкретного предприятия	4,9

Примечание – Таблица составлена автором по данным собственных исследований.

На основе проведенных исследований, а также анализа научной литературы по исследуемой тематике [1,2,3,4,5] нами определены наиболее актуальные меры развития цифрового сельского хозяйства в Республике Беларусь в настоящее время:

- Разработка и принятие отраслевых программных документов цифрового развития (Стратегия развития ЦСХ, Государственная программа развития ЦСХ).
- Формирование новых программ подготовки и переподготовки специалистов по цифровым технологиям, а также менеджменту проектов цифровизации.
- Гармонизация и интеграция отраслевых информационных систем для снижения количества повторно заполняемой информации сельскохозяйственными организациями.
- Развитие систем субсидирования и льготного кредитования применения цифровых технологий в сельском хозяйстве.
- Усиление поддержки отечественных производителей и разработчиков умных систем в сельском хозяйстве.
- Формирование базы знаний по цифровизации отрасли (перечни актуальных предложений по видам технологий, практические кейсы внедрений и пр.).
- Развитие отраслевых цифровых платформ.
- Формирование информационно-консультационных служб по вопросам цифровизации аграрной отрасли.

- Проведение широкомасштабной информационной кампании популяризации цифровых технологий в сельскохозяйственной отрасли.
  - Разработка комплексной системы мотивации работников, применяющих цифровые технологии в сельскохозяйственных предприятиях и законодательной основы её применения.
- Реализация предложенных мер позволит более эффективно преодолевать выявленные барьеры цифровизации и активно развивать применение умных систем в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь.

#### Список использованных источников

1. Казакевич П., Пилипук А., Таун А. Концептуальные основы развития цифрового сельского хозяйства // Наука и инновации. – 2022. – № 6 – С. 10–15.
2. Таун А., Макрак С., Таун С. Методологические аспекты оценки эффективности цифровых технологий в точном земледелии // Наука и инновации. – 2021. – №3. – С. 11–16.
3. Горбатовская О.Н., Таун С.П. Повышение эффективности управления региональным АПК на основе цифровой концепции контроллинга // Аграрная экономика. – 2023. – №7. – С.42–56.
4. Шуганов В.М. Основные направления развития цифровизации сельского хозяйства // Известия КБНЦ РАН. – 2021. – №2. – С.77–85.
5. Субаева А. К., Александрова Н. Р. Государственная поддержка цифровизации сельского хозяйства // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2022. – №. 4. – С. 130–135.

УДК 379.85

### ОЦЕНКА ВОСПРИЯТИЯ МАРШРУТА «ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО» МОЛОДЕЖЬЮ

Татаринова Анна Александровна, магистрант,

Тестина Яна Сергеевна, к.э.н., доцент

Санкт-Петербургский государственный университет

Tatarinova Anna Alexandrovna, master's student, atnayta@yandex.ru

Testina Yana Sergeevna, PhD in Economics, y.testina@spbu.ru

Saint-Petersburg State University

**Аннотация.** В статье рассмотрено отношение молодежи к маршруту «Золотое кольцо», выявлены возникающие ассоциации, а также проанализированы причины и факторы, влияющие на восприятие данного маршрута новыми поколениями.

**Ключевые слова:** «Золотое кольцо», молодежный туризм, опрос, оценка восприятия, туристский маршрут, история.

На сегодняшний день идет активное развитие внутреннего туризма. При этом отдых, как основная мотивация путешествия, уходит на второй план и главной причиной становится культурно-познавательное просвещение [1]. Одним из самых популярных направлений и в наши дни остается маршрут «Золотое кольцо». Впервые о нем написал журналист Юрий Бычков в 60-х годах XX века, а туристы отправились по «кольцу» уже в 1970 году.

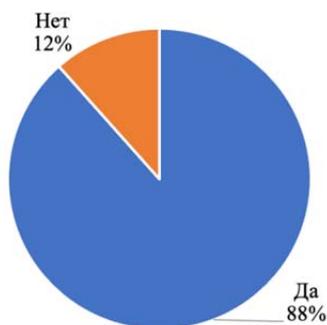
Маршрут объединил в себе достопримечательности Древней Руси и частично промышленность СССР. Традиционно в состав «Золотого кольца» включают 8 городов: Сергиев Посад, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Ярославль, Кострома, Иваново, Суздаль, Владимир. Но в 2022 году в рамках межрегионального взаимодействия маршрут был расширен до «Большого Золотого кольца», однако этот вопрос до сих пор является дискуссионным.

На сегодняшний день маршрут существует уже более 50-ти лет практически без изменений. Однако за эти годы туристский рынок сильно трансформировался и теперь путешественники выбирают путешествия со впечатлениями, то есть в каждой локации они хотят получить незабываемый опыт отличный от предыдущего [2]. При этом сам маршрут «Золотое кольцо» современное поколение прозвало «маршрутом для бабушек».

В виду этого актуальным является переосмысление подхода к формированию путешествия и обслуживания по «кольцу», а также переориентация на новые поколения, которые уже становятся основной массой туристов. Таким образом, развитие молодежного туризма на маршруте «Золотое кольцо» может иметь стратегическое значение с точки зрения социокультурного и экономического развития.

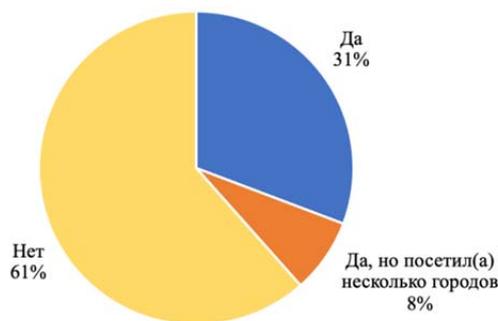
Для выявления отношения молодежи к маршруту «Золотое кольцо», а также проблемных точек был проведен опрос среди граждан России в возрасте от 18 до 35 лет, проживающих в разных регионах. В опросе приняло участие 26 респондентов. Половозрастную структуру опрашиваемых составили 84,6% женщин и 15,4% мужчин, из них 69,2% в возрасте 18-22 лет, 26,0% – 23-28 лет и 3,8% – 39-35 лет.

Для установления осведомленности о маршруте среди молодежи был задан ряд вопросов, направленных на изучение узнаваемости и ассоциаций, связанных с «Золотым кольцом». При этом важна оценка информированности молодежи о существовании маршрута (рис. 1).



**Рисунок 1. – Ответы респондентов на вопрос «Слышали ли Вы о маршруте «Золотое кольцо»?»**

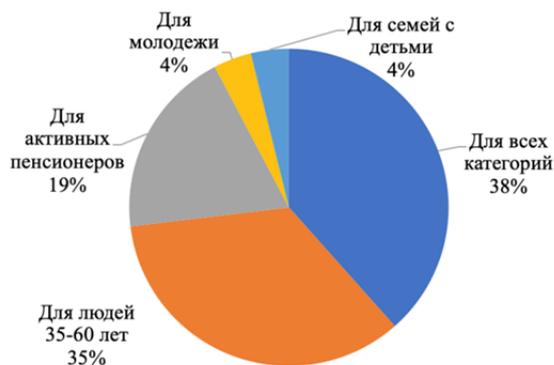
Исходя из ответов респондентов, можно говорить о том, что большая часть опрошенных знают о существовании «Золотого кольца». Это хороший показатель, который говорит о популярности маршрута на сегодняшний день. Однако лишь менее половины опрошенных посетили города, входящие в состав маршрута (рис. 2).



**Рисунок 2. – Ответы респондентов на вопрос «Посещали ли Вы города «Золотого кольца»?»**

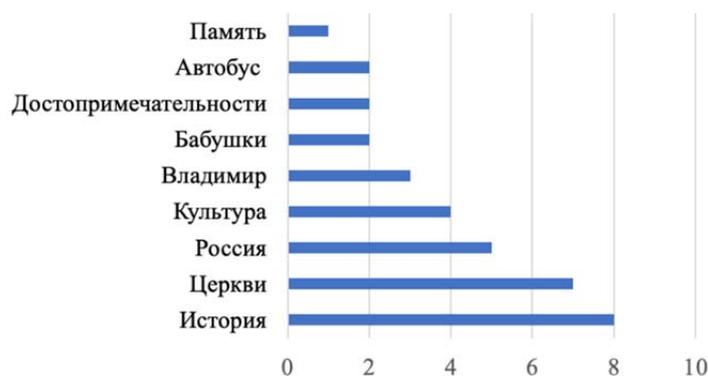
Чаще всего молодежь, которая посетила города «Золотого кольца» сделала это в рамках школьных путешествий, организованных вместе с классом. Самостоятельный выезд по маршруту для них не представляет интерес, так как большинство считают, что подобное путешествие не для их возраста. Этот вывод подтверждается ответами респондентов на вопрос «Как вы считаете, маршруты по «Золотому кольцу» лучше всего подходят для туристов какого возраста?» (рис. 3).

Согласно результатам, только 4% опрошенных считают, что «Золотое кольцо» подходит для молодежи. Крайне низкий процент обуславливается тем, что данное поколение имеет стереотипное представление о маршруте, как о путешествии «для бабушек», а также эта возрастная категория предпочитает более активный отдых с разнообразными локациями. Стандартные поездки по «Золотому кольцу» включают в себя только посещение культовых объектов со стандартными экскурсиями. Однако повестка сегодняшнего дня говорит о том, чтобы каждое путешествие и экскурсию сделать уникальными и более интересными в рамках развития экономики впечатлений.



**Рисунок 3. – Ответы респондентов на вопрос «Как вы считаете, маршруты по Золотому кольцу лучше всего подходят для туристов какого возраста?»**

Также важным аспектом в изучении восприятия молодежью «Золотого кольца» является выявление ассоциативного ряда, связанного с маршрутом (рис. 4).



**Рисунок 4. – Ответы респондентов на вопрос «Напишите 3 слова, с которыми у Вас ассоциируется маршрут «Золотое кольцо»**

Респондентом предлагалось написать 3 слова, с которыми у них ассоциируется маршрут. Чаще всего «Золотое кольцо» соотносят со словом «история», около 30% опрошенных указали именно это существительное. Это обуславливается тем, что путешествие проходит по историческим городам, которые повлияли на развитие и становление страны, отсюда вытекает слово, занявшее 3 место в рейтинге – «Россия». При этом история является ключевым компонентом маршрута «Золотое кольцо», который привлекает тех, кто хочет больше узнать о стране. Однако среди параметров нашли место нестандартные ассоциации: «бабушки» и «автобус». Первая в большей мере связана с тем, что молодое поколение могло слышать о путешествии по «Золотому кольцу» от своих родственников и поэтому сложилось впечатление, что этот маршрут больше подходит для пенсионеров. Также многие считают подобное путешествие размеренным, а посещение только музеев и храмов – нудным и скучным по сравнению с активным отдыхом, к которому многие могли привыкнуть. Вторая ассоциация связана с тем, что передвижение по маршруту проходит исключительно на автобусе, однако в последние годы появились предложения от РЖД-Тур, где можно совершить путешествие по «Золотому кольцу» в составе железнодорожного круиза.

С целью выявления интереса респондентов было предложено выбрать объекты, которые по мнению молодежи не включены или недостаточно включены в маршрут (рис. 5).

Исходя из ответов опрошенных можно говорить о том, что молодое поколение больше интересуется гастрономические объекты, нетуристические места, а также современные точки. Именно включение подобных пространств поможет увеличить привлекательность «Золотого кольца» среди молодежи.



**Рисунок 5. – Ответы респондентов на вопрос «Каких объектов и программ, по вашему мнению, не хватает на маршрутах по Золотому кольцу?»**

Таким образом, можно говорить о высокой информированности молодежи о маршруте «Золотое кольцо». Однако возникающие ассоциации не привлекают новые поколения к путешествию по нему. Несмотря на это молодежь признает, что маршрут имеет важное значение для знакомства с культурой и историей России. При этом если включить в маршрут интересные мастер-классы, дегустации и активности, то они готовы отправиться в путешествие и за неделю заплатить около 30 тысяч рублей. В виду этого представляется необходимым модернизация маршрута с переориентацией на молодую аудиторию, которая уже становится активным пользователем услуг фирм. Для привлечения молодежи необходимо изменить подход к формированию туристского продукта, включив в него программы, которые бы могли необычно познакомить с обычными местами.

#### **Список использованных источников**

1. Горшкова, А.А. К проблеме формирования имиджа городской среды туристического маршрута «Золотое кольцо» России [Текст] / А.А. Горшкова // Вестник ландшафтной архитектуры. - 2018. - № 13. - С. 14-18
2. Интернет-портал «Российской газеты». URL: <https://rg-ru.turbopages.org/rg.ru/s/2024/03/28/na-moria-v-rossiiu.html> (дата обращения 17.04.24)

УДК 379.85

### **ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ)**

**Улитичева Юлия Константиновна, магистрант,**

**Тестина Яна Сергеевна, к.э.н., доцент**

**Санкт-Петербургский государственный университет**

Uliticheva Yulia Kosntantinovna, master's student, [yuliticheva@mail.ru](mailto:yuliticheva@mail.ru),

Testina Yana Sergeevna, PhD in Economics, [y.testina@spbu.ru](mailto:y.testina@spbu.ru)

Saint-Petersburg State University

**Аннотация.** В предложенной статье рассматривается такое явление как этнографический туризм, факторы для его развития, его организация, а также перспективный туристический регион Республика Адыгея.

**Ключевые слова:** туризм, этнографический туризм, этнос, туристско-рекреационные объекты, Республика Адыгея.

На сегодняшний день в период условий кризиса развитие внутреннего туризма набирает обороты. Все больше и больше усилий направлено на то, чтобы показать туристский потенциал того или иного региона Российской Федерации. Как известно, Россия является многонациональной страной, которая объединяет миллионы представителей различных народов и национальностей. В связи с этим, наука этнография вызывает значительный интерес для отечественной науки, как и развитие этнографического туризма.

Обратимся к общему определению, что из себя представляет «этнографический туризм». Этнографический туризм – это вид культурно-познавательного туризма, который основан на интересе туристов к традициям, культуре, обычаям и творчеству народов. Стоит отметить, что этнографи-

ческий туризм является многогранным видом туризма, его распространение обусловлено тем, что в условиях глобализации, необходимо сохранять этнические группы и народы, которые относят к малым народам России. В свою очередь туризм способствует сохранению культурного наследия.

Распространение этнографического туризма становится перспективным направлением, так как позволяет открыть новые дестинации и повысить их привлекательность, создать хорошую туристскую инфраструктуру и подготовить новые рабочие места. [1, с. 61]

Согласно мнению исследователей, этнографический туризм делится на два типа организации:

- 1) естественный тип организации, в соответствии с которым, туристы имеют возможность прикоснуться к культуре и традициям этноса, посетить так называемые этнодеревни;
- 2) искусственный тип организации, согласно которому у туристов есть возможность посетить этнографические музеи, организации и так далее. [3, с.591]

Особым типом взаимодействия этнокультуры и туристов является, так называемое этнографическое событие. Оно представляет собой мероприятие, которое может быть основано на базе ресурсных возможностей этнографических объектов. Существует классификация материально-технической базы, которая наглядно показывает духовную культуру:

- поселения, которые сохранили «этнический имидж»;
- этнографические музеи;
- археологические памятники;
- места для проведения национальных праздников или обрядов;
- места, в которых присутствуют народно-художественные промыслы или же их возрождение.

В добавление, отметим факторы, которые влияют на развитие этнографического туризма в том или ином регионе Российской Федерации:

- 1) наличие туристско-информационных ресурсов;
- 2) состояние инфраструктуры для развития этнографического туризма;
- 3) заинтересованность властей в продвижении этнографического туризма;
- 4) спросы на данный вид туризма;
- 5) кадровое обеспечение.

Важнейшим фактором для развития этнографического туризма является наличие на определенной территории туристско-рекреационных ресурсов. Согласно федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туристскими ресурсами являются следующие объекты: природные, исторические, культурные, которые включают в себя объекты туристского показа, а также иные объекты, которые могут удовлетворить потребности туристов. [2, с.157]

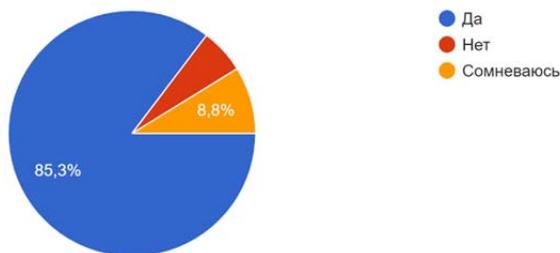
*Оценка потенциала этнографического туризма на территории республики Адыгея. Краткая характеристика региона и народа адыгов.*

Республика Адыгея – южный субъект Российской Федерации, входит в состав Южного Федерального округа Российской Федерации. Административный центр республики – город Майкоп. Адыгея является многонациональной республикой, в которой проживают представители более ста национальностей. Народ «адыги», которые дали название республике, являлись древними обитателями Северо-Западного Кавказа, известные как черкесы. Согласно статистическим данным, их численность на сегодняшний день составляет 114,7 тысяч человек.

Если обратить внимание на туристский сектор, то нужно отметить, что туристская отрасль в республике поддерживается на государственном уровне. Также реализуется программа, которая должна стимулировать процесс туристической отрасли и превратить ее в один из основных секторов экономики горно-предгорной части Адыгеи. Несмотря на то, что республика не велика в размерах, на ее горной территории уже развиваются следующие виды туризма: пешеходный туризм, экологический туризм, спелеотуризм, велотуризм и паломнический туризм. Так как упомянутая сфера контролируется на федеральном уровне, то и непосредственно само финансирование поступает на улучшение туристской инфраструктуры (строительство новых дорог, строительство водо -, газопроводов и ЛЭП). [5]

В 2025 году планируется строительство всесезонного горнолыжного курорта «Лаго-Наки» в горной части республики. Это станет большим толчком к повышению привлекательности региона и открытию его как новой интересной дестинации.

Вам, как жителю Адыгеи, хотелось бы посетить этнодеревню, посвященную быту, культуре, традициям адыгов?  
34 ответа



**Рисунок 1. – Ответы респондентов**

Обратимся к другому аспекту выбранной нами дестинации и это туристско-рекреационный потенциал республики Адыгея. Нельзя не отметить, что республика, действительно, богата природными ресурсами и объектами, а также имеет довольно выгодное физико-географическое положение. Сюда можно отнести лесные ресурсы, водные ресурсы (малые реки, тектонические и ледниково-карстовые озера), разнообразный животный и растительный мир. В рамках историко-культурных туристско-рекреационных ресурсов можно выделить следующие: этнографические ресурсы Адыгеи, которые могут стать очень привлекательными для туристов, посещающих республику. Среди них можно выделить дольмены, известный Майкопский курган, долина аммонитов, музей природы Кавказского биосферного заповедника, водопады Руфабго, горы Фишт, Оштен, плато Лаго-Наки, Большая Азишская пещера, станица Даховская. [4]

Теперь рассмотрим такое явление, как этнографическое событие. Важно отметить, что такое мероприятие позволяет туристам открыть для себя новые, ранее неизученные дестинации на территории России. Событие может проводиться в абсолютно любом масштабе, в разной этнографической направленности и даже становится частью многочисленных туров. Так, например, в республике Адыгея ежегодно проходит день адыгейского сыра. Данный праздник получил статус «Национальное событие года» и был включен в национальный календарь лучших событийных проектов России для туристов. Кроме того, адыгейский сыр является действительным гастрономическим брендом республики, он узнаваем и за ее пределами.

Как было выяснено, потенциал для развития этнографического туризма в республике огромен, и данная ниша еще только начинает набирать обороты. К тому же, создание этнодеревни в рамках развития «этнографического туризма» может стать прекрасным дополнением к будущему всепогодному горнолыжному курорту «Лаго-Наки» на территории станицы Даховская в предгорной части. Этнодеревня сможет объединить в себе следующие объекты туристского показа: дома, в которых проживали адыги, национальную кухню, народно-художественные промыслы адыгов, обычаи и национальные танцы, состязания.

В рамках настоящего исследования, был проведен опрос среди жителей республики. Целью проведения опроса было мнение местного населения о создании этнодеревни в предгорной части республики Адыгея. Количество респондентов, которые были опрошены, составило 34 человека. Возраст опрашиваемых в среднем – от 20 до 55 лет. Все респонденты проживают в Адыгее, в различных районах республики. Наибольшее количество представителей из города Майкопа и Майкопского района соответственно.

Ниже представлена диаграмма, по которой можно проследить заинтересованность жителей в развитии этнографического туризма (Рис.).

Исходя из данной диаграммы мы наблюдаем, что большая часть респондентов заинтересована в развитии и создании этнодеревни на территории республики и готова будет ее посетить.

Следующий вопрос представлял из себя шкалу, по которой респондентам нужно было отметить от 1 до 10, насколько востребованным будет данный вид туризма в республике. [Рис. 2]

Оцените по шкале от 1 до 10 Как Вы считаете, насколько развитие этнографического\* туризма будет востребованным направлением в регионе?

34 ответа

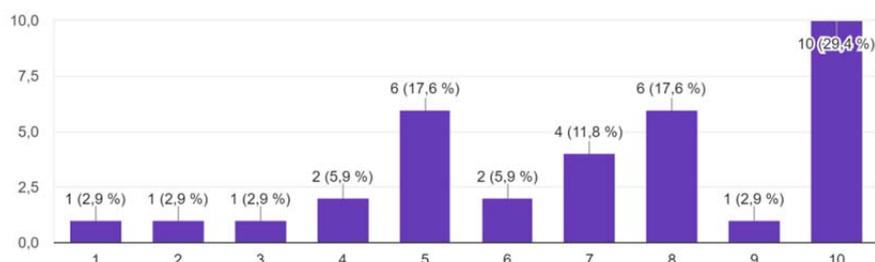


Рисунок 2. – Ответы респондентов

На примере данной статистики мы видим, что мнения респондентов разделились. 17,6% считают, что этнографический туризм будет востребован на 5 и 8 баллов, в то время как 29,4% уверены в том, что данный вид туризма станет привлекательным и перспективным.

Таким образом, в настоящей статье были рассмотрены основные типы организации этнографического туризма, факторы, которые влияют на развитие и становление данного вида туризма и конкретный субъект Российской Федерации, республика Адыгея, в котором этнографический туризм может стать драйвером для улучшения туристской привлекательности региона в целом. Этнотуризм – главный вектор для развития внутреннего туризма, открывающий «путь к себе». Это туризм, определяющий и формирующий самосознание!

#### Список использованных источников

1. Исаченко Т.Е. Этнический туризм как фактор деградации и сохранения традиционного культурного ландшафта / Т.Е. Исаченко // Современные проблемы сервиса и туризма. СПб.: РГУТИС, 2014. №1. – С. 61-68.
2. Сушинская М.Д. Учебное пособие по Культурному туризму / М.Д. Сушинская. – М.: Юрайт, 2018. – с.157.
3. Цатхланова Т.Т., Онгульдушева Ю.М., Натбитова З.Н., Чимеева Б.Б., Мацакова Э.Г. Понятие и сущность этнографического туризма / Т.Т. Цатхланова, Ю.М. Онгульдушева, З.Н. Набитова, Б.Б. Чимеева, Э.Г. Мацакова // Экономика и предпринимательство. 2017. №3-2 (80). – С.591-594.
4. Официальный сайт комитета по туризму Республики Адыгея. URL: <http://www.adugheya.ru/ministers/departments/komitet-po-turizmu-i-kurortam/> (дата обращения: 06.04.24)
5. Официальный портал РОСКОМНАДЗОРА по ЮФО. URL: <https://23.rkn.gov.ru/about/p4700/p8344/> (дата обращения: 10.04.24)

УДК 339.138

#### НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫЕ ПРИЁМЫ КАК СПОСОБ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ

Хмельницкая Екатерина Васильевна, старший преподаватель,

Трушко Владислав Витальевич, студент

Полесский государственный университет

Khmielnitskaya Katsiaryna Vasilievna, Senior Lecturer, khmelnitskaia.e@polessu.by,

Trushko Vladislav Vitalievich, student

Polessky State University

**Аннотация.** В статье рассматриваются нейромаркетинговые приёмы, которые эффективно могут влиять на поведение покупателя и способствуют увеличению продаж за счёт минимальных денежных вложений.

**Ключевые слова:** нейромаркетинг, поведение покупателя, увеличение продаж, айтрекинг, исследования.

В современных рыночных условиях перед маркетологом зачастую ставится задача «добиться большего с наименьшими затратами», ведь на данный момент принцип «выделить больше ресурсов – получить больший результат» не работает, так как имеет существенный недостаток в виде неоправданно высоких денежных затратах. Поэтому требуются новые инструменты, которые могли бы позволить при небольших затратах увеличить количество продаж. Такое направление как нейромаркетинг как раз может решить эту проблему.

Использование принципов человеческого мышления в продажах не ново и еще в древние времена купцы и продавцы знали многое о человеческой природе, но на современном этапе наука зашла дальше и теперь маркетологи смогли проникнуть в «черный ящик» потребителя благодаря визуализации процессов головного мозга через современные технологии.

По подсчетам Джеральда Залтмана, профессора маркетинга из Гарварда, сознание только на 5% принимает участие в процессе покупки, а остальные 95% осуществляются неосознанно, например даже малозаметные упоминания о деньгах (их изображение, устное воспроизведение и пр.) способны изменить поведение потребителя в сторону их экономии. Например, в ходе исследований Корнеллского университета (Нью-Йорк) было выявлено, что посетители ресторана тратили больше денег, когда на ценнике было простое численное обозначение (например, 25), а в случае более полного обозначения (25.00 BYN) соответственно меньше. Это показывает, что стоит избегать каких-либо упоминаний о валюте и о других элементах цены [1, с. 15].

Еще одним из приёмов нейромаркетинга является предложение альтернативного варианта. Рассмотрим данный приём на примере продажи газировки в магазине. Предположим, что производитель продает 2 вида напитка: объемом 0,5 литра и объемом 1 литр, будет логично установить разные цены на разный объем, но если необходимо устранить складские запасы, то можно поступить другим образом, а именно установить одинаковые цены на разный объем. Потребитель, заметив, что цены одинаковые, с большей долей вероятности приобретет газировку объемом литр, так как увидит идентичный товар с явно большей ценностью. Возможно, производитель продаст меньшее количество товара с объемом 0,5, но если использовать данный приём в виде «приманки» и выставлять небольшое количество товара с меньшей ценностью, то это практически гарантированно увеличит объемы продаж второго.

Приведем еще один пример альтернативного выбора на основе одного эксперимента. Двум группам испытуемых, в каждой из которых было 100 респондентов, был предложен один из вариантов с предложениями о подписки на журнал [1, с. 41]:

1 вариант:

- подписка на интернет-издание – 59 долларов (68 человек);
- подписка на интернет-издание и бумажную версию – 125 долларов (32 человека).

2 вариант:

- подписка на интернет-издание – 59 долларов (16 человек);
- подписка только на бумажную версию – 125 долларов (0 человек);
- подписка на интернет-издание и бумажную версию – 125 долларов (84 человека).

Предполагаемый доход в 1 варианте составил 8012 долларов, а во втором 11444 доллара, то есть доход увеличился на 42,8%, хотя по сути предложения были одинаковые. Относительность является одним из важнейших и в то же время простых элементов в нейромаркетинге, так как наш мозг всегда готов сравнивать ожидаемую выгоду и ценность.

Еще одним способом оказывания влияния на поведение потребителя является музыкальное сопровождение. В ходе одного из исследований, которое проходило в винном магазине, в разные дни включали разную фоновую музыку: французскую или немецкую. Когда играла французская музыка, продажи французского вина превышали продажи немецкого в соотношении 3:1. При звуках немецкой музыки люди покупали немецкое вино чаще французского в соотношении 2:1 [2]. Данное исследование показывает, что фоновая музыка должна подбираться под специфику предприятия, например в ресторане грузинской кухни должна играть грузинская музыка, в супермаркете должна играть спокойная музыка, которая склонит потребителей к большему проведению времени в магазине.

Нейромаркетинговые исследования показывают, что рекламные ролики или графическая реклама воспринимается человеком лучше, если на ней изображён человек, а в особенности маленький ребёнок. При использовании технологии айтрекинга, ученые пришли к выводу, что если мла-

денец смотрит прямо на человека, то и внимание будет на самого ребёнка больше, чем на текст, располагаемый на баннере. В случае если ребёнок повернут к тексту, то внимание будет распределяться как на ребёнка, так и на текст, и человек сможет изучить предлагаемый ему контент внимательнее (рисунок). Фотография ребёнка всегда была привлекательной, и многие маркетологи при возможности прибегают к ее использованию, однако, если контекст не предполагает наличия ребёнка, стоит поместить фотографию человека, передающего эмоцию и посыл бренда. В этом случае, для привлечения внимания к контенту, человек должен указывать или смотреть в сторону того, что хочет презентовать компания [3].

Другим нейромаркетинговым инструментом является правильное использование шрифта, а именно его сложность. В ходе исследования, проведенного Хунджином Сонгом и Норбертом Шварцем из Мичиганского университета, было доказано, что люди, прочитавшие текст, набранный простым шрифтом, были более склонны принять предложение. Исследователи предположили, что желание людей выполнять упражнения будет зависеть от их продолжительности.



**Рисунок – Пример исследования точек внимание с помощью технологии айтрекинга**

Примечание – Источник: [2]

Первой группе предлагалось выполнять упражнения, записанные простым шрифтом, а второй группе предлагалось то же самое, но только написанное более сложным шрифтом [1, с. 107].

По итогу участники первой группы посчитали, что смогут выполнить упражнение за 8,2 минуты, а вторая группа оценила в 15,1 минуты, то есть практически вдвое меньше. Исходя из этого, желающих выполнить упражнения оказалось больше в первой группе. Но существует и обратная ситуация, когда стоит применять сложный шрифт: в случае продажи люкс-товара [1, с. 110]. В глазах потребителя это будет означать, что на создание товара потребовалось больше времени и усилий. Например, участники исследования оценили способности шеф-повара выше, когда видели более трудный шрифт. По результатам исследования становится понятно, что шрифт также, как и фоновую музыку, стоит подбирать в зависимости от деятельности предприятия.

Исследователи в 1930-е года сделали открытие: крысы, бегущие к еде по лабиринту, начинали быстрее двигаться, когда чувствовали, что становились ближе к цели. Данное открытие вполне можно и отобразить на поведении людей, то есть чем ближе цель, тем больше усилий прилагается. Данный метод можно эффективно использовать в программах лояльности. Например, если покупателям кофе выдать карточки, в которые ставятся штампы за покупку кофе, а затем за их определенное количество выдавать кофе бесплатно, то при изначальной выдаче карточки с 12 ячейками и 2 заполненными штампиками кофе будет покупаться чаще, чем с карточкой с 10 ячейками, но без штампов, хотя от клиентов требовалось одинаковое количество штампов. Это показывает, что внушение покупателям того, что цель уже частично достигнута помогает увеличивать продажи. Бесплатный билет на самолет, требующий от пассажира 30 тысяч километров полета, покажется клиенту более тяжелой целью, чем билет с 40 тысячами километрами, но с изначальной «подаренной» десяткой.

Эффективным способом увеличения продаж является копирайтинг. Ведь одна и та же информация, но написанная разными способами, может восприняться совершенно иным образом. Например, такое предложение как «пойти на хирургическое вмешательство, где 95% людей выживают» воспринимается более позитивно, чем «пережить операцию, влекущую смерть одного из

двадцати пациентов». Поэтому маркетологам следует тщательно выбирать, какие цифры использовать в общении с покупателями. В ходе эксперимента было выявлено, что люди считали рак на 32% более опасным заболеванием, если им говорили, что он убивает 1286 человек из каждых 10000, а не 12,86% [4, с. 59]. Разница состоит в том, что в первом случае речь шла о реальных людях. Это показывает, что если маркетологу по каким-либо причинам необходимо представить негативную информацию, то стоит её представить в процентах, а уже в случае донесения до публики позитивной информации, стоит использовать реальные числа. Например, хорошо звучит что «90% врачей рекомендуют нашу зубную пасту», но «девять из десяти врачей рекомендуют нашу зубную пасту» звучит ещё лучше.

Еще одним способом увеличения продаж с помощью копирайтинга является слово «бесплатно». Это демонстрирует результаты исследования, проведенного профессором Дэном Ариэли из Дьюкского университета (США, Северная Каролина), в ходе которого участникам предлагалось два вида шоколада по различным ценам. Первый шоколад «Kiss» – это недорогой сорт, второй шоколад «Lindt» – деликатес, который стоит на порядок больше. Изначально участникам предлагалась конфета на выбор, а именно «Lindt» за 15 центов (половина её реальной цены) и «Kiss» за 1 цент. Три четверти участников выбрали первую конфету, что вполне логично, ведь если учитывать ценность двух конфет, то выбор первой конфеты кажется выгоднее. Далее цена на каждую конфету была снижена на 1 цент (14 центов и бесплатно) [5]. Разница в ценах осталась прежней, но уже более двух третей участников выбрали бесплатную конфету «Kiss», а не «Lindt». Данный эксперимент показывает силу слова «бесплатно», ведь если условная доставка товара будет бесплатной, хотя, по сути, она будет включена в стоимость продукта, то это практически гарантированно может увеличить продажи.

Подводя итог, можно отметить, что не существует универсальных нейромаркетинговых приемов, которые смогли бы сработать на каждом предприятии. Каждое нововведение должно осуществляться исходя из специфики предприятия. Но тем не менее использование данных инструментов помогает значительно сэкономить денежные ресурсы, поэтому в современных рыночных условиях так важно постоянное изучение новой информации и её применение на практике.

#### **Список использованных источников**

1. Дули, Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули; пер. с англ. В. Рубинчика. – Минск: Попурри, 2022. – 336 с.
2. Cyberleninka [Электронный ресурс] / Воздействие музыки на поведение потребителя. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-muzyki-na-povedenie-potrebiteley/viewer>. – Дата доступа: 05.04.2023.
3. Elibrary [Электронный ресурс] / Нейромаркетинг как метод привлечения потребителя. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50142040>. – Дата доступа: 05.04.2023.
4. Цвейг, Джейсон Мозг и Деньги. Как научить 100 миллиардов нейронов принимать правильные финансовые решения / Джейсон Цвейг; [перевод с английского] – Москва, 2022. – 432 с.
5. The New York Times [Электронный ресурс] / Absolutely, Positively Free ... if You Think You Can Afford It. – Режим доступа: [https://www.nytimes.com/2009/07/06/books/06maslin.html?\\_r=2](https://www.nytimes.com/2009/07/06/books/06maslin.html?_r=2). – Дата доступа: 05.04.2023.

УДК 379.85

### **ОЦЕНКА ЖИТЕЛЯМИ РЕГИОНА ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КОМИ**

**Шамина Анастасия Романовна, студент-магистр,**

**Тестина Яна Сергеевна, к.э.н., доцент**

**Санкт-Петербургский государственный университет**

Shamina Anastasia Romanovna, master's student, [Shaminaanastasia@mail.ru](mailto:Shaminaanastasia@mail.ru),

Testina Yana Sergeevna, PhD in Economics, [y.testina@spbu.ru](mailto:y.testina@spbu.ru)

Saint Petersburg State University

**Аннотация.** В статье проанализированы данные, полученные в ходе социологического опроса жителей Республики Коми относительно имеющихся туристических ресурсов и факторов, сдерживающих развитие туристической сферы региона.

**Ключевые слова:** Республика Коми, популярные места, экологический туризм, этнический туризм, промышленный туризм, сдерживающие факторы.

Республика Коми на сегодняшний день не считается туристическим регионом России, не смотря на множество имеющихся ресурсов. С точки зрения развития в регионе промышленного туризма могут быть интересны объекты Сыктывкарского ЛПК (бывшего АО «Монди Сыктывкарский ЛПК»). Предприятие является одним из лидеров целлюлозно-бумажной промышленности и крупнейшим производителем бумаги в России [1]. К промышленному туризму могут быть отнесены и предприятия, связанные с добычей нефти и угля в регионе, которая активно началась с середины двадцатого века и имеет важное экономическое значение для Северо-Западного Федерального округа и страны до сих пор.

С точки зрения развития экологического туризма регион интересен и известен нетронутыми территориями. В первую очередь это Национальный парк «Югыд ва» и Печоро-Илычский биосферный заповедник, где в 1949 году появилась первая в России лосеферма. Эди природные объекты вместе также впервые в России в 1995 году были включены в список Всемирного наследия Юнеско под названием «Девственные леса Республики Коми» [4]. В 2018 году в регионе функционирует второй национальный парк - «Койгородский», созданный с целью сохранения уникального биологического разнообразия [5].

В регионе имеется возможность развивать этнический туризм. Коренной этнос региона Коми имеет свою культуру, богатую историю, язык, обычаи и традиции. У народа Коми есть своя национальная кухня, костюмы, танцы и обряды [3].

С точки зрения культурно-познавательного, исторического туризма имеет потенциал город Воркута, третий по величине в России город за полярным кругом. Воркута известна в России и в мире намного больше, чем столица Республики Коми Сыктывкар. Медленно, но верно вымирающий сегодня город приобрел наибольшую известность как колония Воркутлаг.

Путь от Москвы и Санкт-Петербурга до столицы Коми Сыктывкара занимает два часа на самолете, на поезде - больше суток. Тем не менее, представляется возможным, что при решении ряда, препятствующих развитию туризма в регионе проблем, возможно увеличить интерес к существующим объектам и увеличить поток туристов.

Данное решение уместно обосновать, с одной стороны, разгрузкой территорий Северо-Западного региона, перенасыщенных туристами сейчас – республика Карелия, Санкт-Петербург, Мурманская область. С другой стороны, более активным развитием экономики и сферы малого и среднего предпринимательства самого региона. Статистика региона подтверждает, что ежегодно население региона сокращается. «На снижение численности населения республики продолжает оказывать влияние миграционная убыль населения. В результате миграционных перемещений за шесть месяцев 2023 г. республика потеряла 929 человек, за шесть месяцев 2022 г. миграционная убыль составляла 2266 человек» [2]. Развитие малого бизнеса в сфере туризма, создание новых рабочих мест способно помочь решить данную проблему.

Для того чтобы ответить на вопрос – «С чего начинать развитие туризма в Республике Коми?» был проведен социологический опрос среди жителей Республики Коми. В опросе приняло участие 24 человека из разных районов и городов региона, большая часть опрошиваемых респондентов жители Сыктывкара, столицы Республики Коми.

Таблица 1. – Районы проживания опрошиваемых респондентов

Район проживания	Сыктывкарский ГО	Сыктывдинский МР	Койгородский МР	Корткеросский МР	Усть-Вымский МР	Ухтинский ГО	Усть-Куломский МР
Количество респондентов	12	3	4	1	2	1	1

Возраст опрашиваемых респондентов от 18 до 60 лет, уровень дохода сильно варьируется. Ниже в данной статье представлен анализ результатов данного опроса.

На вопрос «Часто ли к Вам приезжают друзья/знакомые из других регионов?» Большая часть респондентов (17 человек) ответила, что друзья/знакомые приезжают раз в несколько лет, что может свидетельствовать о низкой известности и привлекательности региона.

Сами же жители региона преимущественно любят отдых как внутри Республики Коми, так и за ее пределами (13 человек). Из опрашиваемых 8 человек предпочитают отдых в других регионах, 3 человека предпочитают отдыхать в Коми.

Важно отметить, что на вопрос «Хотелось бы Вам иметь возможность более разнообразно отдыхать в своем регионе?» 0 респондентов ответило, что их устраивает разнообразие отдыха в регионе сейчас, не смотря на то, что по данным в ходе опроса сделан вывод, что жители Коми по большей части любят отдыхать в своем регионе. Более того отметим, что на вопрос «Где Вы чаще проводите свой отпуск?» 8 респондентов ответили, что предпочитают отдыхать за пределами Республики Коми, однако при ответе на вопрос «Хотелось бы Вам иметь возможность более разнообразно отдыхать в своем регионе?» уже 5 респондентов дало ответ, что предпочли бы отдых в другом регионе. То есть при возможности более разнообразного отдыха часть жителей хотела бы остаться отдыхать в своем родном регионе.

Жители региона оценивают уровень развития туризма в регионе на среднем и ниже среднего уровне. На рисунке представлена шкала, где цифра 1 - туризм совсем не развит, 10 – туризм в регионе развит отлично. По рисунку видим, что большая часть респондентов оценивают уровень развития туризма региона на низком уровне. Жители Коми не считают, что туризм в их родном регионе развит на высоком уровне.

На вопрос «Где бы Вы порекомендовали остановиться своему знакомому/другу при посещении Сыктывкара?» часть респондентов, 9 человек посоветовали бы снять квартиру, 7 человек советуют остановиться у знакомых. И только 8 человек (33,3% опрашиваемых) рекомендовали бы своему другу при посещении Сыктывкара остановиться в отеле. Данный результат свидетельствует о низком уровне инфраструктуры в сфере гостиничного бизнеса и/или низкую известность отелей и гостиниц среди жителей региона.

При изучении территории Республики Коми выявлено, что наиболее перспективными видами туризма для развития являются экологический и этнический туризм. При обосновании этих понятий жителям Республики Коми также было предложено ответить, какой вид туризма на их взгляд наиболее успешно будет развиваться в регионе. В ходе вопроса были получены следующие ответы: 11 респондентов считают, что успешнее развивать этнический туризм. 13 респондентов считают, что эффективнее развивать туризм экологический. Стоит отметить, что незначительный перевес в сторону выбора респондентами экологического туризма может быть связан с тем, что экологический туризм уже существует на территории региона давно и постепенно развивается, в то время как этнический туризм находится в стадии застоя и практически не развивается в настоящее время. Также этнический туризм вероятнее всего больше может быть интересен туристам приездом, а не жителям самого региона, которые являются частью этноса Коми.

Также респондентам были заданы вопросы относительно привлекательных для туристов мест на территории региона, муниципального района или городского округа и города Сыктывкар, как столицы Республики Коми и места, из которого может начинаться любое путешествие по региону.

Ниже представлены наиболее популярные ответы респондентов.

Таблица 2. – Наиболее популярные места региона по мнению жителей РК

Туристические места региона	Плато Маньпупунер	НП «Югыд ва»	Воркута	Сыктывкар	Параськины озера	Озеро Кадам	Усть-Цилемская горка
Количество рекомендаций	13	9	3	3	3	3	3

По таблице можно сделать вывод, что в регионе действительно много мест, которые могут быть использованы как объекты экологического туризма. Из перечисленных мест больше всего популярны у приезжающих в регион туристов сегодня Уральские горы, часть которых расположена на территории Национального парка «Югыд ва», намного меньше пользуются известностью озера, расположенные в муниципальных районах Усть-Куломский – озеро Кадам, Ухтинском городском округе – Параськины озера.

Далее представлена таблица популярных мест в районах и городских округах. Таблица составлена автором статьи по данным опроса, в таблице представлены наиболее интересные места, способные быть вовлеченными в туристический маршрут.

Таблица 3 – Наиболее популярные места МР и ГО по мнению жителей региона

Туристические места МР и ГО	с. Ыб, этнопарк	Коквицкая гора	НП «Койгородский»	Причудливая роща	д. Кони	д. Еляты
Расположение	Сыктывдинский МР	Усть-Вымский МР	Койгородский МР	Корткеросский МР	Княжпогостский МР	Сыктывдинский МР
Интерес для туристов	Чум оленевода, экскурсия, веревочный парк	Историческое место сплетения православия и Коми язычества	Неизведанная природа, экскурсии,	Интересное природное место, связанное с мистикой	Колоритная деревня 17 века	Круглогодичная база отдыха

По таблице видим, что на территории муниципальных районов и городских округов Республики Коми есть места, способные привлечь туристов не только с точки зрения экологического туризма, но и с точки зрения этнического и культурно-познавательного туризма.

Респондентам было предложено назвать места, которые они рекомендуют к посещению туристам, приехавшим в Сыктывкар. Далее приведен список мест, от самого популярного к менее популярному по рекомендациям: историческая часть города, Свято-Стефановский кафедральный собор, этнографический музей, драматический театр им. Виктора Савина, Национальная галерея, Револют-центр, памятник букве «ö».

Исходя из данного списка, можно сделать вывод, что туристу, приехавшему в Сыктывкар, может быть интересно находиться в городе в течение 1-2 дней.

В ходе данного опроса было выявлено отношение жителей Республики Коми к отдыху внутри региона, оценен уровень развития туризма, названы основные достопримечательности, которые могут быть интересны туристам, приехавшим в регион. По завершении опроса можно сделать вывод, что Республика Коми имеет достаточное количество разных по направленности ресурсов, которые можно использовать для развития сферы туризма. Однако туризм в Республике Коми находится на низком уровне и его развитие происходит крайне медленно. Респондентам опроса было предложено ответить на вопрос, что сдерживает развитие туризма в Коми, результаты вопроса представлены на рисунке ниже.

По рисунку видим, что большая часть респондентов 87,5% отметили недостаточную поддержку от государства и органов местной власти. Также в равных процентных соотношениях 62,5% жителями региона отмечены такие проблемы как неудовлетворительное качество дорожного покрытия и отсутствие у региона собственного бренда, узнаваемого за пределами региона.

Данный опрос позволил выявить основные векторы развития туризма в Республике Коми, найти новые потенциально привлекательные для приезжающих туристов места, выявить проблемы, сдерживающие развитие туризма, с которыми необходимо работать.

#### Список использованных источников

1. Акционерное общество «Сыктывкарский ЛПК» Лидер бумажной отрасли // Официальный сайт предприятия: оф. сайт., 2024 – URL: <https://slpk.com/> (дата обращения: 11.04.2024).

2. Демографическая ситуация в Республике Коми за первое полугодие 2023 года // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по республике Коми: сайт., 2024 – URL: <https://11.rosstat.gov.ru/news/document/215095> (дата обращения: 12.04.2024).

3. Коми // Медиапроект гильдии межэтнической журналистики: сайт. – URL: <https://nazaccent.ru/nations/коми/> (дата обращения: 11.04.2024).

4. Место на карте: Девственные леса Коми // Культура. РФ: сайт., 2024 – URL: [https://www.culture.ru/s/lesa\\_komi/](https://www.culture.ru/s/lesa_komi/) (дата обращения: 12.04.2024).

5. Проводник по Коми: Национальный парк «Койгородский» // Информационное агентство «Комиинформ» сайт. – URL: <https://komiinform.ru/news/232886> (дата обращения: 11.04.2024).

# БАНКОВСКИЙ БИЗНЕС И ФИНАНСОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336.74

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ОНЧЕЙН-АНАЛИЗА НА ПРИМЕРЕ ОСНОВНЫХ КРИПТОВАЛЮТ ПЛАТФОРМЫ DZENGI.COM

Андрейчук Кирилл Эдуардович, студент,  
Матяс Александр Анатольевич, к. э. н., доцент  
Полесский государственный университет  
Andreychuk Kirill Eduardovich, student, startupme2023@gmail.com,  
Matyas Alexander Anatolievich, PhD in Economics, alexandermatyas@yandex.ru  
Polessky State University

**Аннотация.** Разработали алгоритмы ончейн-анализа и апробировали их на реальных данных биржи dzengi.com в части активности трейдеров, криптокошельков и крупных транзакций.

**Ключевые слова:** ончейн-анализ, блокчейн, криптовалюты, биржа dzengi.com, алгоритмы, транзакции.

Dzengi.com представляет собой инновационную криптовалютную биржу, ориентированную на рынки стран СНГ, прежде всего Республики Беларусь. Она была основана в 2019 году в Минске под первоначальным названием Currency.com. На данный момент dzengi.com предлагает трейдерам более 1700 различных финансовых инструментов, среди которых криптовалюты, ценные бумаги, рыночные индексы и прочие активы [1].

Компания работает в строгом соответствии с законодательством Республики Беларусь, в частности, в соответствии с Декретом Президента Республики Беларусь № 8 от 21.12.2017 “О развитии цифровой экономики“, и регулируется Парком высоких технологий РБ [2].

Диверсифицировать свой инвестиционный портфель клиенты dzengi.com могут с помощью криптовалют. Они получают доступ к мировым финансовым рынкам и используют для торговли Bitcoin, Ethereum и другие популярные цифровые валюты.

Алгоритм ончейн-анализа — это последовательность действий по сбору, обработке и анализу данных из блокчейна криптовалюты или токена с целью извлечения полезной информации и прогнозирования развития ситуации на рынке [3].

Первый алгоритм будет отслеживать изменение ежедневных объемов торгов по каждой из этих монет в долларовом эквиваленте. Это позволит определять активность трейдеров и спрос на конкретные криптоактивы со стороны инвесторов биржи. Ежедневные объемы торгов топ криптовалют на Dzengi.com мы можем посмотреть в открытом доступе на сайте самой биржи или на сторонних ресурсах вроде CoinMarketCap. Проанализировав динамику этих объемов за анализируемый период, мы сможем сделать выводы об активности трейдеров [4].

Второй алгоритм проанализирует количество активных кошельков, которые участвовали в транзакциях с данными монетами на протяжении последних 30 дней. Рост этого показателя будет свидетельствовать об увеличении интереса со стороны держателей. Данные по количеству активных кошельков за 30 дней доступны через сервисы вроде Blockchain, Etherscan и Santiment [5].

Третий алгоритм будет основан на анализе крупных транзакций (объемом от 100 000 долларов, 1 млн. долларов) с данными криптовалютами. Мы будем фиксировать адреса отправителей и получателей таких транзакций, а также отслеживать балансы соответствующих кошельков. Отследить крупные транзакции можно через блокчейн-эксплореры, а профили и балансы наиболее активных адресов/кошельков проанализировать отдельно с помощью того же Etherscan.

Это позволит сделать профилирование крупных игроков на рынке Dzengi.com — как институциональных инвесторов, так и криптовалютных китов. На основе их транзакций можно будет делать выводы об общем настроении профессиональных участников торгов.

Разработанные алгоритмы были опробованы на реальных данных с биржи dzengi.com. Это позволило понять, насколько эффективно работают данные методы, какую именно ценную информацию они способны извлекать из ончейн-данных этой криптовалютной биржи.

Для проведения анализа динамики объемов торгов криптовалютами на платформе Dzengi.com был взят период с 1 октября 2023 года по 30 ноября 2023 года. Данный период был выбран, чтобы:

- охватить актуальные на момент анализа данные;
- исключить случайные краткосрочные колебания и спекулятивные всплески;
- увидеть общие тенденции на протяжении двух месяцев.

Анализ данных об объемах торгов ключевыми криптовалютами за анализируемый период позволяет выявить следующие тенденции:

1. В субботу и воскресенье активность на рынке снижается, объемы торгов Bitcoin, Ethereum и другими монетами падают на 40-70% по сравнению с буднями.
2. Самые низкие объемы обычно фиксируются по воскресеньям.
3. Максимальные значения в последние недели приходились на период со среды по пятницу.
4. В эти дни суммарный дневной объем торгов анализируемыми криптовалютами был на 40-60% выше средних показателей.

Это свидетельствует о большей активности трейдеров в рабочие дни по сравнению с выходными. Вероятно, цикл "будни — уикенд" влияет на выбор торговых стратегий. А середина недели — время наиболее интенсивной деятельности криптобирж. Повышенная волатильность и усиление ценовых колебаний в эти дни могут быть связаны именно с ростом активности ключевых участников рынка — крупных инвесторов, фондов, бирж.

Стоит отметить, что среди всех торгуемых криптоактивов безоговорочным лидером является Bitcoin (BTC), на долю которого приходится 53-67% совокупного объема, а Ethereum (ETH) занимает 30-35%.

Проанализировав динамику объемов торгов и обнаружив некоторые закономерности, теперь следует сосредоточиться на активности криптокошельков и возможностях ее использования для принятия инвестиционных решений.

Стремительный рост числа адресов по средам или четвергам также может быть признаком повышенной активности. Кроме того, приток новых игроков (увеличение уникальных адресов) тоже подтверждает растущий интерес к криптовалютам.

Изучение данных по активности биткоин-кошельков за октябрь-ноябрь позволяет выявить интересные закономерности. На 15 октября наблюдалась низкая активность адресов при цене около \$27 500. Но к концу месяца она начала расти, что совпало с подъемом котировок BTC до \$29 400 к 22 октября. Особенно показателен всплеск активности кошельков с 23 октября. За неделю их количество выросло более чем на 12%, чему сопутствовало стремительное ралли биткоина с \$29 500 до \$34 600 к 27 октября. При этом пиковые объемы торгов на биржах также пришлись на 24-27 октября. Это наглядно демонстрирует, как увеличение числа активных инвесторских кошельков является хорошим предвестником скорого роста спроса и цен. Анализируя эти метрики, трейдеры могли своевременно занять выгодные длинные позиции и заработать на бычьем тренде.

В первой половине октября повышенная активность адресов наблюдалась на фоне снижения цены ETH с \$1705 до \$1510. Вероятно, это связано с оттоком монет с кошельков на биржи для продажи во время нисходящего тренда. Обращает на себя внимание резкий рост количества активных адресов 20 октября. При этом стоимость Ethereum тогда еще не изменилась, и лишь через несколько дней начался рост. Возможно, в этот момент происходило накопление монет крупными игроками с последующим перемещением на кошельки в ожидании бычьего рывка. Подтверждением этой гипотезы служит новый пик активности адресов 9 ноября, за которым последовало очередное ралли цены ETH выше отметки \$2100.

На основе проведенного анализа динамики активных криптовалютных кошельков Bitcoin и Ethereum можно сделать следующее ключевое заключение:

резкие всплески числа новых BTC и ETH адресов с высокой вероятностью сигнализируют о скором усилении бычьих/медвежьих трендов под влиянием накапливающегося на рынке спроса/предложения;

комбинированный анализ активности кошельков с фактическими ценовыми данными позволяет делать качественные прогнозы относительно направления движения цены и строить выигрышные инвестиционные стратегии на основе этих прогнозов.

Используя инструменты блокчейн-аналитики, такие как santiment, отследим транзакции с BTC и ETH объемом от \$100 000 за последний месяц. Сфокусируемся на нескольких наиболее актив-

ных кошельках-получателях, изучим балансы этих адресов, динамику поступлений средств, количество транзакций [5].

На основе ончейн-данных о крупных игроках определим текущий настрой профессиональных участников рынка BTC и ETH — преобладание покупок или продаж, стратегию накопления или распродажи. Затем сопоставим с актуальными ценовыми трендами этих криптовалют.

Анализ данных о количестве BTC транзакций свыше \$1 млн и активных адресов с 16 по 21 октября показывает резкий рост числа крупных транзакций (в 1,5-2 раза относительно предыдущей недели) при неизменном количестве активных адресов. Это с высокой вероятностью говорит о перемещении средств между крупными держателями биткоинов (китами или институтами). И лишь после этого на фоне роста цены активизировались розничные инвесторы.

Резкий рост числа крупных транзакций ETH (свыше \$100 000) приходится на стартовые точки значительного роста цены. Всплески наблюдались 20 октября и 9 ноября, после чего следовали ралли. Видна закономерность: сначала идет движение крупных игроков, перемещающих большие объемы монет, а затем подключаются рядовые инвесторы, на что указывает рост количества активных адресов. Это еще раз подтверждает важность отслеживания движения средств по блокчейну для понимания текущей ситуации на рынке и прогнозирования скорого взлета или падения цен на основе активности ключевых холдеров.

В рамках данного практического исследования мы разработали 3 алгоритма для ончейн-анализа топ-криптовалют на примере биржи Dzengi.com:

- анализ объемов торгов;
- мониторинг активных адресов;
- отслеживание крупных транзакций.

Затем эти алгоритмы были опробованы в действии посредством анализа реальных ончейн-данных о динамике Bitcoin и Ethereum за анализируемый период с использованием открытых источников [4].

В ходе анализа ончейн-метрик мы обнаружили две значимые корреляции:

увеличение числа активных BTC и ETH адресов с некоторой задержкой во времени ведет к последующему росту цен на эти криптовалюты. Данный индикатор эффективно сигнализирует о приближающемся бычьем тренде;

резкий рост количества крупных транзакций предшествует значительным ценовым движениям. Это позволяет отслеживать активность китов и крупных инвесторов как предвестник ралли или существенной коррекции.

Таким образом, мониторинг количества активных адресов и крупных транзакций дает возможность прогнозировать будущую динамику цен на криптовалюты. Всплески активности служат важными сигналами для принятия инвестиционных решений и корректировки торговых стратегий.

Ончейн-анализ может быть эффективен при краткосрочном инвестировании, но наиболее полезен для идентификации среднесрочных и долгосрочных трендов. Он позволяет понять настроения крупных игроков, выявить тренды, принять обоснованные решения о покупке или продаже, а также определить потенциальные точки входа и выхода из рынка на основе активности китов. Для большинства участников рынка эти метрики помогают получить представление о состоянии сети и направлении движения цены для активного накопления криптоактивов. В связи с этим, внедрение ончейн-анализа в свою инвестиционную стратегию может дать значительные преимущества и повысить вероятность принятия прибыльных решений.

#### **Список использованных источников**

1. Dzengi.com в Беларуси. 2023 // Dzengi.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzengi.com/ru/in-belarus>. – Дата доступа: 01.04.2024.
2. Декрет № 8 от 21 декабря 2017 г. О развитии цифровой экономики, Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://president.gov.by/ru/official\\_documents\\_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabnja-2017-g-17716/](http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabnja-2017-g-17716/). – Дата доступа: 01.04.2024.
3. What is On-chain Analysis and Tools to Visualize On-Chain Data 3 // CoinGecko [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.coingecko.com/learn/on-chain-analysis>. – Дата доступа: 01.04.2024.
4. Предоставление данных криптовалютной биржи dzengi.com // CoinMarketCap [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coinmarketcap.com/exchanges/currency-com>. – Дата доступа: 01.04.2024.

УДК 338

## ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «СПАРТАК»

Бухтик М.И., к.э.н.,

Гороховик Ксения Викторовна, студент

Полесский государственный университет

Bukhtik M.I., PhD in Economic, Associate Professor, buhtik.m@polessu.by,

Gorohovik Kseniya Viktorovna, student, kseniagorohovik50@gmail.com

Polessky State University

**Аннотация.** Статья посвящена анализу проблем управления дебиторской задолженностью на примере кондитерской фабрики ОАО «Спартак». На основе анализа выявлены основные проблемы и предложены меры по совершенствованию управления дебиторской задолженностью.

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, управление дебиторской задолженностью, факторный анализ, эффективность.

В современных экономических условиях управление дебиторской задолженностью – это актуальная проблема для многих белорусских предприятий [1].

В качестве объекта анализа эффективности управления дебиторской задолженностью выбрана кондитерская фабрика «Спартак». Основными видами продукции являются: карамель, конфеты, шоколад, печенье, вафельные изделия, торты, которых на сегодняшний день выпускается около 350 наименований. Около 70% продукции реализуется на внутреннем рынке, остальная – экспортируется в различные страны, включая Австралию, Вьетнам, Грузию, Израиль, Казахстан, Россию и США. [2].

Рассмотрим динамику выручки от реализации и себестоимости продукции ОАО «Спартак» в соотношении друг к другу в динамике за последние три года.



Рисунок 1. – Динамика показателей выручки от реализации и себестоимости продукции ОАО «Спартак» в 2020-2022 гг., тыс. руб.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Отметим тенденцию объемов выручки к постоянному росту. За последние 3 года показатель вырос на 73,27% и составил в 2022 г. 242317 тыс. руб. При этом себестоимость также характеризуется постоянным ростом: +55799 тыс. руб. (+42,65%) за период 2020-2022 гг. Однако рассмотренные доли себестоимости в выручке позволяет сделать вывод о снижении данного показателя: с 93,55% в 2020 г. до 77,02% в 2022 г. Основная деятельность фабрики является эффективной, на что указывает превышение размера выручки от реализации над себестоимостью продукции в течение всего рассматриваемого периода.

Рассмотрим основные показатели финансово-экономической деятельности ОАО «Спартак» с целью оценки эффективности ее деятельности.

Таблица 1. – Показатели финансово-экономической деятельности ОАО «Спартак» за период 2020-2022 гг., тыс. руб.

Показатель	Год			Абсолютное отклонение 2022 г. к 2020 г., тыс. руб.	Темп роста (снижения) 2022 г. к 2020 г., %
	2020	2021	2022		
Валовая прибыль	25169	32417	55685	30 516	221,24
Управленческие расходы	4068	4873	7135	3 067	175,39
Расходы на реализацию	12082	14379	18119	6 037	149,97
Прибыль от реализации	9019	13165	30431	21 412	337,41

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Опираясь на данные, представленные в табл. 1, можно сделать вывод о росте валовой прибыли за 3 года более чем в 2 раза (+30 516 тыс. руб. или +121,24%), что свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия. Следующий показатель – прибыль от реализации – характеризует основную деятельность предприятия, связанную с реализацией продукции. Несмотря на рост управленческих расходов (+75,39%) и расходов на реализацию (49,97%), влияющих на данный показатель, на протяжении всего периода прибыль характеризуется стабильным ростом: в 2022 г. размер показателя составил 30 431 тыс. руб., что больше значения 2020 г. на 21 412 тыс. руб. или 237,41%.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о положительном развитии ОАО «Спартак» за период 2020-2022 гг.

Проанализируем состояние дебиторской задолженности в ОАО «Спартак» в динамике за 2020-2022 г. с целью выявления возможных проблем в управлении и предложения мероприятий, направленных на повышение эффективности управления дебиторской задолженностью на предприятии (табл. 2).

Таблица 2. – Структура краткосрочных активов ОАО «Спартак» в сравнении за 2020 и 2022 гг.

Показатель	2020 г.		2022 г.		Отклонение 2022 к 2020 г.		Темп роста 2022 к 2020 г., %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, п.п.	
Краткосрочные активы	74 062	100	114778	100	40 716	-	154,98
Запасы	28 310	38,22	36 047	31,41	7 737	-6,82	127,33
Расходы будущих периодов	103	0,14	195	0,17	92	0,03	189,32
НДС по приобретённым работам, товарам	51	0,07	34	0,03	-17	-0,04	66,67
Краткосрочная дебиторская задолженность	32 646	44,08	65 634	57,18	32 988	13,10	201,05
Краткосрочные финансовые вложения	3 461	4,67	2 526	2,20	-935	-2,47	72,98
Денежные средства и их эквиваленты	9 491	12,81	10 342	9,01	851	-3,80	108,97

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4]

На основе анализа, проведенного в табл. 2, выявлен стабильный рост краткосрочных активов в ОАО «Спартак» в течение всего рассматриваемого периода. Отметим, что запасы (31,41% в 2022 г.) и краткосрочная дебиторская задолженность (57,18% в 2022 г.) занимают за период 2020-2022 гг. наибольший удельный вес, доля последнего показателя стабильно растет. Краткосрочная дебиторская задолженность характеризуется значительным приростом в 2022 г. в сравнении с 2020 г.: +32 918 тыс. руб. (или +101,05%). С одной стороны, рост дебиторской задолженности может являться проблемой для компании, но также он может быть обратной стороной роста продаж.

Таблица 3. – Структура дебиторской задолженности ОАО «Спартак» в динамике за 2020-2022 гг.

Наименование показателя	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Отклонение 2022 г. к 2020 г., п.п.
Дебиторская задолженность, %	100	100	100	-
Краткосрочная дебиторская задолженность, %	99,89	99,93	99,96	0,11
Долгосрочная дебиторская задолженность, %	0,11	0,07	0,04	-0,07
Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности	1,30	1,53	1,86	0,56

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4]

Исходя из данных таблицы 3, значительных изменений в структуре дебиторской задолженности в течение анализируемого периода не выявлено. В 2022 г. наибольший удельный вес занимает краткосрочная дебиторская задолженность (99,96%), наименьший – долгосрочная (0,04%).

Анализ соотношения дебиторской и кредиторской задолженности за период 2020-2022 гг. показывает, что в 2020 г. этот показатель был равен 1,30, а в 2022 г. он вырос до 1,86 (табл. 3). Следовательно, организация платежеспособна, так может погасить свои долги за счет долгов, которые ей возвращают.

Проанализируем оборачиваемость дебиторской задолженности ОАО «Спартак».

Таблица 4. – Оборачиваемость дебиторской задолженности ОАО «Спартак» в динамике за 2020-2022 гг.

Наименование показателя	Год			Отклонение	
	2020	2021	2022	2022 г. от 2020 г.	2022 г. от 2021 г.
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	4,21	4,48	4,26	0,05	-0,22
Период оборачиваемости дебиторской задолженности	85,5	80,4	84,5	-1,2	4,05

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

Анализируемые в табл. 4 показатели демонстрируют нестабильность.

Таблица 5. – Расчет факторов, повлиявших на коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности ОАО «Спартак»

Показатель	Методика расчета	Расчет	Результат
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности в 2021 г. (КДЗ <sub>21</sub> )	$\frac{B_{21}}{ДЗ_{21}}$	$\frac{180\ 526}{40\ 322}$	4,48
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности в 2022 г. (КДЗ <sub>усл1</sub> )	$\frac{B_{22}}{ДЗ_{21}}$	$\frac{242\ 317}{40\ 322}$	6,01
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности в 2022 г. (КДЗ <sub>22</sub> )	$\frac{B_{22}}{ДЗ_{22}}$	$\frac{242\ 317}{56\ 827}$	4,26
Общее изменения коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности (ΔКДЗ)	КДЗ <sub>22</sub> – КДЗ <sub>21</sub>	4,26– 4,48	– 0,22
Изменение оборачиваемости дебиторской задолженности за счет влияния факторов:			
За счет изменения выручки от реализации ΔКДЗ <sub>(в)</sub>	$\Delta КДЗ_{(в)} = КДЗ_{усл1} - КДЗ_{21}$	6,01 – 4,48	1,53
За счет изменения среднегодовой дебиторской задолженности	$\Delta КДЗ_{(дз)} = КДЗ_{22} - КДЗ_{усл1}$	4,26 – 6,01	– 1,75
Общее изменения коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности (ΔКДЗ)	$\sum \Delta КДЗ$	1,53 – 1,75	– 0,22

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

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности вырос в 2022 г. по сравнению с 2020 г. на 0,05, однако в отношении 2021 г. произошло его снижение на 0,22. Существует обратная

зависимость между коэффициентом оборачиваемости и периодом обращения. В 2022 г. в сравнении с 2021 г. произошло снижение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности, и, как следствие, вырос период оборачиваемости на 4,05. Это указывает на замедление оборачиваемости и снижение способности фабрики эффективно взыскивать свою дебиторскую задолженность.

Проанализируем факторы, повлиявшие на коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (табл. 5).

Таким образом, по результатам расчетов видно, что значение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности в 2022 г. по сравнению с 2021 г. снизилось на 0,22. На данное изменение оказали влияние следующие факторы: рост выручки от реализации на 61 791 тыс. руб. способствовал увеличению коэффициента оборачиваемости на 1,53; увеличение среднегодовой дебиторской задолженности на 16 505 тыс. руб., в свою очередь, обусловил снижение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности на 1,75.

Как было отмечено ранее, прибыль от реализации показывает стабильный рост. Проанализируем факторы, повлиявшие на значения прибыли от реализации продукции (табл. 6).

Таблица 6. – Расчет факторов, повлиявших на прибыль от реализации продукции ОАО «Спартак»

Показатели	2021 г.	2022 г.	Отклонение	Расчет влияния факторов
Средняя дебиторская задолженность	$\overline{ДЗ}_0$ = 40 322	$\overline{ДЗ}_1$ = 56 827	$\overline{\Delta ДЗ}$ = +16 505	$\Delta П_{\text{Коб}} = \overline{\Delta ДЗ} * \text{Коб}_0 * R_{\text{пр}0} = 16\ 505 * 4,48 * 0,0729 = 5\ 390,40$
Оборачиваемость дебиторской задолженности	$\text{Коб}_0 = 4,48$	$\text{Коб}_1 = 4,26$	$\Delta \text{Коб} = -0,22$	$\Delta П_{(\overline{ДЗ})} = \overline{ДЗ}_1 * \Delta \text{Коб} * R_{\text{пр}0} = 56\ 827 * (-0,22) * 0,0729 = -911,39$
Рентабельность продаж	$R_{\text{пр}0} = 7,29$	$R_{\text{пр}1} = 12,56$	$\Delta R_{\text{пр}} = 5,27$	$\Delta П_R = \overline{ДЗ}_1 * \text{Коб}_1 * \Delta R_{\text{пр}} = 56\ 827 * 4,26 * 0,0527 = 12\ 757,78$

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

Анализируя полученные данные, можно сделать вывод, что увеличение средней дебиторской задолженности в 2022 г. на 16 505 тыс. руб. способствовало росту прибыли от реализации продукции на 5 390,40 тыс. руб. За счет снижения оборачиваемости дебиторской задолженности на 0,22 произошло снижение прибыли на 911,39 тыс. руб. Рост рентабельности продаж, в свою очередь, обусловил рост прибыли от реализации на 12 757,78 тыс. руб.

Таким образом, несмотря на то, что основная деятельность ОАО «Спартак» является эффективной, в результате анализа также был выявлен рост краткосрочной дебиторской задолженности за рассматриваемый период в 2 раза. Значительный рост дебиторской задолженности может привести к снижению платежеспособности фабрики, а в будущем – к банкротству.

С целью улучшения управления дебиторской задолженностью на фабрике «Спартак» предлагается следующее:

- внедрение программного обеспечения для управления дебиторской задолженностью, которое позволит автоматизировать процессы учета и контроля задолженности;
- использование методов прогнозирования и моделирования для оценки будущей дебиторской задолженности, что позволит предприятию более точно планировать свои финансовые потоки и ресурсы;
- использование методов прогнозирования и моделирования для более точного планирования финансовых потоков и ресурсов предприятия;
- проведение анализа причин просрочки платежей и внедрение мероприятий для их предотвращения в будущем;
- регулярный мониторинг и оценка результатов принятых мероприятий, что позволит скорректировать стратегию управления при необходимости.

#### Список использованных источников

1. Бухтик, М.И. Финансовый менеджмент : учебно-методическое пособие / М.И. Бухтик. – Пинск : ПолесГУ, 2021. – 386 с.

2. О компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spartak.by/about\\_us/](https://spartak.by/about_us/). – Дата доступа: 28.02.2024.

3. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Спартак» за 2020-2022 год.

4. Бухгалтерский баланс ОАО «Спартак» за 2020-2022 год.

УДК 339.138:09

## **BIG DATA ANALYSIS AND MODELS AS A UNIQUE OPPORTUNITY FOR SOLVING BUSINESS PROBLEMS**

**Wang Xu, postgraduate student, midixiaozi@163.com**  
**Kievich A.V., Professor of the Department of Financial Management,**  
**Doctor of Economics, Professor, a.v.kievich@yandex.ru**

**Polessky State University**

Ван Сюй, аспирант,

Киевич Александр Владимирович, д.э.н., профессор

Полесский государственный университет

**Annotation.** The article analyzes the introduction into practice of a large volume of digitized information - Big Data, which is a variety of data coming at a higher rate and the volume of which is constantly growing, which provides a completely new approach to solving business problems.

**Keywords:** Big data, storage platforms, information architecture, volumetric storage, new discoveries, business challenges.

As we have mentioned in our publications earlier, big data is a variety of data arriving at a higher rate, the volume of which is constantly growing. And they are attributed three main properties - diversity, high arrival rate and large volume [1].

And in simple words, big data is larger and more complex data sets, especially from new data sources. The size of these datasets is so large that traditional processing programs can no longer handle them. However, this big data can be used today to solve business problems that could not be solved before [2].

Big data also has its advantages:

1. Big data makes it possible to get more complete answers because it provides more information.

2. More detailed answers mean you can be more confident in the reliability of the data obtained, which provides a completely new approach to problem solving [3].

Still, how exactly does big data work? Big data allows you to extract valuable new insights that open up new opportunities and business models. But in order to get started with big data, you must first perform three actions.

1. Integration

Big data technology makes it possible to combine data from disparate sources and applications. Traditional integration mechanisms such as data extraction, transformation, and loading (ETL) tools are no longer up to the task. New strategies and technologies are needed to analyze data sets as large as terabytes, or even petabytes. And during the integration phase, data is added, processed and formatted to make it easier for enterprise analysts to work with it.

2. Management

Big data requires voluminous storage. The storage solution can be hosted on-premises or in the cloud, or both. You can store data in your preferred format and apply the desired processing requirements (and necessary processing mechanisms) to data sets as needed. Most organizations choose their own storage solution depending on where the data is currently stored. Today, cloud storage has begun to grow in popularity because it supports current computing requirements and allows resources to be leveraged on an as-needed basis.

3. Analysis

Investing in big data will pay off when you start analyzing the data and taking action based on the insights you gain. In doing so, bring a new level of transparency by visually analyzing diverse data sets. Use deep data analysis to make new discoveries. Share your discoveries with others. Create data models using machine learning and artificial intelligence. Put your data into action.

Next, let's give some examples of big data use cases. And as we've already discovered, big data can be applied to a wide variety of businesses, from customer interaction to analytics. Here are just a few of the practical use cases below.

Product development. Companies like Netflix, Procter & Gamble, and others are using big data to predict consumer demand. They classify key attributes of existing and discontinued products and services and model the relationships between these attributes and the commercial success of offerings to create predictive models for new products and services. In addition, P&G utilizes data and statistics from focus groups, as well as social media, from market tests and trial sales, and then launches new products [4].

Maintenance Management. Factors that predict mechanical failures can be hidden in the depths of structured data, such as year, make and model of equipment, or in unstructured data, such as logs, sensor data, error messages and engine temperature information. By analyzing indicators of potential problems before they occur, organizations can improve the cost-effectiveness of maintenance and maximize the life of parts and equipment.

Interaction with customers. The battle for customers is in full swing. Today, it's easier than ever to get accurate data on customer experience. Big data allows you to extract useful insights from social media, website traffic and other sources, so you can improve your customer interactions and make your offerings as useful as possible. And this will ensure an individual approach, reduce the outflow of the client base and prevent problems from arising.

Detecting unauthorized access and meeting regulatory requirements. When it comes to security, it's not just a couple of hackers: you have entire teams of experienced professionals against you. And regulations and security standards are constantly changing. Big data allows you to identify fraud patterns and collect significant amounts of data to accelerate regulatory reporting.

Machine learning. Machine learning is one of the most popular topics of discussion today. And data, especially big data, is one of the reasons for this popularity. And as of today, we can already train machines instead of programming them. It is the availability of big data that has made this possible [5].

Operational efficiency. Operational efficiency is rarely a hot topic, but this is where big data plays its most significant role. Big data allows you to access and analyze production data, customer sentiment and revenue, and analyze these and other factors to reduce downtime and predict future demand. Big data also enables better decisions to be made based on market demand.

Innovation implementation. Big data allows you to identify interdependencies between users, institutions, and companies, implement them, and identify new ways to apply the insights. It is necessary to constantly use the results of data research to improve the efficiency of financial decisions and planning, to study the trends and desires of customers to produce new products and services, to implement dynamic pricing. As you can see, the possibilities of big data are truly limitless.

Thus, after analyzing the material above, we can suggest best practices when working with big data (*which we recommend adhering to in order to create a solid foundation for working with big data*).

1. Align big data insights with business objectives. Larger data sets enable new discoveries. It is therefore important to plan investments in talent, organization and infrastructure based on clearly defined business objectives to ensure continued investment and funding. To understand if you're on the right track, ask yourself how big data supports business and IT priorities and contributes to critical goals. For example, it could be filtering web logs to understand online shopping trends, analyzing customer feedback on social media and customer service interactions, and exploring statistical correlation techniques and matching them to customer, product, manufacturing and design data [6].

2. Use standards and guidelines to address skills gaps. Skills gaps are one of the most significant barriers to realizing value from big data. This risk can be mitigated by integrating big data technologies, plans, and decisions into the IT management program. Standardizing the approach will help manage costs and resources more effectively [7]. When implementing big data solutions and strategies, it is important to assess the required level of competence in advance and take steps to address skill gaps. This may involve training or retraining existing staff, hiring new specialists, or using consulting firms.

3. Optimize knowledge transfer through centers of excellence. Use centers of excellence to share knowledge, monitor and manage project communication. Whether you are starting or continuing with big data, hardware and software costs should be spread across all parts of the organization. This structured and systematized approach helps to empower big data and increase the maturity of the information architecture as a whole.

4. Harmonizing structured and unstructured data brings the greatest benefits. Analyzing big data is valuable on its own. But you can extract even more useful insights by matching and integrating low-density big data with the structured data you already use [8].

No matter what data you collect: customer, product, equipment or environmental data, the goal is to add more relevant pieces of information to benchmarking and analytical summaries, and provide more accurate conclusions. For example, it is important to distinguish the attitudes of all customers from those of the most valuable customers. This is why many organizations see big data as an integral part of their existing business intelligence toolkit, data warehousing platforms and information architecture.

Keep in mind that big data processes and models can be performed and developed by both humans and machines. The analytical capabilities of big data include statistics, spatial analysis, semantics, interactive exploration and visualization. Using analytical models allows you to relate different types and sources of data to make connections and extract useful insights.

Ensure the productivity of data science labs. Discovering useful insights in data is not always without challenges. Sometimes we don't even know exactly what we're looking for. This is normal. Management and IT professionals should be sympathetic to the lack of a clear purpose or requirement.

At the same time, data analysts and data scientists need to work closely with business units to be clear about where the gaps are and what the business requirements are. High-performance work environments are required to enable interactive data exploration and the ability to experiment with statistical algorithms. Ensure that test environments have access to all necessary resources and are properly controlled.

5. Align with the cloud operating model. Big data technologies require access to a wide range of resources for iterative experimentation and ongoing production tasks. Big data solutions cover all areas of operations, including transactional, master, benchmark, and summary data. Test environments for analyses must be created on demand. Resource allocation management plays a critical role in ensuring control of the entire data flow, including pre-processing, post-processing, integration, database summarization and analytical modelling. A well-planned private and public cloud provisioning and security strategy is a key to supporting these evolving requirements.

#### **Список использованных источников**

1. ULR: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.oracle.com/cis/big-data/what-is-big-data/#how> – Дата обращения: 25.03.2024 г.

2. Проровский А.Г., Четырбок Н.П. Влияние инноваций на развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.Г. Проровский, Н.П. Четырбок // *Современные аспекты экономики*. 2021. № 7 (287). С. 6-13.

3. Галкина М.Н., Киевич А.В. Проблемы обеспечения информационной и экономической безопасности государства / М.Н. Галкина, А.В. Киевич // *Экономика и банки*. 2021. № 1. С. 65-76.

4. Ван С., Киевич А.В. Анализ основных социальных сетей и их возможностей для SMM-продвижения в Республике Беларусь / Ван Сью, А.В. Киевич // *Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы* : сборник трудов XVII международной научно–практической конференции, Пинск, 28 апреля 2023 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2023. – Ч. 1. – С. 13–17.

5. ULR: [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://eecs.csuohio.edu/~sschung/cis612/CIS612\\_Lecture1\\_IntroBigDataAnalyricsCloud.pdf](https://eecs.csuohio.edu/~sschung/cis612/CIS612_Lecture1_IntroBigDataAnalyricsCloud.pdf). - Дата обращения: 28.03.2024 г.

6. Kievich D.A. INNOVATION AS A FACTOR IMPROVING ECONOMIC COMPETITIVENESS OF THE REPUBLIC OF BELARUS / D.A. Kievich // В книге: Сборник научных статей X Международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики, посвященной 75-летию банковского образования на белорусском Полесье. Редколлегия: К.К. Шебеко [и др.]. 2019. С. 80-84.

7. Ван С., Киевич А.В. Цифровой рубль в России – третья форма денег в виде цифрового кода / Ван Сью, А.В. Киевич // В сборнике: Банковская система: устойчивость и перспективы развития. Сборник научных статей четырнадцатой международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики. Пинск, 2023. С. 29-34.

8. ULR: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.mokosmart.com/ru/iot-in-industry-4-0/>. - Дата обращения: 21.03.2024 г.

**ПРОБЛЕМЫ И РИСКИ ЛИЗИНГОВЫХ СДЕЛОК**  
**Гасанова Наргиз Тофиковна, старший преподаватель,**  
**Абдуллаев Фикрет Агалар оглы, магистрант**  
**Азербайджанский государственный аграрный университет**  
Gasanova Nargiz Tofikovna, senior lecturer, nargizaliyeva@inbox.ru,  
Abdullayev Fikret Aghalar, master  
Azerbaijan State Agrarian University

**Аннотация.** В статье рассматриваются следующие аспекты, проблемы и риски лизинговых операций с малым бизнесом: оценка кредитоспособности заемщика, анализ его бухгалтерской и финансовой отчетности, невозможность у предприятия иметь достаточный капитал, просроченная задолженность, недостатки законодательства, регулирующего лизинг.

**Ключевые слова:** лизинг; риски; проблемы; владение; банки; финансовый сектор.

Одним из важнейших этапов процесса установления лизинговых отношений является оценка кредитоспособности заемщика. На этом этапе классический метод оценки заключается в анализе бухгалтерской и финансовой отчетности потенциального заемщика.

Однако, что касается малого бизнеса, то существует большое количество предприятий, которые не имеют такой отчетности по ряду причин:

- ✓ ряд предприятий используют специальные налоговые режимы и имеют право не вести бухгалтерский учет;
- ✓ ряд предпринимателей не имеют достаточного уровня соответствующих знаний для самостоятельного, объективного и достоверного ведения бухгалтерского учета или недостаточных средств для найма квалифицированного персонала для ведения бухгалтерского учета;
- ✓ другая часть субъектов малого предпринимательства сознательно искажает финансовую информацию в целях повышения своей привлекательности как потенциальных заемщиков, например, не отражает реальный объем кредиторов организации в данных бухгалтерского учета, завышает стоимость активов и т.п.;
- ✓ в целях оптимизации налогообложения, наоборот, предприятия искажают финансовые показатели во вред, например, занижают размер реального дохода, реальную стоимость активов, а также завышают накладные расходы [4, 171-178].

Таким образом, в ряде случаев оценка реального финансового положения потенциального арендатора на основе данных бухгалтерской и налоговой отчетности является необъективной.

Для предприятий, не платящих НДС, покупка арендуемой недвижимости обойдется дороже по этой налоговой ставке. Соответственно, лизинг является непривлекательным инструментом для таких налогоплательщиков. Однако налогоплательщики, применяющие упрощенную систему налогообложения, при которой объект налогообложения доходов сводится к сумме расходов, могут учитывать уплаченный налог на добавленную стоимость в качестве расходов при уплате арендных платежей. Такие налогоплательщики могут принять на себя расходы по страхованию только по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств. В этом случае дополнительные затраты на страхование имущества не будут учитываться в налоговом учете. Такие затраты обусловлены тем, что при заключении практически каждой лизинговой сделки, например, при покупке автомобиля в лизинг, лизингополучатель обязан заключить договор добровольного страхования гражданской ответственности автотранспортного средства.

Следующей проблемой можно назвать недостаточность средств предприятия. Этот критерий важен и при оценке кредитоспособности лизингополучателя, поскольку, помимо платежеспособности, он доказывает реальность и серьезность намерений заемщика, а также позволяет оценить реальный потенциал предприятия. В действительности большинство малых предприятий являются либо вновь созданными организациями, которые еще не смогли заработать деньги или получить положительный финансовый результат; согласно действующему законодательству, они могут быть включены в уставный капитал как имущество, которое, в свою очередь, не может быть включено в уставный капитал как имущество. Представлять интерес для кредитора в качестве за-

лога; или индивидуальные предприниматели с небольшими активами. Таким образом, существует значительная часть малых предприятий, которые имеют реальные намерения и хотят заниматься предпринимательской деятельностью, но не могут приобрести недвижимость в аренду из-за недостаточности средств.

Проблема просроченной задолженности часто может возникнуть из-за вышеперечисленных проблем из-за искаженной отчетности или недостаточной изученности структуры баланса организации. Происходит неверная оценка платежеспособности заемщика, и непосредственным индикатором может быть достаточность капитала, выраженная в первоначальном взносе на момент подписания лизингового договора. В этом случае предприятие может быть подвержено сезонным колебаниям доходов (что не является чем-то необычным для малых предприятий) или может зависеть от результатов работы с одним крупным заказчиком, потеря которого серьезно отразилась бы на финансовых результатах компании. организация [5].

Одной из проблем является ряд существенных недостатков законодательства, регулирующего лизинговые отношения. Это связано, прежде всего, с новизной такого института лизинга в правовой среде и, как следствие, слабым развитием системы регулирования в сфере лизинга.

Также одним из важнейших вопросов сегодня является рост просроченной задолженности. По оценкам независимых агентств, дебиторская задолженность сейчас составляет почти пять процентов кредитного портфеля лизинговых компаний.

Один из основных параметров лизинговой операции — первоначальный взнос — оказывает существенное влияние на спрос на лизинговые услуги [2, с.125]. По сравнению с ситуацией до кризиса, первоначальный взнос сейчас значительно увеличился. Сегодня многие компании сталкиваются с определенными трудностями с точки зрения ликвидности и пополнения своих средств, но мало кто задумывается об обновлении своего оборудования, возможно, с более жесткими условиями эксплуатации.

Стагнация экономики привела к появлению еще одной проблемы – недоступности финансирования. Кроме того, представители аналитических агентств обращают внимание на то, что большинство лизинговых компаний являются кэптивными, а учитывая, что у крупных банков есть более серьезные проблемы, кредитование их лизинговых подразделений становится затруднительным. В сложившейся ситуации более или менее стабильно чувствуют себя лизингодатели, связанные с крупными банками и пользующиеся господдержкой [3, с. 98 - 102].

Общая картина лизинговых операций показывает, что такие операции не отвечают реальному спросу рынка. Однако лизинг является одним из важных факторов развития экономики малого бизнеса с целью выхода из инвестиционного кризиса и модернизации производства. Основными преимуществами являются, что арендные платежи не облагаются НДС. Он финансирует инвестиции на 100%. Таким образом, транспортные, налоговые, страховые, монтажные и другие расходы могут быть полностью профинансированы за счет лизинга. Поскольку лизинговое оборудование находится в собственности лизинговой компании, в отличие от банковских кредитов оно обычно не требует дополнительного залога от своих клиентов. Арендные платежи полностью относятся на расходы. В условиях дефицита долгосрочных финансовых ресурсов в нашей республике инвестиции могут быть профинансированы на срок до 5 лет с помощью лизинга. При аренде возможно применение двойного коэффициента быстрой амортизации имущества. Это, в свою очередь, значительно снижает налоги на инвестиционной стадии. В лизинге все платежи приспособляются к денежному потоку и достигается долгосрочное погашение без ощущения финансовой необходимости. Инвестиции в лизинг являются самофинансируемыми. Таким образом, лизинговые платежи осуществляются за счет дохода, полученного от инвестиций.

Фактически финансовый лизинг представляет собой форму долгосрочного кредита в форме оборотного капитала. После окончания срока действия договора лизинга пользователь может передать имущество в собственную собственность по льготной или остаточной стоимости, расторгнуть договор или отношения на выгодных условиях. Финансовый лизинг отличается тем, что не предусматривает обслуживания имущества лизингополучателем, не допускает немедленного расторжения договора и считается полностью амортизированным. Его реализация предполагает выбор потенциального лизингополучателя необходимого оборудования, переговоры с производителем о цене и сроках поставки, закупку оборудования у лизинговой компании и получение банковского кредита.

### Список использованных источников

1. Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет. Москва, 2010, 411с.
2. Гасанова, Н. Т. Инновации в бухгалтерском учете и отчетности согласно МСФО / Н. Т. Гасанова // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии : сборник статей участников VI Международной научно-практической конференции, Москва, 26–27 октября 2021 года. – Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова Издательский Дом (типография), 2021. – С. 182-184.
3. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет. Учебное пособие 2-е Изд., перераб. И доп. М.: ИНФРА-М, 2008, 683с.
4. Кузнецова И.А., Люлюченко М.В. Лизинг как инструмент модернизации экономики РФ//Белгородский экономический вестник. -2019. -№ 4. -С. 171-178.
5. Макарова, В.И. Лизинг как инструмент обновления основных средств и обеспечения экономической безопасности предприятия / Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2018. Т. 2. № 2. [Электронный источник] / URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=26150164>

УДК 69.03

## МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ КОРПОРАТИВНОГО КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ САНТ-ПЕТЕРБУРГА В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

**Герасименко П. В., доктор техн. наук, профессор**  
**Петербургский государственный университет путей сообщения**  
**Императора Александра I, Санкт-Петербург, Россия**  
Gerasimenko P.V., Doctor of Engineering sciences, professor  
St. Petersburg State University of Communications of Emperor Alexander I,  
St. Petersburg, Russia, pv39@mail.ru

**Аннотация.** Проведено исследование изменений корпоративного кредитного портфеля в 2023 году и выполнена оценка точечных и интервальных прогнозных его значений на первый квартал 2024 года. Оценивание осуществлено за счет проведения следующих основных этапов исследования: моделирование по наблюдаемым месячным значениям корпоративного кредитного портфеля с декабря 2022 по ноябрь 2023 год; верификацию модели путем сравнения модельного и опытного значений в декабре 2023 года; модельное точечное и интервальное прогнозирование на первый квартал 2024 года; анализ по прогнозу тенденции его дальнейших изменений. В основу построения модели положены: временные ряды, регрессионный анализ и метод наименьших квадратов. Построение модели, верификация и прогнозирование осуществлены с помощью ППП Excel.

**Ключевые слова:** моделирование, прогнозирование, оценивание, регрессия, коэффициент детерминации, точечная и интервальная оценка.

Санкт-Петербург, по оценке Минфина, относится к тем регионам страны, которые имеют высокое качество финансового менеджмента и высокий уровень долговой устойчивости. Это позволило петербуржцам заработать самостоятельно в 2023 году триллион рублей, достижение которого было запланировано в 2024 году.

Основными факторами инвестиционной активности стали устойчивый рост внутреннего роста на продукцию отечественных предприятий и результат ухода иностранных компаний и, как следствие, реализация проектов по импортозамещению. Согласно данным Банка России, «доля собственных средств в структуре источников финансирования инвестиций предприятий в январе-октябре 2023 года увеличилась до 58%, в то время как в среднем за 2017-2019 годы составляла 53%» [1].

Следует отметить, что в рыночной экономике банк, как и любое предприятие, функционирует в условиях неопределенности, т.е. недостаточной информации, в том числе о характеристиках заемщиков. Это оказывает существенное влияние на его функционирование, что приводит к отклонениям от достижения целевой задачи (рискам), решаемой банком. Структуры и уровни риска кредитного портфеля определяют его типы. Например, нейтральный портфель состоит из долгов в основном надежных заемщиков, но он приносит банку не так много прибыли. А в рисковом портфеле входят займы, выданные ненадежным заемщикам, но под высокий процент. От показателей

кредитного портфеля зависит устойчивость банка, размер потенциальной прибыли от его деятельности, а также уровень принятых банком рисков.

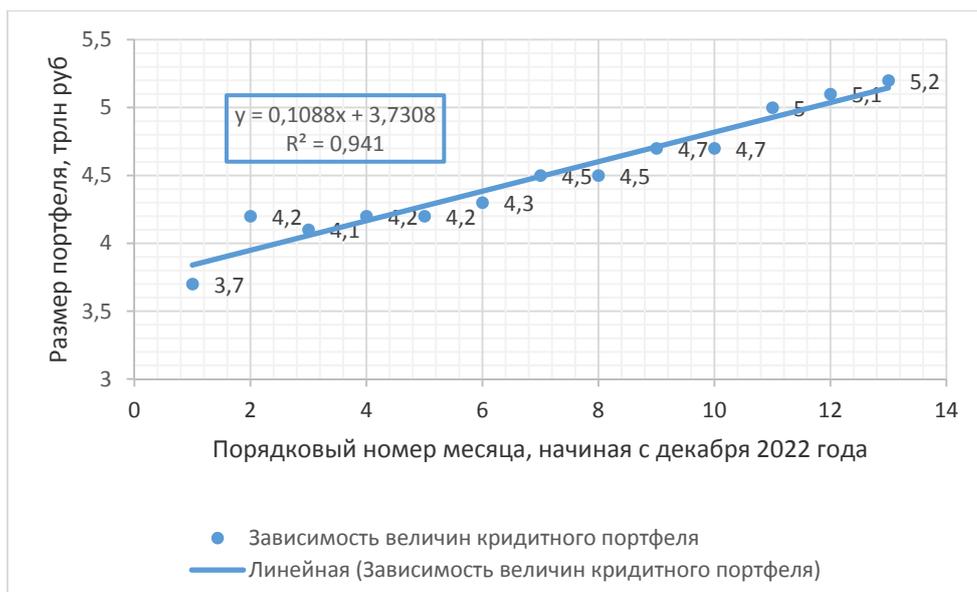
Поэтому при моделировании процессов функционирования банков необходимо, используя аппарат математической статистики, объемы корпоративного кредитного портфеля рассматривать как значения случайной величины. Следовательно, при их прогнозировании определять не только точечные, но и интервальные значения [2]. В работе в качестве исходных данных использованы значения корпоративного кредитного портфеля Санкт-Петербурга, которые представлены в табл.1 [1].

Таблица 1. – Статистические данные кредитного портфеля

Год	2022	2023											
Месяц года	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Размер портфеля, трлн рублей	3,7	4,2	4,1	4,2	4,2	4,3	4,5	4,5	4,7	4,7	5	5,1	5,2

В качестве математического аппарата для моделирования представленных статистических данных в работе применены теория временных рядов, регрессионный анализ и метод наименьших квадратов, а реализация отмеченного аппарата выполнена с помощью процессора Excel. С целью правомочности применения регрессионного анализа к временным рядам принято допущение, что ряды являются стационарными, соответственно их свойства не зависят от времени.

С помощью принятого математического аппарата, реализованного в Excel, была построена линейная модель [3]. На рисунке представлен график линейной модели, ее аналитический вид, коэффициент детерминации и значения кредитного портфеля по месяцам.



Оценка качества модели по коэффициенту детерминации и погрешностям аппроксимации, представленная в табл. 2, позволила принять для дальнейшего исследования построенную линейную модель.

Таблица 2. – Абсолютная и относительная погрешности модельного кредитного портфеля

Год	2022	2023											
Месяц года	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Реальный размер портфеля, трлн руб	3,7	4,2	4,1	4,2	4,2	4,3	4,5	4,5	4,7	4,7	5	5,1	5,2
Модельный размер портфеля, трлн руб	3,8	3,9	4,1	4,2	4,3	4,4	4,5	4,6	4,7	4,8	4,9	5,0	5,1
Относительная погрешность, трлн руб	0,140	0,252	0,043	0,034	0,075	0,084	0,008	0,101	0,010	0,119	0,073	0,064	0,055
Относительная погрешность, %	14,0	25,2	4,3	3,4	7,5	8,4	0,8	10,1	1,0	11,9	7,3	6,4	5,5

Коэффициент детерминации, который равен 0,941 (см. рис. 1), свидетельствует, что связь между результатом применения модели (размер портфеля) и фактором, определяющим результат (месяц функционирования) достаточно тесная и соответствует 94 %. Из таблицы следует, что максимальная погрешность аппроксимации опытных данных аналитической зависимостью не превышает 14%. Проверка статистической значимости, построенной модели с помощью критерия Фишера, подтвердила ее достаточное хорошее качество [4].

Таким образом, анализ результатов расчетов позволяет заключить, что построенная модель (уравнение регрессии) позволяет использовать ее для прогнозных расчетов. Для них по уравнению регрессии, которое представлено на рис. 1, для прогнозируемого месяца первого квартала 2024

года  $x_p$  определялось значение среднего объема кредитного портфеля  $y(x_p)$ . Оно моделирует

истинное значение  $Y^*$ , остающееся неизвестным до окончания процесса достижения цели. Как известно, точечный прогноз несет в себе ошибку, так как величина  $y(x_p)$  является случайной. Более корректным прогнозом является прогноз с использованием интервальной оценки. Для этого точечный расчет результирующей переменной  $y(x_p)$  должен быть дополнен интервальной оценкой прогнозируемого значения среднего объема портфеля, которая имеет вид [2]:

$$y(x_p) - m\hat{y}_p \leq Y^* \leq y(x_p) + m\hat{y}_p,$$

где  $m\hat{y}_p = t_{1-\alpha, n-2} \cdot S_{x_p}$  ;

$t_{1-\alpha, n-2}$  есть табличное значение t-распределения Стьюдента с  $n - 2$  степенями свободы на уровне значимости  $\alpha = 0,05$  ;

$$S_{x_p} = S \sqrt{1 + \frac{1}{n} + \frac{(\bar{x} - x_p)^2}{\sum_{k=1}^n (x_k - \bar{x})^2}}$$

- оценка среднее квадратичного отклонения объема портфеля

(стандартная ошибка);  $S$  - корень квадратный от остаточной суммы квадратов разностей между опытными и модельными значениями кредитного портфеля.

На основании выполненных расчетов по приведенным соотношениям в табл. 2 представлены точечные прогнозные значения и предельные значения доверительных интервалов.

Таблица 2. – Значения точечного и интервального прогноза

Показатель	Январь 2024 года	Февраль 2024 года	Март 2024 года
Точечный прогноз	5,25	5,36	5,47
Нижнее значение доверительного интервала $\hat{Y}(T^*) - m_{Y(T^*)} \leq Y^*$	4,84	4,89	4,94
Верхнее значение доверительного интервала $Y^* \leq \hat{Y}(T^*) + m_{Y(T^*)}$	5,67	5,84	6,00

В докладе проводится анализ результатов выполненных исследований.

#### Список использованных источников

1. Имаев А. Экономика Петербурга в январе. // Газета «Вечерний Санкт-Петербург». N 03 от 01.02.2024.
2. Герасименко П.В. О методических аспектах оценивания показателя риска, возникающего при достижении плановой выручки предприятия // В сборнике: Банковская система: устойчивость и перспективы развития. сборник научных статей четырнадцатой международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики. Пинск, 2023. С. 292-296.
3. Герасименко П.В. Метод моделирования риска при повышении стоимости услуг // Известия Международной академии наук высшей школы. 2011. № 2 (56). С. 64-70.
4. Кударов Р.С., Герасименко П.В. Мониторинг пассажиропотоков, формирующих входной пассажиропоток на станции «Пушкинская» в часы «пик» // в сборнике: Шаг в будущее. Неделя науки-2006. Материалы научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Редактор: В. В. Сапожников. 2006. С. 189-191.

УДК 136.77

#### GOLD PRICE SET A NEW RECORD: KEY DRIVERS OF THIS GROWTH

Kievich Diana A., Master's in Economics,  
University of Economics, Prague, diana.kievich@yandex.ru

**Abstract.** The article analyzes the growth in the price of gold due to the prevailing factors and circumstances in the global economy, widespread uncertainty and growing geopolitical tensions.

**Keywords:** increasing geopolitical tension, global crisis, inflation, economic recession, monetary policy, gold price, de-dollarization.

Just a year ago, we wrote, and it looks no less relevant today, and we said that nowadays, and this is no longer an irrefutable fact, the whole world is covered with uncertainty, and the growing geopolitical tension everywhere leads to problems in the global economy and the state of society. And sometimes it seems to all of us that globalization and cooperation are no longer relevant [1].

And this is indeed the case, as the world has faced dramatic changes and upheavals over the past few years that have changed society and economies dramatically: Brexit in 2016, US-China trade wars, the "black swan" in the form of COVID-19 in 2020 (in 2020, borders around the world closed, people and economies were isolated from each other: citizens were even banned from leaving their homes and the economy was disrupted, the service and entertainment sectors were very badly affected).

And because of geopolitical confrontation, military conflicts and economic isolation of countries have intensified in the world since 2022 [2].

All these events have changed the usual course of things and will have long-term consequences. And if during the COVID-19 pandemic the isolation of economies was a forced measure, in 2022 deglobalization is already political and will have a long-term effect. Sanctions due to the military operation in Ukraine have divided Russia from Europe and the United States: logistical routes have been destroyed, and multi-year agreements and contracts have been canceled. Relations between the US and China do not even think of improving. The Arab-Israeli conflict and the Iran-Israel confrontation are not separate and somehow isolated.

And the inability of the world's largest economies to agree on all these contradictions also has its price: rising inflation, which due to the closure of borders and violation of the balance of supply and de-

mand is only getting worse, and due to the strengthening of monetary policy, and thus worsening conditions for lending and doing business, are pushing the world economy into recession [3].

And against this background, the gold price has repeatedly updated its highs. Thus, if the price of gold futures for June 2023 on the New York COMEX on April 13, 2023 rose to \$2063 per troy ounce for the first time since March 2022 (quotes of the precious metal were approaching the historical record, which was set in August 2020 at the level of \$2075 per ounce) [4],

then since mid-February 2024 the price of gold has been storming new heights: at the moment the metal exceeded its value of \$2400 per ounce [5]. Thus, since the beginning of 2024, the asset has added more than 14% in price. And, in the opinion of most analysts - this is not the limit.

So what is it that is supporting the further growth of precious metal prices today, in addition to the factors noted at the beginning of this material?

Let's highlight a few more main reasons, and first, let's look at the dynamics of gold prices over the past 50 years.



Figure 1. - Gold price dynamics over the past 50 years, in US dollars [6]

Next, let's note a few obvious changes in the gold price movement since the end of 2022, and this will be a new scenario.

So, before the geopolitical events of 2022, the price of gold over the last 90 years depended primarily on the volume of transactions between the Western and Eastern markets. Western countries determined supply and demand, while Eastern countries were the counterparty to the transaction. And according to the World Gold Council (World Gold Council), when the largest centers, in particular Great Britain or Switzerland, increased the volume of physical gold purchases, the price for it began to grow, and vice versa. As a result, gold moved from the West to the East and back again, synchronizing with the price: from decreasing to increasing.

The second factor that has historically and very seriously influenced the value is the relationship between the price of gold and the real yield of US government bonds. When real yields fall, bonds lose their attractiveness, which ensures that investors move into gold. But if the trend reversed and real yields began to rise, investors moved back into bonds.

However, since the end of 2022, both patterns have faltered. For example, according to Bloomberg, in August 2023, Treasury bond yields rose to a 15-year high (since the 2008 crisis). Thus, the yield on ten-year U.S. bonds rose to 4.33%, i.e. almost eight basis points above the 2022 highs. This should have significantly affected the gold price downward. But not only did it not decline, it rose by 16% from November 2022 to August 2023, from \$1643 to \$1954 per ounce.

It is also necessary to note here that in addition to the correlation of real profitability with the price of gold, the relationship between the volume of transactions with gold and its price has also ceased to work. Starting from the third quarter of 2022, both Great Britain and Switzerland are gold exporters, i.e. sellers.

According to the historically established paradigm, this should also have become a reason for the decline in the cost of gold. However, as we see, this is not happening. Thus, the West has ceased to significantly influence the pricing of the precious metal. Still, in order to understand what influences a significant change in gold pricing today, let's try to note the factors of its growth.

1. Escalation of geopolitical conflicts.

Due to geopolitical events in 2022, dollar assets have become more risky. Therefore, central banks in the Global South, the Middle East and Turkey have increased the importance of holding a neutral asset without additional risk. Thus, from the end of 2022, they started to actively pursue a policy of building foreign exchange reserves and covertly buying gold in Switzerland. This was done in order not to create frenzy around gold after the U.S. froze Russia's reserves, because otherwise the price of gold would rise significantly. And according to the report of the World Gold Council (WGC), in 2022 the central banks purchased 1136 tons of gold, which is the maximum for the last 55 years [7].

The WGC publishes such reports quarterly based on Metals Focus surveys that reflect how much gold they believe central banks have bought. But after the February 2022 events, these quarterly estimates are also higher than what central banks officially report to the WGC. Thus, it is safe to say that central bank interest is now playing a key role in driving the gold price.

We have also seen the reaction of the gold price since the beginning of the Palestinian-Israeli conflict: since October 2023 it has added more than 8%.

Hence we can conclude that any aggravation in geopolitics will have a positive effect on the gold price.

2. Inflation.

In 2022, global inflation reached its highest levels in decades. And despite the fact that the International Monetary Fund (IMF) predicts it should decline from its peak of 8.7% in 2022, to 6.9% in 2023, and 5.8% in 2024, sustained price increases will continue for an even longer period of time, in our view [8].

One major factor that points to this is the U.S. government budget deficit. Due to large social programs before the elections, investments in green energy, construction and support of dilapidated infrastructure, defense spending and assistance to its partners around the world, the U.S. needs to continue to increase its budget expenditures. And historically and repeatedly, it has been observed that excessive deficit budgets lead to inflationary consequences. In this scenario commodities become an attractive asset class.

And despite the fact that gold is not directly a pure inflation-protective asset, we can clearly see that this metal will continue to reduce risks in the event of various global turbulences and volatilities.

3. Phenomenal growth of the U.S. national debt.

Let's still not forget the growing U.S. national debt (See Figure 2 top left above).



Figure 2. – US government debt indicators [9]

In fact, this is the phenomenal growth of the national debt, which has long had and will continue to have a serious impact on many economic processes around the world. Obviously, the U.S. national debt has already grown to such an extent that the problem must be solved somehow, but no one knows how to

do it at the moment. Of course, the process may be frozen for some time, but no one can say for how long.

As we can see, the figure (as of mid-April 2024) is really very large, moreover, it is simply unsustainable, because for each US taxpayer there is already more than \$280 thousand, and to service such a debt in most cases is simply not possible.

#### 4. Global economic outlook and possible recession in the US.

As we noted above, today we should not forget about the future outlook for the global economy and a possible recession in the United States, the likelihood of which cannot yet be written off.

Since the pandemic, the negative correlation between stocks and bonds has also been broken, different asset classes have ceased to serve as a hedge for the portfolio, while gold, on the contrary, can be used as diversification. At the moment, the share of investors in gold for hedging purposes is still insignificant. Therefore, if the recession scenario is realized, central banks of the global South will continue to form gold and foreign exchange reserves. And if geopolitical conflicts continue to escalate, the potential for gold price growth may be more significant.

#### 5. Underinvestment in the industry.

The fundamental factors that also give us positive signals about the growth of the gold price include underinvestment in the industry, similar to the oil sector. Moreover, mining companies are more conservative in their financial policy and prefer, like oil companies, to distribute their cash flows in the form of dividends to investors. This may also indicate that cash is not being spent on new exploration and on increasing the existing capacities, as result which will not allow for a sharp increase in the existing production volumes.

The ESG agenda should also be taken into account: it encourages mining companies to emphasize mining not precious metals, but those metals that are involved and used in the green economy.

Against this background, let's speculate on the future outlook for the gold price?

And as we noted above, the standard market correlations that have been forming for a long time have been broken. And contrary to the belief that the price of gold should fall as real yields rise, this has not happened so far because of central banks' policy of building up foreign exchange reserves. And we will move towards the historical average value of 40% of the gold composition in reserves (against the backdrop of further geopolitical upheavals and problems in the economy), then this means that at least another \$3.0 - \$3.5 trillion could be added to this asset.

Thus, the growth of quotations may amount to at least 25% in the near future, which will correspond to a record level of more than \$2700 per troy ounce.

In the meantime, we would like to say, as we said just a year ago, "fasten your seat belts, this will be an unforgettable adventure - none of us, except maybe the deepest old people, has ever experienced such a thing".

### References

1. Kievich D.A. Gold price set a new record: forecasts for the near perspective / D.A. Kievich // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы. сборник трудов XVII международной научно-практической конференции. Пинск, 2023. С. 28-30.

2. Kievich A.V. DE-DOLLARIZATION OF THE WORLD ECONOMY AS THE FACTOR OF THE AGGRESSIVE POLITICS OF THE USA / A.V. Kievich // В сборнике: Банковская система: устойчивость и перспективы развития. Сборник научных статей девятой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики. 2018. С. 58-62.

3. Киевич А.В. Отрезвляющая реальность: глобальная экономика переживает худший кризис / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 5 (261). С. 189-194.

4. URL: <https://quote.ru/news/article/643961c19a79472796e08273> (дата обращения: 10.04.2024 г.).

5. URL: <https://quote.ru/news/article/653b61569a79473f03e10b26> (дата обращения: 10.04.2024 г.).

6. URL: [https://goldomania.ru/menu\\_003\\_002.html](https://goldomania.ru/menu_003_002.html) (дата обращения: 17.04.2024 г.).

7. Киевич А.В. Неуправляемый госдолг США как главный индикатор возрастающей турбулентности и глобальной неопределенности / А.В. Киевич // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей XIII международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики, Пинск, 28 октября 2022 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – Ч. 1. – С. 103–109.

8. URL: <https://quote.ru/news/article/6569c0f49a79477fd0849ccc> (дата обращения: 10.04.2024 г.).

9. URL: <http://www.usdebtclock.org/> (дата обращения: 17.04.2024 г.).

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ СТАВОК КАЛЕНДАРНЫХ ВЗНОСОВ В СИСТЕМЕ ГАРАНТИРОВАННОГО ВОЗМЕЩЕНИЯ ДЕПОЗИТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Кисель С.Л., к.э.н., доцент

ГУ “Агентство по гарантированному возмещению банковских вкладов”, kisel@adc.by

**Аннотация.** В статье моделируется ситуации оценки риска банка, на основе отражения среднесрочного тренда его экономического поведения. Такой подход по мнению автора усилит дифференциацию выплат банков в резерв страховщика вкладов. В результате, банки, систематически принимающие повышенные риски, будут вынуждены увеличить платежи на гарантированное возмещение вкладов или скорректируют риск-профиль своей деятельности.

**Ключевые слова:** оппортунистическое поведение, система страхования вкладов, страховщик депозитов, дифференцирование ставок, гарантированное возмещение вкладов, резерв.

Дифференциация ставок календарных взносов в системах гарантированного возмещения (страхования) вкладов является ответом на проблемы оппортунистического поведения банков и вкладчиков в условиях внедрения страхования банковских вкладов. Детально с сущностью данной проблемы можно ознакомиться в публикации автора [1].

В системе гарантированного возмещения (страхования) вкладов (далее – ССВ) Республики Беларусь законодательное закрепление дифференциации ставок календарных взносов произошло в 2021 г. в связи с внесением изменений в Закон Республики Беларусь “О гарантированном возмещении банковских вкладов (депозитов) физических лиц” (далее – Закон) [2]. Вместе с тем практическая реализация норм Закона потребовала принятия Национальным банком Республики Беларусь (далее – Национальный банк) специального нормативного правового акта - Правил оценки деятельности банков и небанковских кредитно-финансовых организаций в целях определения уровня принимаемых ими рисков (далее – Правила) [3].

Правила предусматривают классификацию банков по трём группам риска на основании баллов, начисляемых по определённым Национальным банком показателям. Для каждой группы риска установлен размер так называемой дополнительной ставки календарных взносов. Он варьирует от 0,05% расчётной базы для банка<sup>7</sup>, отнесённого в процессе классификации к 1-й группе риска (наименьший риск), до 0,15% расчётной базы банка, который попал в 3-ю группу риска (наибольший риск). Для банков 2-й группы риска (повышенный риск) в настоящее время применяется дополнительная ставка 0,1% расчётной базы банка<sup>8</sup>.

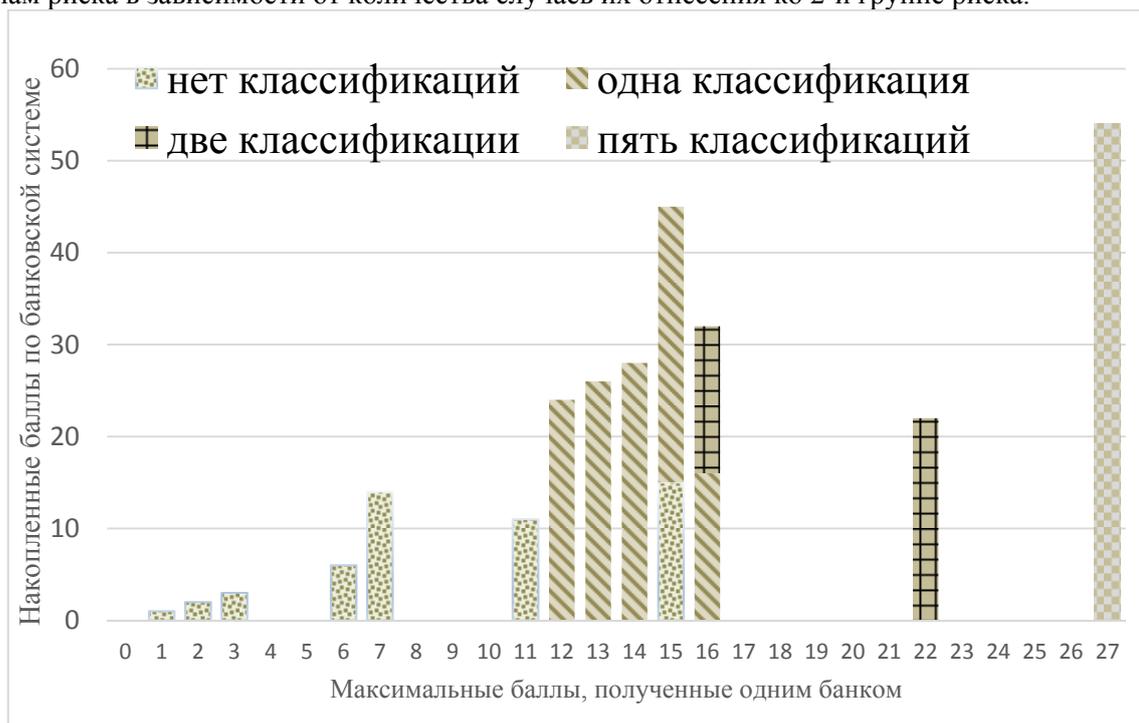
В соответствии с Правилами классификация банков по группам риска соответствующая этим группам дополнительная ставка применяется банками для уплаты календарных взносов банков по итогам одного отчётного периода. При указанном подходе с позиции дифференциации календарных взносов оказываются уравниены банки, которые единожды допустили попадание во 2-ю или 3-ю группу риска, и банки, систематически практикующие рисковое поведение или же плохо управляющие своими рисками. Подобная ситуация, на наш взгляд, требует корректировки с учётом того, что по итогам проведенных за 2-4 кварталы 2022 г. и весь 2023 г. семи классификаций банков по группам риска в целях уплаты календарных взносов наблюдается существенное различие между банками по количеству случаев отнесения ко 2-й группе риска и по количеству набранных баллов по показателям, индицирующим рисковое поведение<sup>9</sup>. Так, 9 банков ни разу не были отнесены ко 2-й группе риска, ещё 9 банков классифицировались к данной группе риска 1 раз, 2 банка – 2 раза и 2 банка – 5 раз.

<sup>7</sup> Под расчётной базой понимается среднее арифметическое ежедневных балансовых остатков на счетах банка по учету денежных средств, размещенных физическими лицами в банковские вклады (депозиты), которые подлежат возмещению.

<sup>8</sup> Сущность ставок календарных взносов, порядок их установления и применения изложен в публикации автора [4].

<sup>9</sup> За указанный период ни один банк не был классифицирован по 3-й группе риска.

На рисунке показано распределение всех баллов, полученных при классификации банков по группам риска в зависимости от количества случаев их отнесения ко 2-й группе риска.



**Рисунок – Баллы, полученные банками при классификации по группам риска, и количество случаев отнесения банков ко 2-й группе риска (на основании данных по банковской системе Беларуси)**

Примечание – Разработка автора

Для корректировки ситуации предлагается расширить горизонт воздействия результата классификации банков по группам риска на сумму уплачиваемых календарных взносов, измеряемый в настоящее время одним кварталом, на несколько расчётных периодов. Речь идёт о том, что регулярные позитивные или негативные оценки рискованного поведения банка должны сказываться на платежах банка в системе страхования вкладов в среднесрочной перспективе.

Цель подобного подхода заключается в том, чтобы банки, которые никогда не классифицировались по повышенным группам риска, получили преимущество при уплате календарных взносов. Напротив, банки, регулярно попадающие, например, во 2-ю группу риска, не должны иметь возможность применять пониженную дополнительную ставку в размере 0,1% расчетной базы как и те банки, которые впервые в силу случайных обстоятельств были отнесены ко 2-й группе риска. Такой подход выглядит обоснованным и способен оказать воздействие на банки в части корректировки их рискованного поведения.

Для усиления эффекта дифференциации календарных взносов и повышения их регулятивной роли может применяться принцип кумулятивного воздействия классификации по группам риска на сумму средств, перечисляемых банками в резерв ГУ «Агентство по гарантированному возмещению банковских депозитов». Например, банки, которые в течение четырех отчетных периодов подряд классифицировались по 1-й группе риска, можно наделить правом уплачивать календарные взносы по дополнительной ставке 0,04% расчетной базы с последующим уменьшением этой ставки на 0,01 процентного пункта за каждую следующую классификацию банка по 1-й группе риска. В результате по некоторым банкам, которые никогда не были отнесены в группы с повышенным риском, дополнительная ставка будет обнулена<sup>10</sup>.

Принцип кумулятивного воздействия следует применить и к банкам, которые, повторно были отнесены ко 2-й группе риска. Так, можно принять правовую норму с тем, чтобы банки при каж-

<sup>10</sup> Подход, когда дополнительная и повышенная дополнительная ставки при уплате календарных взносов применяется только отдельными банками, реализован в Российской Федерации.

дой последующей классификации по 2-й группе риска использовали дополнительную ставку для этой группы, увеличенную на произведение 1/100 процентного пункта и количества повторных случаев подобной классификации. Например, для первой повторной классификации банки будут должны применить ставку 0,11% расчетной базы, для второй повторной классификации – 0,12% и т. д. до 0,15%.

Погашение кумулятивного эффекта отнесения ко 2-й группе риска (возврат в нашем примере к значению дополнительной ставки 0,1%) также необходимо. Как вариант для обсуждения предлагается погашение кумулятивного эффекта осуществлять после четырех подряд классификаций банка по 1-й группе риска. После этого банк получит возможность бороться за обнуление дополнительной ставки.

По отношению к банкам, которые попали в 3-ю группу риска, имеет смысл рассмотреть включение в законодательство нормы о фиксации дополнительной ставки календарных взносов в размере 0,15% на какой-то период (допустим, при первой классификации по 3-й группе – на полгода; при последующих – на год).

Следствием правового закрепления и последующего практического применения предлагаемой модели может стать подавление мотивов для оппортунистического поведения банков на рынке депозитов физических лиц, что благоприятно отразится на финансовой стабильности в Республике Беларусь.

#### Список использованных источников

1. Кисель С. Оценка экономических ролей календарных взносов в системе гарантированного возмещения депозитов Республики Беларусь / С.Кисель // Банкаўскі веснік. – 2024. - № 4(729). – С. 3-12.

2. О гарантированном возмещении банковских вкладов (депозитов) физических лиц [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 8 июля 2008 г. № 369-З: в ред. законов Республики Беларусь от 14.07.2009 № 41-З, от 12.07.2013 № 56-З, от 10.01.2015 № 240-З, от 11.11.2021 № 128-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://pravo.by/document/?guid=2012&oldDoc=2008-172/2008-172\(025-087\).pdf&oldDocPage=1](https://pravo.by/document/?guid=2012&oldDoc=2008-172/2008-172(025-087).pdf&oldDocPage=1). – Дата доступа: 15.12.2023.

3. Об утверждении Правил оценки деятельности банков и небанковских кредитно-финансовых организаций в целях определения уровня принимаемых ими рисков [Электронный ресурс]: постановление Правления Национального банка Республики Беларусь, 08 февр. 2022 г., № 53 // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://www.nbrb.by/legislation/documents/pp53\\_kr.pdf](https://www.nbrb.by/legislation/documents/pp53_kr.pdf). – Дата доступа: 12.12.2023.

4. Кисель С. Система гарантированного возмещения депозитов Республики Беларусь: тенденции развития и позиционирование в рамках ЕАЭС / С.Кисель // Банкаўскі веснік. – 2024. - № 1(726). – С. 37-45.

УДК 334.02

#### ВАРИАНТНОСТЬ ПОНЯТИЯ «СТРАТЕГИЯ»

Конончук Ирина Анатольевна, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Kononchuk Iryna, PhD in Economics, I\_Kononchuk@mail.ru

Polesky State University

**Аннотация.** В статье рассмотрены точки зрения зарубежных авторов относительно понятия «стратегия».

**Ключевые слова:** стратегия, план, программа, действия, стратегические цели.

Современными практиками словно «стратегия» используется в профессиональной деятельности, вкладывая различный смысл и повествуя о различных сторонах экономической, финансовой, хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования. Поэтому интересен опыт применения данного понятия зарубежными исследователями, являющимися основоположниками стратегического менеджмента.

Один из пионеров теории стратегии фирм А.Чандлер, придерживаясь ситуационного подхода, при котором учитывается набор обстоятельств, сложившихся в настоящее время, под стратегией понимал «... установление основных долгосрочных целей и задач предприятия и выработка программы или курса действия и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей».

В последующем появились критики ученого в части соподчинения стратегии и структуры, утверждая, что именно особенности структуры организации определяют выбор действий, направленных на решение задач. Ицхак К. Адизес, разработавший теорию жизненных циклов организации, считает, что цель определяет структуру, используя которую строится стратегия в рамках принятой политики.

Взяв за основу чандлеровскую трактовку стратегии, американский профессор Кеннет Эндрюс определяет стратегию как политику в отношении организационной структуры и организационных процессов, выработанную с учетом возможностей рынка и имеющихся рисков, доступности материальных, технических, финансовых и управленческих ресурсов, личностных ценностей менеджеров и факторов социальной ответственности.

Почитатели ситуационного подхода, сторонники чандлеровского подхода в части того, что структура определяется стратегией, Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури под стратегией понимают детальный, всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей. Ключевыми содержательными аспектами являются следующее: вовлечение в процесс участников всех уровней управления, жесткое обоснование обширными исследованиями и фактическими данными о внешней среде, гибкость в связи с постоянно меняющейся деловой обстановкой, в которой находится фирма.

К сторонникам того, что стратегия является планом, определяющим направление развития организации, относятся известные ученые Филипп Котлер, Фридаг Х.Р., Шмидт В., Мак-Кин Д.

Джон О'Шонесси, специалист по маркетингу, полагает, что стратегия может быть построена на факторах успеха, к которым относит знания, эффективное производство, финансовые и иные компетенции, составляющие движущую силу организации. Поэтому в понятие стратегии закладывает программу использования ресурса (ключевого фактора) для достижения целей [1, с.57, с.61].

Также о важности ресурсов как базы, основы построения стратегии указывают известные специалисты по проблемам управления и стратегического планирования Дэвид Коллис и Синтия Монтомгери. Корпоративная стратегия представляется в виде треугольника, сторонами которого являются ресурсы, виды бизнеса и организация как механизм координации элементов стратегии и претворения их в жизнь. В данном контексте ресурсы представлены активами, которыми располагает фирма, профессиональными навыками сотрудников и возможностями. Причем ресурсы занимают лидирующую позицию по отношению к видам деятельности, определяя в каком бизнесе необходимо работать. Поэтому стратегию данные специалисты представляют в виде выстроенной системы взаимозависимых частей.

Ресурсный «взгляд» на стратегию, т.е. использование возможностей организации, обусловленных ресурсами и компетенциями, имеют также профессора стратегического управления Джери Джонсон, Кивен Шоулз, Ричард Уиттингтон. По мнению исследователей, к другим фундаментальным характеристикам стратегии, позволяющие раскрыть ее дефиницию, относятся долгосрочность принятого направления деятельности, учет диапазона функционирования компании, достижение преимуществ, получение удовлетворения всеми причастными к принятию решений. Приведенные характеристики позволили профессорам сформулировать свое определение. «Стратегия – это направление и диапазон деятельности организации на длительный период времени, позволяющие ей достичь преимуществ в меняющейся среде за счет конфигурации ресурсов и компетенции с целью оправдать ожидания заинтересованных сторон» [2, с.32].

Сторонником того, что стратегия является совокупностью способов и методов действия, выступал английский экономист Хан Д. Подобной точки зрения придерживались специалисты, изучающие проблемы управления бизнесом, стратегическом планировании, построения бизнес-стратегий, А. Томпсон-мл, А. Стрикленд III, которые важное место отводят методике разработки стратегии, ее адаптации к изменяющимся внешним условиям и внутренним ресурсным возможностям, ее реализации, считая, что именно удачная стратегия и ее умелая реализация являются верным признаком качественного управления. Декларируя необходимость участия в разработке реализации стратегии менеджеров всех уровней, американские ученые представляют общую стратегию компании в виде иерархической схемы, в которой самый высокий уровень занимает корпоративная стратегия, подчиняющая себе стратегии более низких уровней, на более низком уровне – стратегия отдельного вида деятельности (стратегия бизнеса), далее идут функциональная, дифференцируемая по функциональным направлениям деятельности различных отделов, и оперативная.

Рассматривая во взаимосвязи стратегию и модель бизнеса, которая оказывает влияние на структуру издержек, уровень доходов, финансовые потоки, ученые под стратегией понимают комбинацию методов ведения бизнеса [3, с.32].

Ряд ученых под стратегией понимают заданное направление развития, путь действий. Например, придерживаясь теории стратегии Кеннета Эндрюс, Роланда Кристенсена, как и сам утверждал Портер М.Е. [4, с.26], выступая основоположником школы позиционирования в стратегическом менеджменте, то есть создания прочной позиции компании в отрасли, представляет стратегию (конкурентную) в виде комбинации целей (результатов), преследуемых компанией, и средств или методов, с помощью которых она намерена их достигать. Портеру видится стратегия в виде колеса, осью которой являются цели фирмы, т.е. общее определение ее конкурентных намерений и конкретных задач, а спицы колеса – ключевые направления деловой политики фирмы в соответствии со сферой деятельности компании.

Важное место в исследовании теории стратегии занимают разработки американца с русскими корнями Игоря Ансоффа. Ученый, будучи «родителем» школы планирования, детализировал концепцию Эндрюса, большое внимание уделяя внешним факторам. Увязывая эффективность планирования стратегии с ее воплощением, И. Ансофф представляет стратегию как набор правил для принятия управленческих решений или выборов в условиях ограниченности совокупных ресурсов.

Видные ученые-экономисты по вопросам корпоративного управления и конкуренции Пол Роберт Милгром, Джон Дональд Робертс в понятие стратегии вкладывают совокупность стратегических решений.

По Стивену М. Брегу, который предлагает конкретные практические рекомендации по разработке финансовых стратегий, под стратегией также понимаются качественные решения, влияющие на финансы компании. Голландский консультант по менеджменту Виссема Х. придерживался аналогичной концепции, указывая на то, что стратегия означает выбор и принятие решения.

На научный взгляд О.Уолкер-младший, Х.Бойд-младший, Ж.-К. Ларше, Дж.Маллинз, стратегия предполагает нахождение ответов по следующим вопросам: определение задач, которые необходимо выполнить, выяснить отрасли, на которых необходимо сфокусироваться, и выявить ресурсы, которые необходимо использовать для соответствия возможностям и угрозам внешней среды. Поэтому понятие «стратегия» раскрыли следующим образом: стратегия – это фундаментальная модель существующих и планируемых задач, распределения ресурсов и взаимодействия организации с факторами внешней среды.

Исследуемые представления рассматриваемого понятия не являются взаимоисключающими, а выступают больше как взаимодополняющие друг друга. Поэтому отдельные ученые (Генри Минцберг, Брюс Альстрэнд, Джозеф Лэмпел, Дэвид Кэмпбэл, Джордж Стоунхаус, Билл Хьюстон) считают, что стратегия одновременно может выступать планом, принципом поведения, позицией, перспективой и приемом [5, с.16-20].

Таким образом, зарубежные исследователи отождествляют понятие «стратегия» с планом, программой, политикой, принципами, действиями, моделью, что предопределено их приверженностью к различным школам стратегий, восприятием взаимосвязей между стратегией и организационной структурой компании, особенностями учета различных факторов, влияющих на принятие стратегического решения и их степени влияния на предпринимательскую деятельность и другими аспектами исследуемого многоликого понятия.

#### **Список использованных источников**

1. О'Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: Стратегический подход : научное издание / Дж. О'Шонесси; пер. с англ Д.О. Ямпольская. - СПб. : Питер, 2001. – 864с.
2. Джонсон, Дж. Корпоративная стратегия : научное издание / Дж. Джонсон, К. Шоулз, Р. Уиттингтон ; пер. с англ. А.Ю. Заякин. - 7-е изд. - М. ; СПб. ; Киев : ИД Вильямс, 2007. - 800 с.
3. Томпсон-мл. Артур, А., Стрикленд III А., Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ.– М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 928с.
4. Портер, Майкл Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. : И. Минервин. - 2-е издание. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. - 454 с.
5. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер. с англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 336 с.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Лисовский Максим Иванович, к.э.н., доцент,

Строк Ольга Александровна, магистр экономических наук

Полесский государственный университет

Lisouski Maksim, PhD in Economics, lisovsky.m@polessu.by,

Strok Olga Aleksandrovna, Master of Economic Sciences, Strok.o@polessu.by

Polessky State University

**Аннотация.** В статье выделены особенности основных методов анализа и оценки финансового состояния организации.

**Ключевые слова:** финансовое состояние, анализ, методические подходы, управленческие решения.

В современных экономических условиях анализ финансового состояния организации является очень актуальным. Значительное внимание к анализу финансового состояния организации и его оценки уделяется потому, что, с одной стороны, он является результатом деятельности предприятия, свидетельствует о достижениях, а с другой – определяет предпосылки развития предприятия. Финансовое состояние определяет конкурентное состояние компании, ее потенциал взаимовыгодной деятельности, оценивает, насколько экономические интересы самой компании и ее партнеров гарантированы в финансовом и ином плане. Финансово-хозяйственная деятельность напрямую зависит от эффективного управления предприятием. При принятии управленческих решений основную роль играют анализ и оценка финансового состояния компании. Полученные результаты необходимы как для внутреннего использования, так и для внешних пользователей – потенциальных инвесторов, кредитных организаций и государственных органов. Анализ финансового состояния – это научно обоснованное исследование финансовых взаимоотношений, движения денежных средств предприятия с целью получения результатов, дающих объективную и достоверную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменения его структуры активов и пассивов и в сравнении с дебиторами и кредиторами. [1]

Основными методами финансового анализа предприятия являются:

1. Ознакомление с финансовой отчетностью – позволяет предприятию приблизительно изучить значения и сделать выводы о привлечении средств, о направлениях их инвестирования. Полученная информация о финансовом состоянии является положительной составляющей данного метода, но для принятия каких-либо решений ее недостаточно [2].

2. Горизонтальный анализ – это сравнительный метод финансовых данных за ряд периодов. Он отражает только динамику (рост или падение), по которой можно сказать о наращивании активов хозяйствующего субъекта или их снижении. Но поскольку обороты у организаций могут отличаться довольно существенно (у одной – тысячи руб., у другой – миллионы), то горизонтальной анализ следует дополнять вертикальным, который покажет, из каких активов в большей степени формируется баланс организации. Горизонтальный анализ позволяет оценить изменения основных показателей бухгалтерского баланса. Но в данном методе существует несопоставимость данных в условии инфляции [3].

3. Вертикальный анализ. Данный метод анализирует финансовую отчетность и соотносит выбранные показатели с другими однородными показателями в рамках одного отчетного периода. Он отражает структуру имущества и источников финансирования, по которой можно рассказать, например, об объемах собственного и заемного капитала, но нельзя сделать вывод о финансовой зависимости или независимости хозяйствующего субъекта от кредиторов.

4. Анализ трендов – это предсказание изменений отдельных статей или показателей финансовой отчетности в будущем на основе информации об их прошлых и настоящих изменениях.

5. Метод финансовых коэффициентов представляет собой расчет взаимосвязи между отдельными финансовыми показателями, характеризующими различные стороны финансовой деятельности предприятия. Это наиболее распространенный метод оценки. Преимуществом коэффициентов является то, что они выравнивают негативные последствия инфляции, которая существенно

искажает абсолютные значения показателей финансовой отчетности и их динамику. К недостаткам можно отнести: множественность предлагаемых наборов коэффициентов, отсутствие унифицированных расчетных формул [2].

6. Факторный анализ – используется для изучения влияния различных факторов на финансовые показатели. Преимуществом данного метода является простота расчетов, недостатком метода является то, что в зависимости от выбранного порядка замены факторов, результаты факторного разложения имеют разные значения.

7. Специфический анализ – использует специфические методы, позволяющие объективно определить финансовые возможности предприятия.

Таким образом, можно сделать выводы, что данные методики позволяют выявить и устранить недостатки финансово- хозяйственной деятельности и найти резервы улучшения финансового состояния предприятия.

При проведении финансового анализа необходимо учитывать сложившуюся практику, действующие методики, а также особенности конкретной организации (размер, специфику организации бизнес-процессов, отраслевую принадлежность и др.). Все указанные методы имеют свои достоинства и недостатки, поэтому, как правило, при проведении реального анализа используют несколько методов. Это оказывает прямое влияние на качество результатов анализа финансового состояния предприятия, а значит, и на качество управленческих решений.

#### **Список использованных источников**

1. Колмаков В.В. Совершенствование подходов и методик анализа финансового состояния предприятия / В.В. Колмаков, С.Ю. Коровин // Вестник НГИЭИ. 2016. № 5
2. Оськина Ю.Н. Обзор методик анализа финансовых результатов/ Ю.Н. Оськина, Е.А. Баева // Социально-экономические явления и процессы. 2018. № 4.
3. Конвисарова Е.В., Методические подходы к оценке финансового состояния малых торговых организаций/ Е.В. Конвисарова, Т.А.Левченко //Вестник ВГУЭС. 2021 № 4, с. 116-126.

УДК 336.717.3

### **ОЦЕНКА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

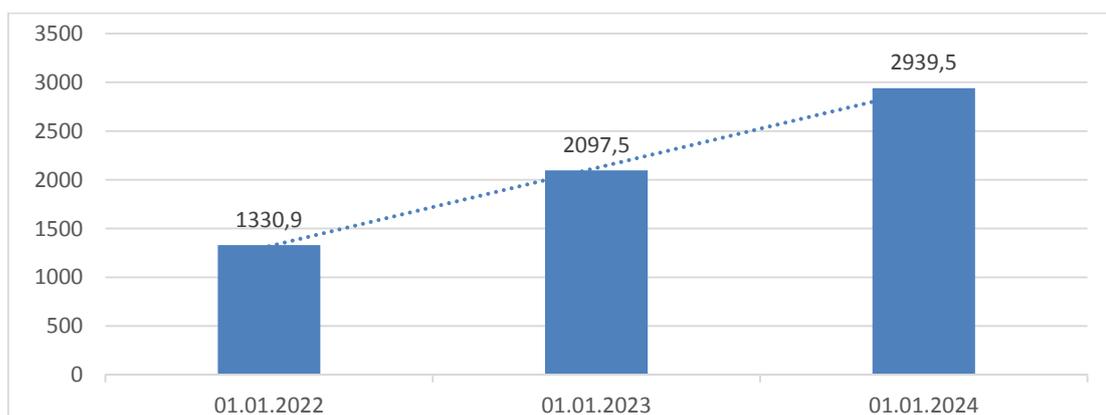
**Лопух Юлия Ивановна, старший преподаватель,  
Сергеюк Валентина Степановна, старший преподаватель  
Полесский государственный университет  
Lopukh Yulia, Senior lecture, lo-ui@yandex.ru,  
Sergejuk Valentina, Senior lecture, sergejuk\_v@mail.ru  
Polessky State University**

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются основные показатели эффективности деятельности банков Республики Беларуси, выявляются тенденции их изменения.

**Ключевые слова:** банковский сектор, прибыль, рентабельность.

Эффективность деятельности банков имеет существенное значение для функционирования экономики в целом. Конкуренция в транзакционном бизнесе, продолжающиеся санкционные ограничения, киберугрозы, изменение роли отдельных иностранных валют на внутреннем валютном, кредитном и депозитном рынках оказывают давление на банковский сектор, влияют на объемы прибыли банков и обуславливают необходимость сосредоточить усилия на поиске резервов повышения эффективности своей деятельности.

Банковский сектор Республики Беларусь успешно решает вопросы обеспечения прибыли в своей деятельности. Так, совокупная прибыль банков на 01.01.2024 достигла величины в 2939,5 млн руб., что больше, чем на 01.01.2023 на 40,1%. Динамика прибыли банков Республики Беларусь на 01.01.2022-01.01.2024 представлена на рисунке 1:



**Рисунок 1. – Динамика прибыли банков Республики Беларусь на 01.01.2022 - 01.01.2024, млн руб.**  
Примечание - Источник: собственная разработка на основании [1, 2]

В 2022 году по сравнению с 2021 годом улучшить финансовый результат банки смогли благодаря увеличению чистого процентного дохода и чистого прочего дохода. Сумма чистого процентного дохода в 2022 году по сравнению с 2021 годом выросла на 30%, чистого прочего банковского дохода – в три раза (Таблица 1):

Таблица 1. – Формирование прибыли банков Республики Беларусь на 01.01.2022 - 01.01.2024, млн руб.

Показатели	01.01.2022	01.01.2023	01.01.2024	Темп изменений, %	
				01.01.2023 \ 01.01.2022	01.01.2024 \ 01.01.2023
Сальдо процентных доходов и расходов	2990,9	3889,4	4610,8	130,04	118,55
Сальдо комиссионных доходов и расходов	1593,1	1689,5	1994,6	106,05	118,06
Сальдо прочих банковских доходов и прочих банковских расходов	545,3	1737,8	1146,2	318,69	65,96
Сальдо операционных доходов и операционных расходов	-2624,8	-2949,3	-3137,2	112,36	106,37
Сальдо доходов от уменьшения резервов и расходов по отчислениям в резервы	-875,5	-1755,4	-968,8	200,5	55,19
Сальдо прочих доходов и расходов	-298,1	-514,5	-706,1	172,59	137,24
<b>Итого:</b>	<b>1330,9</b>	<b>2097,5</b>	<b>2939,5</b>	<b>157,6</b>	<b>140,14</b>

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

В 2023 году факторы, которые поддерживали высокую прибыль банков в 2022 году, снижают свое влияние.

Так, сумма чистого процентного дохода в 2023 году по сравнению с 2022 годом выросла лишь на 18,55%, а чистого прочего банковского дохода - снизилась на 34,04%.

Из данных таблицы 1 видно, что рост прибыли в 2023 году по сравнению с 2022 годом был обеспечен значительным снижением отчислений в резервы, ростом чистых комиссионных доходов.

С ростом полученной прибыли произошло увеличение показателей рентабельности деятельности банка. На 01.01.2023 рентабельность нормативного капитала составила 13,20%, что больше по сравнению с 01.01.2022 на 3,23 пп. На 01.01.2024 рентабельность нормативного капитала составила 15,76% увеличившись по сравнению с 01.01.2023 на 2,56 пп. (Таблица 2):

Таблица 2. – Показатели рентабельности банков Республики Беларусь на 01.01.2022 - 01.01.2024, %

Показатели	01.01.2022	01.01.2023	01.01.2024	Отклонение, п.п.	
				01.01.2023 \ 01.01.2022	01.01.2024 \ 01.01.2023
Рентабельность нормативного капитала	9,97	13,20	15,76	+3,23	+2,56
Рентабельность активов	1,4	1,99	2,49	+0,59	+0,5

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

Из данных таблицы 2 видно, что рентабельность активов на 01.01.2023 составила 1,99%, что больше по сравнению с 01.01.2022 на 0,59 пп. На 01.01.2024 рентабельность активов составила 2,49%, увеличившись по сравнению с 01.01.2023 на 0,5 пп.

Показатель чистой процентной маржи банков в анализируемом периоде имеет тенденцию к росту с 3,44% на 01.01.2022 до 4,41% на 01.01.2024 (Рисунок 2):

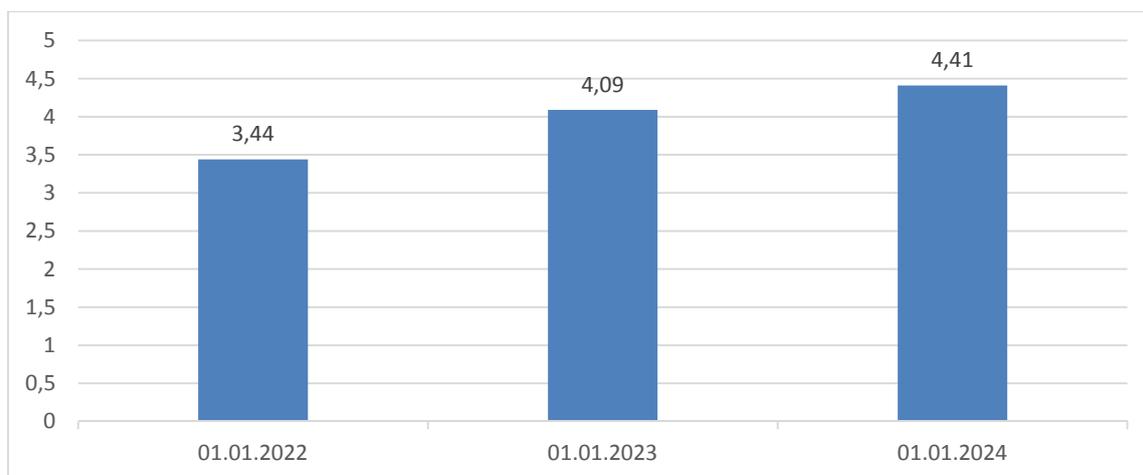


Рисунок 2. – Динамика чистой процентной маржи банков Республики Беларусь (в годовом исчислении) на 01.01.2022 - 01.01.2024, %

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

Динамика показателя CIR по банковскому сектору Республики Беларусь представлена на Рисунке 3. Из данных рисунка 3 видно, что CIR банков значительно снизился на 01.01.2023 по сравнению с 01.01.2022, что было обусловлено необходимостью оптимизации операционных расходов в условиях широкого спектра внутренних и внешних вызовов, с которыми столкнулся банковский сектор в 2022 году. Показатель CIR на 01.01.2024 по сравнению с 01.01.2023 незначительно увеличился.

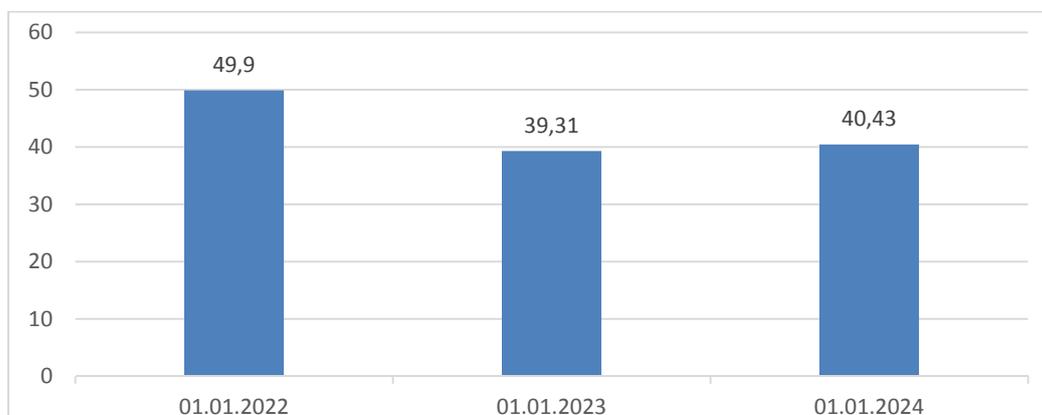


Рисунок 3. – Динамика CIR банков Республики Беларусь на 01.01.2022 - 01.01.2024, %

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

Предполагается, что в 2024 году в связи с ухудшением финансового положения предприятий реального сектора экономики, ростом доли необслуживаемых активов продолжится дальнейшее замедление роста чистых процентных доходов и увеличение отчислений в резервы [3]. В связи с этим банкам необходимо сосредоточиться на увеличении операционной эффективности, увеличении безрисковых чистых комиссионных доходов.

#### **Список использованных источников**

1. Информационный сборник "Обзор деятельности и характеристика устойчивости функционирования банков Республики Беларусь" на 01.01.2024 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. - Режим доступа: [https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs\\_01\\_01\\_2024.pdf](https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_01_01_2024.pdf). - Дата доступа: 01.04.2024
2. Информационный сборник "Обзор деятельности и характеристика устойчивости функционирования банков Республики Беларусь" на 01.01.2023 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. - Режим доступа: [https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs\\_01\\_01\\_2023.pdf](https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_01_01_2023.pdf). - Дата доступа: 01.04.2024
3. Обеспечение финансовой стабильности в 2023 году и задачи на 2024 год // Доклад заместителя Председателя Правления Национального банка Республики Беларусь Д.Л. Калечица на расширенном заседании Правления [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. - Режим доступа: [https://www.nbrb.by/press/2024/01/doklad\\_stability\\_2024.pdf](https://www.nbrb.by/press/2024/01/doklad_stability_2024.pdf). - Дата доступа: 01.04.2024

УДК 336.719

### **ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Лукашевич Валентина Алексеевна, к.э.н., доцент**

**Полесский государственный университет**

**Lukashevich Valiantsina A., PhD in Economics**

**Polesky State University, KBW-Pinsk@yandex.ru**

**Аннотация.** В статье поднимается вопрос о возможности определения необходимого числа банков для удовлетворения запросов экономики и населения на банковские услуги, а также собраны экономические обоснования целесообразности применения рыночных механизмов.

**Ключевые слова:** банковская система, хозрасчет, эффективность функционирования, прибыль, рентабельность.

Периодически в средствах массовой информации и в новостных телепередачах вставят вопрос: “нужно ли нам столько банков?”. Пока ответ не найден, но и вопрос не закрыт. Насколько целесообразно и уместно такое внешнее вмешательство в деятельность банковского сектора, да и возможно ли это определить со стороны?

Нормативно-правовые параметры взаимодействия государства и банков определяют, что «...банки ...самостоятельны в своей деятельности. Вмешательство государства, его органов и должностных лиц в деятельность банков ... допускается исключительно в пределах, установленных Конституцией Республики Беларусь и принятыми в соответствии с ней законодательными актами» (1, ст. 8, 13, 14, 18, 19, др.). Конечно, никакие нормы не идеальны не все времена, так как экономическое развитие предусматривает развитие и правового поля. К действующим сегодня нормам был пройден длительный и сложный путь.

В последние годы существования в Советском Союзе было 4 банка: Госбанк СССР, Стройбанк СССР, Банк для внешней торговли СССР и Система государственных трудовых сберегательных касс СССР (ГТСК) с законодательно распределенными функциями. На Госбанк были возложены функции денежной эмиссии, контроля за соблюдением кассовой дисциплины, обслуживания бюджета и юридических лиц и др. Стройбанк СССР выполнял банковское обслуживание и контроль строительных программ. Банк для внешней торговли СССР проводил расчеты по экспортно-кредитным операциям, руководил заграничными банками. Сберегательные кассы занимались банковским обслуживанием физических лиц. Все банки функционировали на условиях бюджетного финансирования: полученные доходы перечислялись в государственный бюджет, расходы банков покрывались за счет планового бюджетного финансирования.

В период перестройки Постановлением № 821 «О совершенствовании системы банков в стране и усилении их воздействия на повышение эффективности экономики» от 17.07.1987 г. было определено, что «Банковская система стала крайне неповоротливой, недостаточно учитывает специфику и особенности отраслей и сфер экономики ... кредитные рычаги и стимулы фактически перестали выполнять функции инструмента управления расширенным воспроизводством, ... что явилось следствием крупных недостатков и упущений в работе ... всей финансовой системы».

В целях «...повышения роли кредита и денежного обращения, изменения направления и формы деятельности банков, повышения их ответственности, превращения в активных и заинтересованных участников перестройки управления экономикой и для усиления воздействия банков на ускорение экономического развития страны и укрепления связи кредитного механизма с конечными результатами расширенного воспроизводства» были реорганизованы действующие банки и созданы «Агропромбанк СССР», «Жилсоцбанк СССР» и Сберегательный банк СССР (на базе ГТСК).

На банки СССР возлагалось проведение прогрессивной кредитной политики, повышение эффективности всей системы кредитования основной деятельности, финансирование и кредитование капитальных вложений, а также осуществление необходимых расчетов:

- Промстройбанк СССР – в промышленности, строительстве, на транспорте и связи;
- на Агропромбанк СССР – в агропромышленном комплексе страны;
- на Жилсоцбанк СССР – в жилищно-коммунальном хозяйстве, бытовом обслуживании, социально-культурном строительстве, в подведомственных местным Советам народных депутатов структурах, кооперативной и индивидуальной трудовой деятельности;
- Сберегательный банк СССР – организация сберегательного дела в стране, безналичных расчетов и кассового обслуживания населения и необходимых случаях – организаций и учреждений, распространение и погашение облигаций государственных займов, кредитование потребительских нужд граждан»;
- Внешэкономбанку СССР – проведение расчетов по экспортно-импортным и неторговым операциям, операциям на международных валютных и кредитных рынках, кредитования субъектов внешнеэкономических связей, осуществления контроля использования валютных ресурсов и т.п.

Кроме того, повысилась роль Госбанка СССР, как главного банка страны, «в обеспечении централизованного планового управления денежно-кредитной системой, единой политики в области валютных операций, координации деятельности банков, выполнении функций единого эмиссионно-кассового и расчетного центра, организатора и координатора кредитных отношений в народном хозяйстве».

В соответствии с Постановлением банки СССР образовали в союзных республиках республиканские банки прямого подчинения. Так в Белорусской ССР – белорусские республиканские банки (с филиалами), действующие на принципах хозрасчета и самофинансирования. Именно перевод системы «банков СССР на принципы полного хозрасчета и самофинансирования», на наш взгляд, имело революционное значение и определило направление развития (2).

Перестройка заложила основу перехода существовавшей денежно-кредитной системы к новому качественному состоянию, началу становления двухуровневой банковской системы, однако и реорганизованная банковская система продолжала стагнировать и не могла решить поставленные перед ней задачи. И только в 1988 г. в соответствии с законом «О кооперации в СССР» банки получили статус кооперативных, члены кооперативов получили реальные возможности и материальную заинтересованность в повышении эффективности хозяйствования на принципах полного хозяйственного расчета. Законом также было определено, что убыточная работа кооператива «несовместима с его сущностью» (3, ст. 1, 17, 20).

Это положение вошло в уставы действующий и вновь создаваемых банков, повлекло за собой открытие банков, интерес собственников которых ориентировался на получении прибыли, что способствовало началу значительному росту числа банков. Так по состоянию на 1.01.1990 г. В СССР с численностью населения почти 290 тыс. чел. были зарегистрированы уставы 225 коммерческих и кооперативных банков, т.е. увеличилось в 45 раз за 2 года. К этому периоду в БССР кроме выше указанных союзных банков было открыто 4 банка, что в совокупности составило 9 банков при численности населения республики в 10,2 млн. чел. (4)

Таблица 1. – Совокупное финансовое положение банков Республики Беларусь за 2019-2023 гг. (кроме гос. банков)<sup>1</sup>

№ п/п	Статьи баланса/показатели	01.01.2023		01.01.2020		01.01.16		Абсол. отклонен., млн руб.		Темп динамики, %		Темп прир. за период, %
		Млн руб.	Уд. вес, %	Млн руб.	Уд. вес, %	Млн руб.	Уд. вес, %	2023 к 2020	2020 к 2016	2023 к 2020	2020 к 2016	
1	Денежные ср-ва, эквиваленты ден. средств, драгоценные металлы	11684,7	32,9	5591,8	19,0	2746,9	16,5	6092,9	2844,9	209,0	203,6	5,4
2	Инвестиционные/торговые и производные ценные бумаги	4137,8	11,6	2715,7	9,2	2951,4	17,7	1422,1	-235,7	152,4	92,0	60,4
3	Средства банков	724,3	2,0	1203,7	4,1	260,4	1,6	-479,4	943,3	60,2	462,3	-402,1
4	Кредиты клиентам	17131	48,2	18375,4	62,5	9615,8	57,8	-1244,4	8759,6	93,2	191,1	-97,9
5	Долгосрочные активы, инвестиции в ассоцииров. комп., инвестиционная недвижим., основные средства	1371,4	3,9	1218,7	4,2	829,8	5,0	152,7	388,9	112,5	146,9	-34,3
6	Налоговые и прочие активы	475,6	1,4	285,0	1,0	246,6	1,4	190,6	38,4	166,9	115,6	51,3
7	<b>Итого активы</b>	<b>35524,8</b>	<b>100,0</b>	<b>29390,2</b>	<b>100,0</b>	<b>16650,9</b>	<b>100,0</b>	<b>6134,6</b>	<b>12739,3</b>	<b>120,9</b>	<b>176,5</b>	<b>-55,6</b>
8	Средства НБ и других банков, субординированный кредит	3850,9	13,5	4152,1	17,0	3722,4	26,5	-301,2	429,7	92,7	111,5	-18,8
9	Средства клиентов	23283,1	81,6	18570,3	76,0	9505,4	67,6	4712,8	9064,9	125,4	195,4	-70,0
10	Выпущенные и производные ценные бумаги, привил. акции	543,7	1,9	1092,8	4,4	437,8	3,1	-549,1	655,0	49,8	249,6	-199,9
11	Обязательства по аренде, налоговые обязательства	231	0,8	163,5	0,7	147,4	1,1	67,5	16,1	141,3	110,9	30,4
12	Формирование резерв	28,7	0,1	9,2	0,1	20,2	0,1	19,5	-11,0	312,0	45,5	266,4
13	Прочие пассивы	610,3	2,1	457,7	1,8	224,7	1,6	152,6	233,0	133,3	203,7	-70,4
14	<b>Итого обязательства</b>	<b>28547,7</b>	<b>100,0</b>	<b>24445,6</b>	<b>100,0</b>	<b>14057,9</b>	<b>100,0</b>	<b>4102,1</b>	<b>10387,7</b>	<b>116,8</b>	<b>173,9</b>	<b>-57,1</b>
15	Уставный фонд	2874,1	41,2	2894,4	58,5	2018,7	77,8	-20,3	875,7	99,3	143,4	-44,1
16	Фонды переоценки	28,6	0,6	112,6	2,4	159,9	6,2	-84	-47,3	25,4	70,4	-45,0
17	Нераспределенная прибыль	4046,8	58,0	1898,4	38,4	396,5	15,3	2148,4	1501,9	213,2	478,8	-265,6
18	Неконтролируемое участие	27,6	0,2	39,23	0,7	17,9	0,7	-11,63	21,33	70,4	219,2	-148,8
	<b>Итого капитал</b>	<b>6977,1</b>	<b>100,0</b>	<b>4944,6</b>	<b>100,0</b>	<b>2593</b>	<b>100,0</b>	<b>2032,5</b>	<b>2351,6</b>	<b>141,1</b>	<b>190,7</b>	<b>-49,6</b>
	<b>Итого пассивы</b>	<b>35524,8</b>		<b>29390,2</b>		<b>16650,9</b>		<b>6134,6</b>	<b>12739,3</b>	<b>120,9</b>	<b>176,5</b>	<b>-55,6</b>

<sup>1</sup>Информация из сайта банков «Годовая отчетность Банка, составленная в соответствии с МСФО»

Сегодня в Республике Беларусь действует 21 коммерческий банк, из них 4 – государственной формы собственности. Достаточно это или нет, на наш взгляд, исходя из численности, некорректно. В частности, в структуру ОАО «АСБ «Беларусбанк» входит 1400 производственных подразделений; ЗАО «Цептер Банк» располагает 7 отдельными производственными офисами.

Вопросы определения необходимого числа банков периодически поднимаются и определение государством «необходимого» количества имеет место в мировой истории банковской практике.

Но возникает он там и тогда, где рыночные механизмы не рассматриваются в качестве приоритетных. В частности, Гарегин Тосунян, президент Ассоциации российских банков, изучив международный опыт, пришел к выводу, что ответ на вопрос о необходимом количестве банков «...может дать только конкурентный рынок. Банков необходимо такое количество, которое «обеспечило бы эффективное развитие экономики, увеличило бы проникновение финансовых услуг, учитывало бы реальные проблемы малых предприятий с учетом их специфики деятельности и региона базирования» (5).

Абсолютно разделяем данное мнение и считаем возможным дополнить его законодательно определенной характеристикой банковской деятельности, как «совокупность осуществляемых банками ... операций, направленных на извлечение прибыли» (1, ст. 12). Исходя из этого положения, количество необходимых банков определяется результативностью их деятельности, что в свою очередь зависит от запроса экономики на услуги банков и способности конкретного банка обеспечить прибыльность деятельности. Исходя из этой точки зрения, целесообразно изучить соответствующие показатели деятельности банков (табл. 1) и определить эффективность.

Представленная информация свидетельствует о том, что совокупный показатель прибыли (стр. 17) банков за три периода положительный на фоне снижения темпа роста почти в два раза. В разрезе банков за период имеет место положительная тенденция по снижению числа убыточных банков: по итогам за 2015 г. – 9, за 2019 г. – 5, за 2022 г. – 4. При этом 3 банка имели убыток во всех периодах и 2 – в двух периодах.

Поскольку формат данного исследования позволяет провести оценку с помощью ограниченного числа расчетных показателей, используем показатели рентабельности активов и рентабельности капитала (табл.2) Используемая в расчетах информация: в отношении всего сектора – на сайте Национального банка в разделе «Банковский сектор»; негосударственных банков – в табл. 1; в отношении государственных – определена посредством вычитания.

Таблица 2. – Показатели эффективности деятельности банков Республики Беларусь, %

Показатели рентабельности/ отчетные структуры (банки)	Активов			Капитала		
	01.01. 2023 г.	01.01. 2020 г.	01.01. 2016 г.	01.01. 2023 г.	01.01. 2020 г.	01.01. 2016 г.
Банковский сектор	5,53	5,17	2,74	31,16	34,95	24,28
Негосударственные. банки	11,39	6,46	2,38	58,00	38,39	15,29
Государственные. банки	2,16	4,35	2,85	12,94	32,25	28,68

Данные таблицы 1 свидетельствуют об опережающей динамике эффективности деятельности негосударственных банков в сравнении с банковской системы и на фоне снижения результативности государственных банков. Исходя из содержания ст. 12 Банковского кодекса Республики Беларусь, деятельность негосударственных банков с экономической точки зрения в совокупности значительно успешнее в сопоставлении с государственными в достижении основной цели деятельности. Количество необходимых для экономики банков невозможно установить иначе, чем самими банками.

#### Список использованных источников

1. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 25.10.2020 г., № 441-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. Беларусь / режим доступа : <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0000441> – 2024.

2. О совершенствовании системы банков в стране и усилении их воздействия на повышение эффективности экономики [Электронный ресурс] : пост. ЦК КПСС и Совмина СССР, 1707.1987 г.,

№ 821 // АО «Кодекс» / Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. / режим доступа : <https://docs.cntd.ru/document/901718109> – 2024.

3. О кооперации в СССР [Электронный ресурс] : Закон № 8998-ХІ, 26.05.1988 г. // Консультант Плюс / режим доступа : [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1361](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1361) / – 2024.

4. Банки на территории Беларуси: вехи истории [Электронный ресурс] // НБРБ / режим доступа : <https://www.nbrb.by/today/about/history> – 2024.

5. Гарегин Тосунян. Сколько нам нужно банков? [Электронный ресурс] // Banki.ru / режим доступа : <https://www.banki.ru/news/columnists/?id=9532341> – 2024.

УДК 336.19.71

## ЧТО ТАКОЕ ДЕРИВАТИВ И КАК ЭТО ВСЁ РАБОТАЕТ

Макеева Полина Алексеевна, аспирант

Белорусский государственный университет

Makeeva P.A., Belarusian State University, mka\_ov.p.a@yandex.ru

**Аннотация.** В статье дана характеристика деривативов, базисом которых выступают воспроизводственные и экономические процессы в экономике на базе постоянного движения финансовых потоков.

**Ключевые слова:** экономика, дериватив, доходы, расходы, движение денежных активов и товарных ресурсов.

В мировой экономике происходит постоянное движение финансовых потоков и на количественные и качественные параметры этих потоков влияет, в первую очередь, состояние экономики [1]. И немаловажное значение в этих потоках принадлежит деривативам, т.к. деривативы можно использовать для страховки рисков или для существенного увеличения прибыли.

Давайте попробуем простыми словами охарактеризовать, в чём суть фьючерсов, опционов, свопов, форвардов и как это всё работает.

Дериватив (*от derivative - «производный»*) – это контракт, который стороны обязуются исполнить в будущем по оговоренным условиям.

И в основе дериватива лежит базовый актив (*ценная бумага, валюта или товар*), по отношению к которому оговариваются условия сделки. В связи с такой вторичностью относительно базового актива деривативы также называют производными финансовыми инструментами [2].

Например, когда вы покупаете дериватив, то владеете не самим активом, а договором (*фьючерсным контрактом*) с правом или обязательством на его покупку или продажу по фиксированной цене. Представим, что у инвестора в портфеле акции «Газпрома» по  $\square 130$ , и он владеет ценными бумагами, стоимость которых меняется в зависимости от рынка. Если же инвестор приобрёл фьючерс на покупку акций «Газпрома» (*такой фьючерс - один из видов дериватива*) по цене  $\square 125$  и сроком исполнения 15.08.2024 г., то получил не сами акции, а обязательство купить их по  $\square 125$  до 15 августа при любых условиях на рынке. И это является ключевым условием.!

Все деривативы имеют срок исполнения, поэтому рынок таких инструментов ещё называют срочным рынком [3]. Инвесторы и трейдеры используют этот инструмент для разных целей:

- хеджирование (*от англ. hedge - «ограничивать», «огораживать изгородью»*) - страхование рисков. Это способ застраховать риски, когда инвестор опасается, что цена купленного или проданного актива может измениться в нежелательную для него сторону;

- спекуляция - получение дохода из-за разницы в цене благодаря краткосрочной покупке или продаже ценных бумаг.

Виды деривативов:

1. Форварды. Самый простой инструмент срочного рынка – это простой контракт, предусматривающий поставку и расчёты через какой-то более-менее длительный промежуток времени. Такой контракт называется форвардным контрактом, или форвардом.

Форвард (*от англ. forward - «вперед»*) – это контракт, по которому продавец обязуется в срок и определённым образом продать базовый актив другой стороне. Форвард заключается только на реальный актив: сырьё, валюту, ценные бумаги. Такой контракт заключается вне биржи, он не

стандартизирован. В нём стороны могут описать не только сроки поставки, но и то, как будет доставлен товар, и во что упакован.

Чтобы понять суть форвардного контракта, рассмотрим пример из реальной жизни [4]. Автолюбитель летом 2024 года хочет купить новую модель LiXiang. В салонах РФ такая машина стоит 8 млн., но сейчас желаемой комплектации в наличии нет, а поставят только через три месяца. За этот срок цена авто может существенно вырасти, допустим, из-за усложнения логистики поставки или дефицита чипов. Чтобы избежать этого риска, покупатель заключает с продавцом договор о покупке на 8 млн. через три месяца, вносит предоплату и спокойно дожидается нового авто.

Правда, ситуация может оказаться не такой радужной. А вдруг за три месяца условия изменятся так, что поставки станут проще и цены снизятся на 30%.? Тогда покупатель с заключённым контрактом по текущей цене останется в проигрыше. С другой стороны, покупатель не застрахован и от срыва поставок [5]. Именно поэтому торговля деривативами - рискованное дело, и об этом мы поговорим позже.

2. **Фьючерсы.** Фьючерс (*от англ. future - «будущее»*) – это биржевой контракт, по которому покупатель обязан купить, а продавец - продать актив в определённый срок в будущем. Определение схоже с форвардом, но есть несколько нюансов. Во-первых, в самом определении говорится, что это именно биржевой контракт. Это значит, что в отличие от форварда фьючерсный контракт регулируется через расчётную палату биржи (*клиринговый центр*) и тем самым во многом застрахован от срыва поставок.

Биржевой характер фьючерса также говорит о том, что как базовый актив, так и сам фьючерс стандартизированы - покупаются и продаются лоты одного размера и качества [6].

Если форвард заключается только на реальный актив (*сырьё, валюту, ценные бумаги*), то у фьючерса могут быть весьма своеобразные и принципиально не поставляемые базовые активы. Благодаря этому фьючерсы бывают расчётные и поставочные.

**А.** Расчётные фьючерсы используют в первую очередь для индексов и товаров, которые в принципе нельзя зачислить на счёт покупателю, в настоящее время нет такой возможности или просто нет необходимости это делать. При исполнении расчётного фьючерса инвестор получает на брокерский счёт разницу между ценой приобретения контракта и ценой исполнения, что может быть как прибылью, так и убытком. Например, фьючерс на нефть на Мосбирже является расчётным, хотя нефть вполне осязаемый товар, но в этом фьючерсе контракт не закончится её поставкой - товар вам не поставят, а спишут или начислят разницу между ценой покупки и исполнения.

Другой пример - все фьючерсы на иностранные индексы, обращающиеся сейчас на Мосбирже, тоже расчётные, потому что по факту поставить иностранные бумаги ETF по завершении контракта нет возможности ввиду санкционных и антисанкционных ограничений.

И самым понятным примером расчётного фьючерса, который в принципе нельзя зачислить на счёт, пожалуй, являются фьючерсы на погоду. На российском рынке таких пока нет, но за рубежом они существуют с конца 1990-х годов и довольно популярны у трейдеров. Базовыми активами фьючерсов на погоду могут быть температура воздуха, скорость и направление ветра, влажность, атмосферное давление. Например, подобные погодные фьючерсы торгуются на Чикагской товарной бирже (CME).

В 1996 году на Российской бирже (РБ) торговались фьючерсные контракты на итоги президентских выборов. Цена контракта определялась, исходя из оценки участниками рынка процентов голосов, отданных кандидатам в президенты. Так, первой ставкой на контракт на победу Геннадия Зюганова стал фьючерс за 2600, что означало, что этот кандидат, по мнению трейдеров, наберёт в первом туре голосования 26% голосов российских избирателей. А по первому контракту на победу Бориса Ельцина брокеры сделали ставку на то, что он наберет 23%, так как соответствующий фьючерс был продан за 2300.

**Б.** Поставочные фьючерсы, как правило, заключаются по отношению к акциям и облигациям. При исполнении такого фьючерса инвестору поставляют базовый актив на счёт – зачисляют ценную бумагу.

Также поставочные фьючерсы могут заключаться на поставку реального товара. Например, на Санкт-Петербургской международной товарно-сырьевой бирже (СПбМТСБ) ведутся торги поставочными фьючерсами на нефтепродукты: бензин, дизельное топливо, сжиженный углеводородный газ.

Такие фьючерсы в первую очередь удобны для реальных продавцов и покупателей сырьевых товаров - не только нефти, но и металлов, зерна и т. д. Они получают живой рынок с предсказуемыми ценами.

Для биржевых инвесторов и спекулянтов, наоборот, при неблагоприятных условиях выход в таких фьючерсах на поставку является риском.

Примером реализации этого риска стал беспрецедентный случай отрицательных цен на поставочный фьючерс нефти WTI в апреле 2020 г. На торгах Нью-Йоркской товарной биржи (NYMEX) 20 апреля 2020 г. стоимость майских фьючерсов на североамериканскую нефть WTI сначала упала до \$0 за баррель, а затем её котировки ушли в минус – впервые в истории. Нефть стоила (-) \$40 за баррель, т.е. продавцы контрактов доплачивали покупателям за то, чтобы те забрали их контракты за приобретение нефти. Так произошло потому, что предложение значительно превысило спрос на нефть. А также потому, что чёрное золото уже негде было хранить - нефтехранилища по всему миру были почти заполнены.

Торговля фьючерсами маржинальная, то есть с кредитным плечом: при покупке контракта инвестор платит только часть, а не всю сумму контракта. При этом после уплаты комиссии на его счёте блокируется залог, который называется гарантийным обеспечением.

Гарантийное обеспечение обязаны внести обе стороны сделки: как покупатель, так и продавец. В итоге можно сказать, что первый обладает фьючерсным контрактом на покупку, а второй - фьючерсным контрактом на продажу.

3. Свопы. Своп (*от англ. swap - «обмен»*) – это обмен сторонами активами в ходе торговли на бирже. Такими активами могут быть валюты, ценные бумаги, платежи. В зависимости от этого свопы бывают процентные, валютные, на акции, товарные, кредитные дефолтные. Своп подразумевает, что стороны через определенное время вернут друг другу эти же бумаги либо сделают обратные платежи. Сделки свопов часто заключают между собой юридические лица или банки, а не частные инвесторы.

Для примера, как работает своп, вспомним фильм «Игра на понижение». В нём управляющий хедж-фондом М. Бьюрри спрогнозировал ипотечный кризис в США 2007-2008 годов. Предчувствуя обвал рынка, он застраховал активы клиентов фондов через кредитный дефолтный своп. Фонд Бьюрри купил у банков свопы на ипотечные облигации, регулярно выплачивал кредитным организациям премии при условии, что в случае дефолта по ипотеке банки выплатят фонду большую сумму денег.

4. Опционы. Опцион (*от лат. optio - «выбор»*) – это контракт, по которому продавец опциона (*надписатель опциона*) в будущем обязуется совершить с покупателем опциона (*держателем опциона*) по его требованию сделку по покупке или продаже базового актива по оговоренной цене.

При этом покупатель получает право на совершение такой сделки, но не обязан её совершать. То есть опцион отличается от фьючерса тем, что у покупателя появляется право отказаться от покупки или продажи, потеряв лишь сумму, уплаченную при заключении контракта.

Обратимся к нашему примеру с покупкой LiXiang в автосалоне. Покупатель заключает контракт с салоном на покупку машины за □8 млн. (страйк-цена) с поставкой через три месяца и платит □1 млн. за возможность зарезервировать товар (премия). Но спустя этого срока цена на авто упала до □5 млн., покупателю выгоднее отказаться от покупки, потеряв □1 млн., он купит машину за □5 млн. по текущей цене - потратит на покупку □6 млн., вместо запланированных □8. Вот так работает опцион.

Базовым активом опционов может быть любой биржевой инструмент, но на Мосбирже базовым активом опциона являются только фьючерсы. В свою очередь базовым активом фьючерса могут быть индексы, российские акции, доллар, драгоценные металлы, нефть.

Есть два вида опционов: call-опционы и put-опционы.

✓ Call-опцион дает право на покупку базового актива. Покупая такой опцион, инвестор как бы открывает длинную позицию и рассчитывает на прибыль при подорожании базового актива. Если это спекуляция, то длинная позиция не открывается: в случае роста цены владелец опционом просто пользуется правом на дешевую покупку, покупает по этой цене, а затем уже продаёт по поднявшейся рыночной. Если это хеджирование, то оно делается на случай, когда инвестору надо будет купить бумагу - например, у него фьючерс на продажу или шорт и он терпит убыток от растущей цены. Тогда он может воспользоваться опционом и покрыть свой убыток.

✓ Put-опцион даёт право на продажу базового актива по фиксированной цене. С таким опционом инвестор как бы открывает короткую позицию в расчёте на выгоду при падении цены базового актива. Здесь всё зеркально наоборот: если трейдер выступает спекулянт, то он просто в случае падения пользуется опционом, а хеджирование делает против неудачного лонга – если инвестор сидит с подешевевшими бумагами, то благодаря опциону он сможет их дорого продать и покрыть убыток.

А сейчас давайте проанализируем преимущества и недостатки деривативов.

Деривативы - сложные инструменты. У них есть как плюсы, так и минусы.

➤ Плюсы. Благодаря хеджированию можно снизить финансовые риски. За счёт встроенного кредитного плеча не нужно платить всю стоимость контракта, что позволяет приобрести больше деривативов и увеличить доходность.

Возможность получить прибыль не только в случае роста стоимости актива, но и при падении.

➤ Минусы. Из-за встроенного кредитного плеча и большой волатильности размер потенциальных убытков практически не ограничен и при спекуляции инвестор может потерять все гарантийное обеспечение фьючерса, если контракт закроют при маржин-колле.

- Высокая волатильность контрактов. Торговля внебиржевыми деривативами не регулируется биржей.

- Сложность. У деривативов много нюансов, неквалифицированные инвесторы могут начать использовать их лишь после сдачи теста на знание инструмента брокеру.

➤ Риски деривативов.

- Рыночные риски. Деривативы - высоковолатильный актив, их цена может существенно колебаться. Факторы спроса и предложения могут привести к росту или падению цены производного инструмента и его ликвидности независимо от того, что происходит с ценой базового актива.

- Кредитные риски. Как мы уже говорили, так как торговля деривативами маржинальная, размер потенциальных убытков из-за колебания стоимости контрактов ничем не ограничен. Более того, так как деривативы торгуются на срочном рынке, инвестор не сможет «пересидеть» убытки. Финансовый результат по таким инструментам измеряется каждый день и сразу же отражается на счете [7].

- Риск контрагента. Вероятность того, что другая сторона в соглашении не выполнит своих обязательств, может быть высокой в случае с внебиржевыми деривативами.

Всё же, как работают деривативы?

По мнению многих экспертов, деривативы в качестве инструмента хеджирования подходят любому инвестору вне зависимости от риск-профиля и инвестиционных горизонтов, т.к. хеджирование предполагает защиту имеюще-гося портфеля и призвано снижать риски, а не увеличивать их [8]. При хеджировании не предполагается использование встроенного в деривативы кредитного плеча.

А само хеджирование состоит из нескольких шагов:

1. Определить, какой именно инструмент срочного рынка подходит для хеджирования вашего текущего портфеля.

2. Определиться с тем, что является для этого портфеля негативным сценарием развития событий.

3. Открыть позицию в деривативе, на которой вы сможете заработать в случае реализации негативного сценария.

Приведём ещё два примера, как работает хеджирование с помощью деривативов.

Пример 1. Портфель российских акций. Негативный сценарий - нисходящая коррекция рынка акций, снижение котировок.

Варианты хеджирования:

- фьючерсом или длинным опционом;

- на индекс или на отдельные акции, входящие в ваш портфель.

Как отмечают эксперты, вариант хеджирования индексом подходит для широко диверсифицированных портфелей, вариант с использованием деривативов на акции – для портфелей состоящих из трех - пяти наиболее ликвидных акций. Т.о., чтобы защититься от снижения рынка акций, нужно продать фьючерс на индекс (*или на выбранные акции*) или купить put-опцион на индекс (*или выбранные акции*).

Пример 2. Портфель российских рублевых облигаций. Негативный сценарий – ослабление рубля.

Варианты хеджирования:

- валютным фьючерсом на доллар или юань к рублю;
- валютным call-опционом.

Как отмечают эксперты, здесь выбор фьючерса или опциона для хеджирования определяется целями и стратегией инвестора. Фьючерс подходит для динамического хеджирования, при котором позиция открывается в момент начала реализации негативного сценария и закрывается при его завершении или отмене. А хеджирование опционом будет более выгодно, если вы держите статическую хедж-позицию на определенный срок, вне зависимости от динамики рынка: в этом случае уплата опционной премии защищает вас от убытков при развитии противоположного сценария.

Если же использовать кредитное плечо, то на спекуляции деривативами можно заработать. Резюмируя, рассмотрим, участники с какими стратегиями есть на рынке деривативов.

✓ Хеджеры – инвесторы, которые покупают дериваты с целью хеджировать риски. При хеджировании инвестор переносит свой риск на тех, кто готов его принять – спекулянтов.

✓ Спекулянты – те, кто принимают риск изменения стоимости актива на себя с целью получить прибыль. Они покупают или продают контракты, предполагая, что их цена в будущем изменится в желаемую сторону.

✓ Арбитражеры – те, кто зарабатывают на разнице в ценах на один и тот же актив. Например, такие трейдеры могут покупать или продавать контракты с разными сроками исполнения, цены которых также отличаются.

Таким образом, проведя данное исследование, деривативы действительно можно использовать для страховки рисков или для существенного увеличения своей прибыли.

#### **Список использованных источников**

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.
2. Белоглазова Г.Н., Киевич А.В. Модернизация регулирования финансовых систем: поиск новых моделей / Г.Н. Белоглазова, А.В. Киевич // Банковское дело. 2011. № 7. С. 14-20.
3. Гудовская Л.В., Киевич А.В. Современные модели и перспективы развития международного банковского бизнеса / Л.В. Гудовская, А.В. Киевич // Экономические науки. 2013. № 99. С. 169-175.
4. URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/news/article/668a7c779a79470c87b9b989>. – Дата обращения: 17.03.2024 г.
5. Киевич Д.А. Государственный кредит в РБ как инструмент мобилизации финансовых ресурсов государства / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2018. № 4 (249). С.72-75.
6. Васильев С.А., Гудовская Л.В., Киевич А.В. Российские банки в контексте международного банковского бизнеса: актуальные вызовы и поиск решений / С.А. Васильев, Л.В. Гудовская, А.В. Киевич // Экономические науки. 2016. № 136. С. 67-71.
7. Проровский А.Г., Четырбок Н.П. Влияние инноваций на развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.Г. Проровский, Н.П. Четырбок // Современные аспекты экономики. 2021. № 7 (287). С. 6-13.
8. Ливенский В.М., Лисовский М.И., Янковский И.А. Тенденции развития сетевых форм организации цифровой экономики в РБ / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский, И.А. Янковский // Современные аспекты экономики. 2021. № 3 (283). С. 26-32.

УДК 336.19.12.3

#### **ОЦЕНКА ПАРАМЕТРОВ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Мансарчук Кристина Алексеевна, аспирант,**

**Белорусский государственный университет**

Mansarschuk M.A., Belarusian State University, mans\_oov.k.a@yandex.ru

**Аннотация.** В статье проведена динамика движения финансовых потоков, базисом которых выступают воспроизводственные процессы в экономике РБ.

**Ключевые слова:** экономика РБ, доходы, расходы, дефицит, профицит, антикризисная политика, движение денежных и товарных ресурсов.

В мировой экономике происходит постоянное движение финансовых потоков, базисом которых выступают воспроизводственные процессы. На количественные и качественные параметры этих потоков влияет, в первую очередь, состояние экономики [1]. Современный мировой финансово-экономический кризис в значительной степени изменил основные параметры, как мировых финансовых потоков, так и национальных финансовых потоков. Существенные трансформации произошли и в структуре, и направленности финансовых потоков, вследствие осуществления антикризисной политики правительствами различных стран.

Вместе с тем, наряду с финансовыми потоками, обслуживающими движение товаров и услуг, возросла роль финансовых потоков, призванных сдерживать кризисные явления, стимулировать развитие национальных экономик, поддерживать субъектов хозяйствования и население [2].

Используя официальные статистические данные по движению денежных и товарных ресурсов в рамках внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь, определим основные тенденции в направленности и структуре финансовых потоков РБ.

При этом отметим, что важным индикатором состояния всей экономики РБ и главных тенденций её развития выступает платежный баланс, состояние которого даёт представление об участии страны в мировом хозяйстве, масштабах, структуре и характере ее внешнеэкономических связей. Платежный баланс имеет прямую и обратную связь с воспроизводством, т.к., во-первых, он складывается под влиянием процессов, происходящих в воспроизводстве, во-вторых, воздействует на него посредством влияния на курсовые соотношения валют, золотовалютные резервы, внешнюю задолженность и прочее [3].

На рисунке 1 представлена динамика счета текущих операций платёжного баланса Республики Беларусь.

**Счет текущих операций.** За 2023 г. сальдо счета текущих операций платёжного баланса РБ сложилось отрицательным в размере 1,0 млрд. долл. США, или 1,4 % ВВП (за 2022 г. - положительное сальдо в размере 2,5 млрд. долл., или 3,4 % ВВП). Дефицит счета текущих операций сформировался главным образом под воздействием отрицательного сальдо первичных доходов [4] и дефицита внешней торговли товарами.

**Внешняя торговля товарами и услугами.** Сальдо внешней торговли товарами и услугами за 2023 г. сложилось положительным в размере 0,5 млрд. долл. (0,7 % ВВП). Экспорт товаров и услуг составил 47,9 млрд. долл. (66,8 % ВВП), аналогичный импорт - 47,4 млрд. долл. (66,1 % ВВП). Внешнеторговый оборот товаров и услуг по сравнению с прошлым годом увеличился на 6,8 % и составил 95,3 млрд. долл.

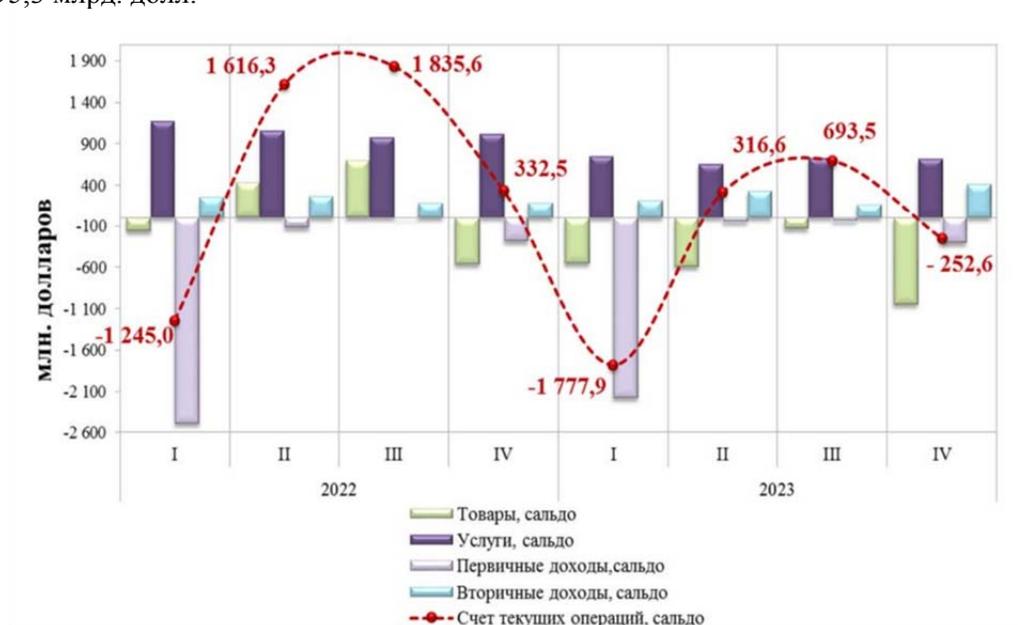


Рисунок 1. – Структура счета текущих операций платёжного баланса Республики Беларусь 2022 – 2023 г.

Примечание – Источник: [5]

Товары. Сальдо внешней торговли товарами за 2023 год сформировалось отрицательным в размере 2,4 млрд. долл. Экспорт товаров составил 39,4 млрд. долл. (54,9 % ВВП) и по сравнению с 2022 годом увеличился на 1,7 млрд. долл., или на 4,6 %. Увеличение стоимости товарного экспорта произошло в результате роста физических объемов поставок (на 24,2 %).

Импорт товаров составил 41,7 млрд. долл. (58,2 % ВВП) и вырос по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 4,5 млрд. долл., или на 12,0 %. Увеличение стоимости импортных поставок произошло за счет роста физического объема импорта (на 21,4 %).

Услуги. Сальдо внешней торговли услугами за 2023 год сложилось положительным в размере 2,8 млрд. долл. (3,9 % ВВП). Экспорт услуг за 2023 год составил 8,5 млрд. долл. (11,9 % ВВП) и снизился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 7,9 %. Импорт услуг сложился в размере 5,7 млрд. долл. (7,9 % ВВП) и увеличился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 12,8 %.

Первичные доходы. Сальдо первичных доходов за 2023 г. сформировалось отрицательным в размере 2,6 млрд. долл. (3,6 % ВВП) главным образом в результате сложившегося дефицита инвестиционных доходов (3,4 млрд. долл.).

Вторичные доходы. Сальдо вторичных доходов сформировалось положительным в размере 1,1 млрд. долл. (1,5 % ВВП), что свидетельствовало о превышении поступлений текущих трансфертов над их выплатами за границу. В страну поступило трансфертов текущего характера на сумму 2,8 млрд. долл. (за 2022 год – 2,3 млрд. долл.).

Счет операций с капиталом. За 2023 г. сформировалось положительное сальдо счета операций с капиталом в размере 547,8 млн. долл. за счет полученных из-за границы капитальных трансфертов в пользу сектора государственного управления, поступлений от продажи нерезидентам РБ непроизведенных нефинансовых активов на сумму 548,4 млн. долл. и выплат за границу от операций, связанных с приобретением непроизведенных нефинансовых активов и капитальных трансфертов в размере 0,6 млн. долл.

Финансовый счет. За 2023 г. сальдо финансового счета платежного баланса в стандартном представлении (с учетом операций с международными резервными активами и операций исключительного финансирования) сложилось отрицательным в размере 96,3 млн. долл. (за 2022 г. - положительное сальдо в размере 3,1 млрд. долл.) и характеризовало чистое заимствование финансовых средств резидентами РБ у остального мира.

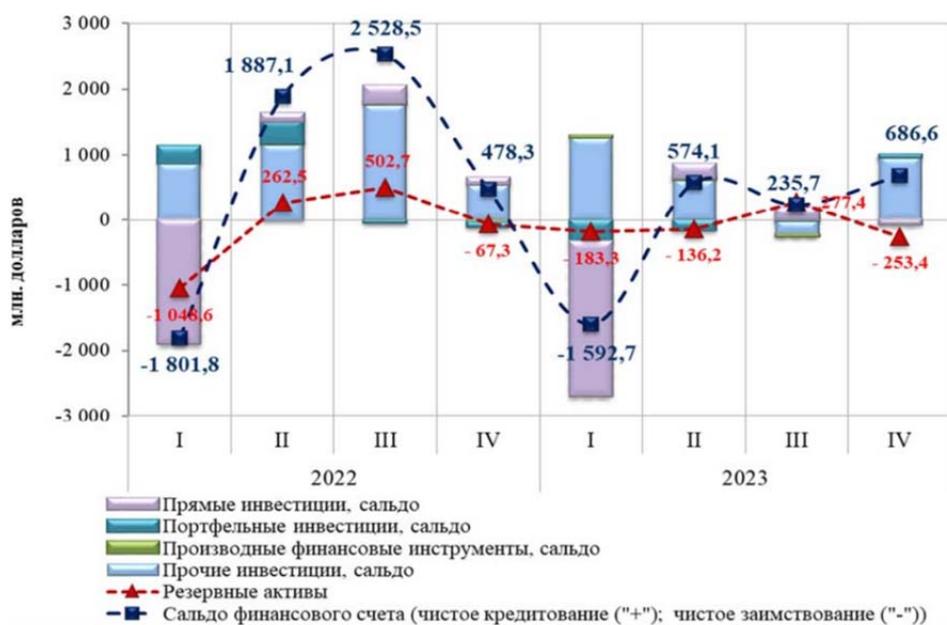
В результате проведенных внешнеэкономических операций внешние обязательства резидентов РБ увеличились на 1,5 млрд. долл. при одновременном росте иностранных активов резидентов РБ на 1,4 млрд. долл.

Оценим, структуру финансового счета платежного баланса Республики Беларусь (рисунок 2).

Финансовый счет в платежном балансе РБ представляет собой один из основных компонентов баланса платежного счета, который отражает движение финансовых активов и обязательств страны по отношению к миру за определенный период времени.

Прямые инвестиции. Сальдо по операциям с прямыми иностранными инвестициями за 2023 г. сложилось отрицательным в размере 2,0 млрд. долл. и свидетельствовало о чистом заимствовании белорусскими резидентами финансовых средств у нерезидентов. За 2023 г. иностранные активы резидентов РБ в форме прямых инвестиций увеличились на 32,9 млн. долл., в том числе в форме инструментов участия в капитале, за исключением реинвестирования доходов, – на 8,6 млн. долл. Реинвестирование доходов осуществлено в объеме 4,2 млн. долл. Операции с долговыми инструментами между материнскими компаниями из РБ и их дочерними компаниями за границей обусловили увеличение активов на 20,1 млн. долл.

Портфельные инвестиции. Внешнеэкономические операции с портфельными инвестициями обеспечили чистое заимствование финансовых средств резидентами РБ у нерезидентов на сумму 0,4 млрд. долл. (за 2022 год – напротив, чистое кредитование на сумму 0,5 млрд. долл.). Активы резидентов РБ, размещенные в иностранных преимущественно долговых ценных бумагах, сократились за 2023 г. на 413,5 млн. долл., обязательства перед нерезидентами по долговым ценным бумагам эмитентов РБ увеличились на 25,0 млн. долл.



**Рисунок 2. – Структура финансового счёта платежного баланса Республики Беларусь**  
Примечание – Источник: [5]

Производные финансовые инструменты. Операции резидентов РБ с производными финансовыми инструментами обусловили сокращение иностранных активов на 3,1 млн. долл. и внешних обязательств на 15,4 млн. долл. В результате операций с производными финансовыми инструментами чистое кредитование резидентами РБ нерезидентов составило 12,3 млн. долл. (за 2022 г. - сложилось чистое заимствование финансовых средств у нерезидентов на сумму 25,3 млн. долл.).

Прочие инвестиции. За 2023 г. внешнеэкономические операции с депозитами, кредитами и займами, торговыми кредитами и авансами, прочими иностранными активами (кроме резервных) и обязательствами обеспечили чистое кредитование остального мира на общую сумму 2,7 млрд. долл. (за 2022 год – на 4,4 млрд. долл.).

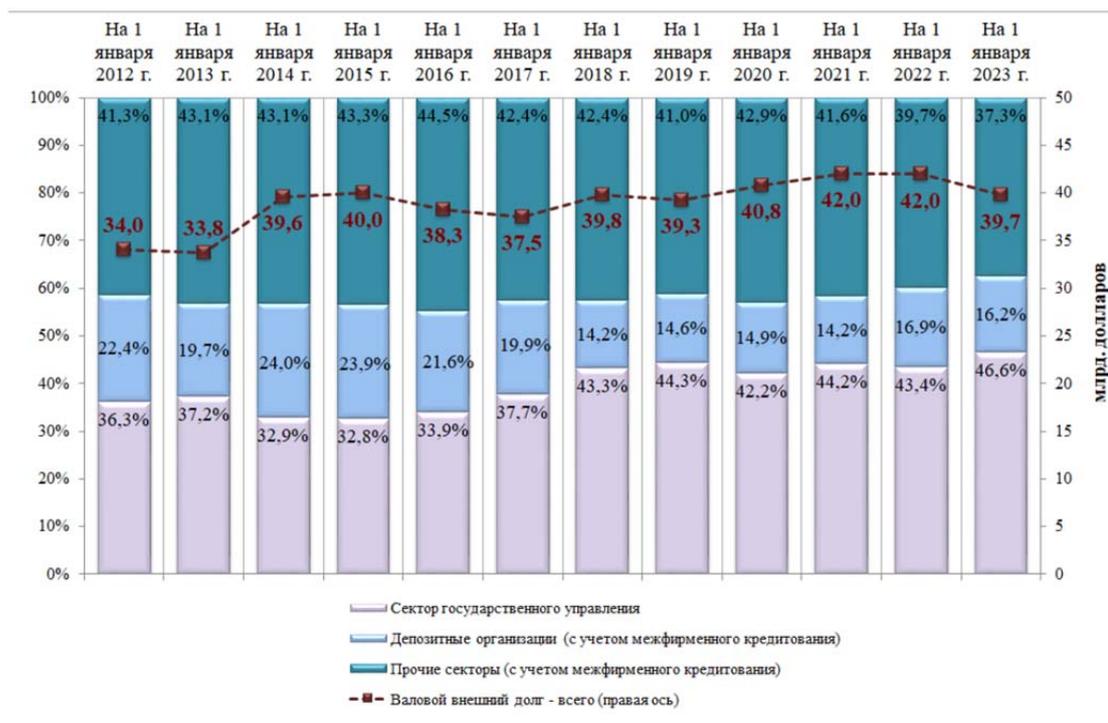
Оценим, насколько изменилась ситуация с внешним долгом Республики Беларусь (рисунок 3).

В структуре валового внешнего долга по секторам экономики на 1 января 2023 г. основными заемщиками иностранных инвестиций по-прежнему оставались сектор государственного управления и сектор прочих финансовых и нефинансовых организаций. Вместе с тем, по сравнению с данными на начало 2022 г. отмечено увеличение удельного веса внешних долговых обязательств сектора государственного управления в общем объеме внешнего долга страны и соответственно снижение удельного веса внешних долговых обязательств остальных институциональных секторов экономики.

Внешний долг сектора государственного управления на 1 января 2023 г. сложился на уровне 18,5 млрд. долл. и увеличился за 2022 год на 0,3 млрд. долл., или на 1,5%. Внешние долговые обязательства рассматриваемого сектора экономики занимали наибольший удельный вес в общем объеме валового внешнего долга РБ (46,6%) и были представлены исключительно долгосрочными обязательствами. Обязательства по иностранным кредитам и займам составили 15,1 млрд. долл. (81,5 % общего объема внешнего долга указанного сектора) и выросли с начала 2022 года на 0,4 млрд. долл., или на 2,6 %.

Обязательства перед нерезидентами по государственным долгосрочным облигациям сократились за отчетный период на 115,4 млн. долл., или 3,3 %, и соответствовали 3,4 млрд. долл., или 18,5 % общего объема внешнего долга рассматриваемого сектора экономики.

Внешний долг депозитных организаций (с учетом межфирменного кредитования) за 2022 год уменьшился на 0,7 млрд. долл., или на 9,3 %, и на 1 января 2023 г. сложился в объеме 6,4 млрд. долл. (16,2 % валового внешнего долга РБ). В том числе краткосрочные внешние обязательства составили 2,9 млрд. долл. (45,6 % внешних обязательств данного сектора) и выросли по сравнению с данными на 1 января 2022 г. на 0,2 млрд. долл., или на 8,1 %.



**Рисунок 3. – Структура внешнего долга Республики Беларусь по секторам экономики**  
Примечание – Источник: [5]

Долгосрочный внешний долг уменьшился за 2022 год на 0,9 млрд. долларов, или на 20,1 %, и сложился в размере 3,5 млрд. долл. Внешний долг депозитных организаций сформирован преимущественно обязательствами по депозитам на сумму 4,9 млрд. долл., или 75,5% общего объема внешнего долга рассматриваемого сектора.

Внешний долг прочих секторов (с учетом межфирменного кредитования) на 1 января 2023 г. составил 14,8 млрд. долл. (37,3 % валового внешнего долга страны) и уменьшился за 2022 год на 1,8 млрд. долл., или на 11,0 %. В том числе долгосрочный внешний долг сократился на 1,3 млрд. долл., или на 14,6 %, и сложился в объеме 7,7 млрд. долл. (51,8 % внешних долговых обязательств указанного сектора).

Краткосрочные внешние обязательства сократились на 0,5 млрд. долл., или на 6,7 %, и составили 7,1 млрд. долл. Основными инструментами привлечения рассматриваемым сектором внешнего финансирования по-прежнему оставались торговые кредиты и авансы, а также иностранные кредиты и займы, задолженность по которым на 1 января 2023 г. составила соответственно 6,6 млрд. долл. (44,9 % объема внешнего долга прочих секторов) и 5,3 млрд. долл. (35,6%). Обязательства по долговым инструментам между прямыми инвесторами и предприятиями прямого инвестирования (межфирменное кредитование) сложились в размере 2,1 млрд. долл. На 1 января 2023 г. просроченная задолженность по внешним долговым обязательствам составила 0,9 млрд. долл., или 5,9 % внешнего долга рассматриваемого сектора.

Негативными моментами в росте кредитной задолженности РБ является в первую очередь последующий финансовый отток по возврату суммы основного долга и процентов по кредитным ресурсам [6]. Кроме того, усиление экономической и финансовой зависимости РБ от кредиторов и риск дестабилизации денежно-кредитной сферы.

Таким образом, рост несбалансированности внешней торговли РБ приводит к значительному финансовому оттоку в форме свободно-конвертируемой валюты в пользу основных торговых партнеров и, в первую очередь, Российской Федерации [7].

А сформировавшийся дефицит по счету текущих операций РБ покрывается профицитом по счету операций с капиталом и финансовым операциям. На протяжении анализируемого периода сальдо по операциям с капиталом и финансовым операциям принимало положительные значения.

### Список использованных источников

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.
2. Киевич Д.А. Государственный кредит в РБ как инструмент мобилизации финансовых ресурсов государства / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2018. № 4 (249). С.72-75.
3. Экономические предпосылки построения системной модели управления финансовыми потоками. [Электронный ресурс] / Научная электронная библиотека elibrary.ru. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.aspx?id=25630403>. - Дата доступа: 20.03.2024.
4. Киевич А.В., Морунова Г.В., Бухтик М.И. Инициативное бюджетирование инструмент повышения эффективности муниципальных программ / А.В. Киевич, Г.В. Морунова, М.И. Бухтик // Вопросы экономики и права. 2017. № 106. С. 56-59.
5. Платежный баланс, международная инвестиционная позиция и валовой внешний долг Республики Беларусь за январь – июнь 2023 г. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://www.nbrb.by/publications/balpay/balpay\\_2023\\_2.pdf](https://www.nbrb.by/publications/balpay/balpay_2023_2.pdf). - Дата доступа: 18.03.2024.
6. Киевич А.В. Анализ государственного долга Республики Беларусь и тенденции его регулирования на современном этапе / А.В. Киевич // Банковская система: устойчивость и перспективы развития. Сборник научных статей двенадцатой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики. 2021. С. 85-90.
7. Ливенский В.М., Лисовский М.И. Анализ состава и структуры доходов и расходов бюджета рб / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. 2020. № 4 (272). С. 190-195.

УДК 338.45.01

### ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗЛИЧНЫХ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО "МОЛОЧНЫЙ МИР"

Матвейчук Елизавета Сергеевна, студентка,

Бухтик Марина Игоревна, к.э.н, доцент

Полесский государственный университет

Matveychuk Elizaveta Sergeevna, student, m.elizaveta.s@gmail.com,

Bukhtik Marina Igorevna, PhD in Economics, buhtik.m@polessu.by

Polessky State University

**Аннотация.** Статья содержит исследование различных подходов авторов к оценке финансового состояния.

**Ключевые слова:** финансовое состояние, финансовая устойчивость, методики анализа.

В данной статье объектом анализа выступает ОАО "Молочный мир", находящийся в городе Гродно, который является одной из ведущих компаний молочной отрасли страны.

ОАО "Молочный Мир" специализируется на производстве цельномолочной продукции, мороженого, масла, сыров твердых, мягких, плавленых. Кроме того, в объеме производства имеется немалая доля продукции, вырабатываемой не из молока: вода, напитки, майонез. Являясь предприятием непрерывного цикла производства, ОАО "Молочный Мир" перерабатывает порядка 1500 т сырья в сутки, насчитывая в своем ассортименте более 200 видов продукции [1].

Финансовое состояние – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени [2, с. 87].

В настоящее время, чтобы оценить финансовое состояния предприятия, существует множество методик. Среди них наиболее популярными являются методики М.С. Абрютиной и А.В. Грачёва, Г.В. Савицкой, А.Д. Шеремета, Корняковой и др.

Методика, предложенная М.С. Абрютиной и А.В. Грачёвым базируется на делении активов предприятия на финансовые (мобильные и немобильные активы) и нефинансовые (долгосрочные и краткосрочные нефинансовые активы). Финансовое равновесие и устойчивость финансового

положения достигаются, если нефинансовые активы покрываются собственным капиталом, а финансовые – заемным [3, с. 159].

Таблица 1. – Исходные данные за 2021-2022 гг. для определения финансовой устойчивости по методу Абрютиной и Грачёва

Показатель	На 31.12.2021, руб.	На 31.12.2022, руб.	Абсолютное изменение, руб.	Темп роста, %
Нефинансовые активы	136 849	208 528	71 679	152,37
Финансовые активы	105 038	153 284	48 246	145,93
Собственный капитал	234 994	353 616	118 622	150,47
Заемный капитал	83 908	75 917	-7 991	90,47

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Согласно методике, в 2021-2022 году предприятие обладает финансовой устойчивостью. Данный тип называется чистое кредитование, так как собственный капитал превосходит нефинансовые активы, а финансовые активы превышают заемный капитал.

Российский экономист Г.В. Савицкая разработала методику, на основе которой рассчитываются показатели, начисляются баллы и предприятие относится к определённому классу.

Таблица 2. – Расчет суммарного количества баллов по показателям финансового состояния ОАО "Молочный мир"

Наименование показателя	На 31.12.2021		На 31.12.2022		Класс финансовой устойчивости	
	Значение показателя	Кол-во баллов	Значение показателя	Кол-во баллов	На 31.12.2021	На 31.12.2022
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,75	20	1,65	20	1	1
Коэффициент быстрой ликвидности	1,34	18	2,07	18	1	1
Коэффициент текущей ликвидности	2,04	16,5	3,21	16,5	1	1
Коэффициент автономной (финансовой независимости)	0,74	17	0,82	17	1	1
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,5	15	0,69	15	1	1
Коэффициент обеспеченности запасов собственным оборотным капиталом	4,6	13,5	4,3	13,5	1	1
Итого	-	100	-	100	1	1

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных ОАО "Молочный Мир"

Таким образом, ОАО "Молочный мир" и в 2021 г., и в 2022 г. относится к первому классу. То есть, согласно данной методике, предприятие имеет хороший запас финансовой устойчивости.

Используя методику А.Д. Шеремета, можно оценить степень обеспеченности запасов источниками их формирования.

Для характеристики источников формирования запасов определяют три основных показателя, а тип финансовой устойчивости определяется исходя из соотношения величины запасов и затрат и источников их формирования [4, с.128].

Таблица 3. – Расчёт показателей по методике А.Д. Шеремета

Наименование показателя	На 31.12.2021, руб.	На 31.12.2022, руб.	Абсолютное изменение, руб.
Наличие собственных оборотных средств для формирования запасов	72 204	159 886	87 682
Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных обязательств для формирования запасов	79 571	162 442	82 871
Общая величина источников формирования запасов	87 933	170 752	84 819
Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств для формирования запасов	21 812	77 367	55 555
Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств и долгосрочных обязательств для формирования запасов	29 179	79 923	50 744
Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов	37 568	88 233	50 665

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4]

Таким образом, в результате оценки финансового состояния по методике А. Д. Шеремета данное предприятие находится в абсолютно устойчивом состоянии.

Ещё одной методикой для оценки финансового состояния предприятия является подход Г. Корняковой. Данный экономист выделяла четыре типа финансовой устойчивости: наиболее устойчивое финансовое положение, достаточно высокая устойчивость, удовлетворительная (приемлемая) устойчивость, крайне не устойчивое финансовое состояние.

Таблица 4. – Исходные данные за 2021-2022 годы для определения финансовой устойчивости по методу Корняковой

Показатель	На 31.12.2021, руб.	На 31.12.2022, руб.	Абсолютное изменение, руб.
Собственный капитал	234 994	353 616	118 622
Долгосрочные активы	162 790	193 730	30 940
Запасы	51 074	82 519	31 445

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных ОАО "Молочный Мир"

На основе данных представленных в таблице 4 можно сделать следующие выводы:

1. на 31.12.2021 г. собственный капитал предприятия покрывает долгосрочные активы и запасы ( $234\,994 > 213\,864$ );
2. на 31.12.2022 г. собственный капитал предприятия также покрывает долгосрочные активы и запасы ( $353\,616 > 276\,249$ ).

Следовательно, по методике Корняковой, можно охарактеризовать финансовое состояние предприятия как наиболее устойчивое. За анализируемый период собственный капитал предприятия полностью покрывает долгосрочные активы и запасы.

Согласно результатам выбранных методик М.С. Абрютиной и А.В. Грачёва, Г.В. Савицкой, А.Д. Шеремета, Корняковой, ОАО "Молочный Мир" является устойчивым и стабильным предприятием. Финансовое состояние ОАО "Молочный Мир" находится на высоком уровне.

#### Список использованных источников

1. ОАО "Молочный Мир" [Электронный ресурс] / История – Режим доступа: <https://milk.by/kompaniy/istoriya/>. – Дата доступа: 30.03.2024.
2. Финансы: учебное пособие / М.И. Бухтик, А.В. Киевич, И.А. Конончук, М.П. Самоховец, С.В. Чернорук; Министерство образования Республики Беларусь, УО «Полесский государственный университет». – Пинск: ПолесГУ, 2017. – 110 с.

3. Абрютин М.С. Экспресс-анализ деятельности предприятия при помощи шкалы финансово-экономической устойчивости / М.С. Абрютин // Финансовый менеджмент. – 2015. – 272 с.

4. Шермет, А. Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия: учеб. пособие / А. Д. Шермет. – М.: Экономика, 2015 – 401 с.

УДК 336.71

## «ЗЕЛЕНАЯ» КАРТА КАК ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ БАНКА

Мирошниченко Ольга Сергеевна, д.э.н., профессор

Тюменский государственный университет

Miroshnichenko Olga Sergeevna, Sc.D. in Economics, professor

University of Tyumen, o.s.miroshnichenko@utmn.ru

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию практики применения зеленых платежных карт в российских банках. Установлено, что имеющийся опыт выпуска российскими банками платежных карт для решения вопросов, связанных с экологией, имеет ограниченный характер.

**Ключевые слова:** «зеленая» карта, платежная карта, системно значимые банки, циркулярная экономика, зеленый кредит, ответственные облигации

Повестка устойчивого развития получает все большее распространение в современном обществе, охватывает все сферы, изменяет смыслы. Для перехода общества к устойчивому развитию необходим комплекс мер, реализуемых различными субъектами. Меры включают в себя разработку технологий, сокращающих углеродный след, не перерабатываемые отходы, переориентацию экономики на использование зеленых технологий и возобновляемых источников энергии, движение к экономике замкнутого цикла. Общество направляет усилия на снижение последствий уже сформированного ущерба экологии, восполнение запасов водных ресурсов планеты, на защиту биоразнообразия. Одновременно с процессами, направленными на достижение целей в области экологии и климата, происходит понимание необходимости и реализация соответствующих мер, направленных на сокращение бедности, формирование равных условий для развития, получение достойных доходов, защиту здоровья. Изменение целевых установок развития, известных как Цели устойчивого развития (ЦУР) ООН, становится возможным при условии их принятия членами общества, что обуславливает необходимость формирования соответствующих потребностей, развития экологического и в целом ответственного поведения индивидуумов, бизнеса, государств. Реализация мер требует финансового обеспечения [1].

Одним из первых секторов экономики, активно включившимся в достижение целей устойчивого развития, выступает финансовый сектор [3]. На сегодняшний день сформировался глобальный рынок ответственных облигаций. И если в начале формирования этого рынка эмитентами выступали преимущественно банки развития, созданные для решения задач климатической повестки, задач в сфере экологии, то в дальнейшем состав эмитентов ответственных облигаций расширяется. Активно выходят на рынок ответственных облигаций корпорации финансового и нефинансового секторов [5].

Вслед за развитием эмиссии ответственных облигаций и инвестированием средств в них, формируются отношения по поводу зеленого кредитования. Зеленые кредиты, обобщенной целью которых выступает решение экологических задач, расширяют состав зеленых и в целом ответственных финансовых инструментов. Зеленое кредитование, в результате которого создаются новые технологии, переориентируются производства, сокращается нанесенный природе вред, в настоящий момент уже имеет положительные результаты. Без сомнения, среди стран в сфере развития именно банковского зеленого кредитования лидирует Китай. Положительный опыт государственной поддержки зеленого кредитования в форме принятия нормативно-правовых документов, обязывающих банки формировать кредитный портфель с учетом экологической повестки, определяет целесообразность его изучения на предмет применения в иных странах с учетом национальных особенностей. Важным вопросом также является формирование таксономии зеленых проектов [2], становление терминологического аппарата повестки устойчивого развития.

Помимо выхода на рынок ответственных облигаций и зеленого кредитования, банки развивают иные зеленые финансовые инструменты, среди которых можно выделить зеленые карты.

Понятие зеленой карты, или “green card”, несет различное смысловое значение и требует наличия контекста. Так, одной из общественных трактовок “green card” является ее трактовка как документа, подтверждающего право иностранного гражданина на жительство и трудоустройство в США. В такой трактовке green card не имеет отношения к повестке устойчивого развития, и к зеленым финансовым инструментам банка.

Еще одна из трактовок “green card” связана с финансовыми отношениями, а именно, страховыми, и предполагает в странах, присоединившихся к международному договору страхования автотранспортной ответственности, признание соответствующих страховых полисов, выданных национальными страховыми компаниями. В таких отношениях, также как и отношениях с “green card” США, не предполагаются меры, направленные на защиту природы, поддержание экологии, не реализуется повестка устойчивого развития.

«Зеленая» банковская карта – это банковская карта, которая каким-либо образом своим материалом или свойствами может положительно влиять на природу или снизить степень отрицательного влияния человека. «Зеленые» платежные карты выступают разновидностью банковских платежных карт, выпускаются банками, в которых присутствуют идеи повестки устойчивого развития. Банки, включающие в свои продуктовые линейки «зеленые» карты, способствуют формированию спроса на них со стороны потенциальных держателей, и повышают экологическую грамотность неограниченного круга индивидуумов. Одновременно выпуск зеленых платежных карт обеспечивает достижение ЦУР.

Благодаря выпуску «зеленых» карт банк способен повышать свой ESG рейтинг. Кроме того, включение зеленых продуктов в линейку банковских продуктов для клиентов направлено на удовлетворение моральных потребностей руководства и собственников банка в ответственном ведении бизнеса, сопричастности к сохранению экологии, формированию условий для устойчивого развития.

Причины, по которым потенциальные держатели могут сделать выбор в пользу «зеленой» платежной карты банка, определяются наличием ответственности не только за себя, но и за всю деятельность человечества. Для такого индивидуума «зеленая» карта по своим финансовым характеристикам не несет существенные преимущества лично. Однако важнейшей причиной, определяющей выбор индивидуума в приобретении «зеленой» карты, выступает осознание сопричастности к защите природы, сохранению биоразнообразия, снижению вредного антропогенного воздействия, фактические действия, направленные на поддержание экологии, стабильности жизни на планете Земля будущих поколений. Получаемые преимущества сопричастности к ответственному сохранению природы нивелируют для держателя недостатки «зеленой» карты, в качестве которых могут выступать потеря кэшбека или его части.

Для исследования текущей ситуации с выпуском российскими банками «зеленых» карт была проанализирована информация с официальных сайтов системно значимых банков (СЗБ). По информации Банка России, на 2024 год в России в перечень системно значимых банков включено 13 банков.

Опыт выпуска зеленых карт имеется у нескольких СЗБ. Платежная карта может иметь статус «зеленой» карты по причине связи с сохранением животных из Красной книги. Так, Россельхозбанк выпускает карту «Амурский тигр», условия использования которой предполагают перечисление в АНО «Центр «Амурский тигр» определенного процента от суммы покупок клиента на меры по спасению и сохранению амурского тигра; по карте не предусмотрен кэшбек и при перечислении денег средства клиента не задействуются. В первом полугодии 2023 года общее количество выпущенных карт составляло 96 тысяч штук, в Центр было перечислено более 42 млн рублей. В результате реализации проекта в период с 2015 по 2022 год прирост особей составил более 750 тигров, или около 140% [4]. Вторая платежная карта, которая выпускается Россельхозбанком и которая подходит под понятие «зеленой» карты – ЭкоКарта. С каждой покупки по ЭкоКарте 0,25% от суммы направляется в Фонд «Экология» для защиты окружающей среды и заботы об экологии; при этом собственные средства клиента также не расходуются. Фонд «Экология» создан Россельхозбанком в 2021 году.

ПАО «Газпромбанк» также имеет опыт выпуска карт, предоставлявших держателям возможность участия в программе финансирования мероприятий по сохранению популяции дальнево-

сточного леопарда – карта «Леопардесса Бери». Однако после февраля 2021 года такая карта не перевыпускается.

Тинькофф банк с 2016 года предлагал клиентам карту WWF на базе системы Visa, по которой с каждой покупки, совершенной с использованием карты, перечислялось 0,75% в WWF (Всемирный фонд дикой природы, зарегистрированный в 1961 году в Швейцарии как неправительственная природоохранная организация) на поддержку редких видов и территорий их обитания. Карта Тинькофф Банка, помимо формирования источника финансового обеспечения природоохранных мероприятий, также способствовала достижению ЦУР по сокращению вреда экологии в связи с тем, что была сделана из экологичного полностью перерабатываемого материала.

Следующим примером может послужить банковская карта от ВТБ, которая сделана из полилактида, который выступает экологической заменой пластика, поскольку является биоразлагаемым. Для держателя по карте предусмотрены бонусы и кэшбек.

Еще одной из характеристик платежной карты, позволяющей относить ее к «зеленым» карточным продуктам, выступает стимулирование банком держателей карт направлять свои средства на покупку полезных для здорового образа жизни продуктов и услуг. Так, «Открытие» Банк в 2021 году предлагал новым клиентам оформить карту Opencard на специальной страничке и получать повышенный кэшбек 5% (до 1 тысячи руб. за период действия акции) за покупки у партнёров банка, которые бережно относятся к экологии. Среди партнёров, в частности были магазины H&M, Uniqlo, «ВкусВилл», «Икея», Lush, «Леонардо», «Мосигра» и другие. Акция действовала до 31 мая 2021 года.

Помимо СЗБ, опыт выпуска «зеленых» карт отмечается у других банков. Так, Почта Банк до августа 2023 года предлагал карту «Зеленый мир», держатели которой оказывали помощь в посадке деревьев, поскольку начисляемые по карте баллы не предназначались для выплаты держателю, а направлялись на целевую благотворительность. По аналогии с Opencard банка «Открытие», Хоум банк с 2018 года выпускал карту «Зеленая польза» для приверженцев здорового образа жизни на базе Visa. Держатель такой карты получал повышенный кэшбек при покупке товаров у партнеров банка, реализовывавших полезную и экологически чистую продукцию, в ресторанах здоровой и вегетарианской кухни, компаниях индустрии спорта и красоты. Дополнительно карта имела еще один признак, позволявший отнести ее к «зеленым» картам, а именно, была изготовлена из биоразлагаемого пластика. В настоящий момент карта «Зеленая польза» банком не выпускается.

Таким образом, «зеленая» карта в текущей ситуации в России не выполняет функции финансового инструмента привлечения банком ресурсов для реализации зеленых проектов, направления средств на финансирование природоохранных мероприятий. Банки, выпускавшие «зеленые» карты с подобным назначением, отказались от их использования, за исключением Россельхозбанка. Отсутствие массового интереса к зеленым карточным продуктам банков позволяет сделать вывод о несущественности подобных целевых установок у держателей платежных карт банков.

«Зеленая» карта в российской банковской практике может рассматриваться как платежная карта из материалов, не наносящих вред окружающей среде. Одним из таких инновационных материалов является PETG пластик, который признан «дружественным» по отношению к окружающей среде (environment friendly), поскольку изготовленные из него платежные карты пригодны для вторичной переработки, являются влагостойкими и физически прочными.

Банк, выпускающий зеленые платежные карты, несет дополнительные издержки, например, на продвижение нового карточного продукта, на трудозатраты банковских сотрудников, связанные с перечислением кэшбека по заявленному природоохранному направлению, по выделению такой операции из совокупного массива осуществляемых операций, связанных с деятельностью банка, выступающего эмитентом платежных карт. Также банк может нести дополнительные затраты на перевыпуск карт из некоторых экологичных материалов в связи с их низкой износостойкостью. Кроме того, само производство карт из переработанных материалов может обходиться дороже, поскольку технологии такого производства относительно новые и находятся в процессе совершенствования, предполагающего снижение стоимости производства.

Развитие зеленых карточных продуктов банков как инструмента привлечения ресурсов на финансирование зеленых проектов возможно при повышении экологической культуры, и требует мер государственной поддержки.

### Список использованных источников

1. Завьялов А.В., Толстолесова Л.А. Оценка стоимости источников финансирования компаний. // Аудит. 2021. № 3. С. 31-37.
2. Конягина М.Н., Сагитов Д. Тенденции реализации ESG-повестки горнодобывающими компаниями в России. // Управленческое консультирование. 2023. № 8 (176). С. 64-73.
3. Мануйленко В.В., Рызин Д.А. Управление финансовыми рисками. – М.: КноРус, 2023. – 314 с.
4. Сохраним достояние России вместе. Россельхозбанк. - URL: <https://www.rshb.ru/natural/centr-amurskiy-tigr> (дата обращения: 20.03.2024).
5. Экономика региона: взаимодействие реального и финансового секторов: монография / под ред. П.М. Килина, И.А. Лиман – Тюмень: ТюмГУ, 2005. - 322 с. EDN: TKJPJR

УДК 336.027

### ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ УНИВЕРСИТЕТА КАК ФИНАНСОВЫЙ АКТИВ

Олесиук Юлия Степановна, магистр экономических наук

Полесский государственный университет

Alesiyuk Yuliya, Polessky State University, olesijuk.u@polessu.by

**Аннотация.** В работе изучена ресурсная база системы образования, проведен анализ сложившегося механизма финансирования, а также основных направлений его совершенствования. Рассматриваются различные подходы к пониманию, интеллектуального ресурса, интеллектуального капитала.

**Ключевые слова:** образование, финансирование, развитие высшего образования, интеллектуальный ресурс, интеллектуальный капитал.

На основе анализа работ зарубежных и российских авторов можно сделать вывод о том, что самая распространенная трактовка структуры интеллектуального капитала организации предполагает включение в него трех основных компонентов: человеческого капитала, организационного и клиентского капитала. Человеческий капитал – это знания, навыки и опыт сотрудников организации, неотделимые от конкретного физического лица. Организационный капитал – это нематериальные активы, которые обеспечивают эффективность и конкурентоспособность организации, такие как технологии, процессы, структура, культура, права на объекты интеллектуальной собственности и т.д. Клиентский капитал – это отношения организации с ее клиентами, партнерами и поставщиками, которые определяют ее рыночную ценность и потенциал роста (деловая репутация, капитал бренда и т. д.) [2].

С развитием и внедрением в университетах многих стран модели Университет 3,0 вузы, также как и организации коммерческого сектора, начинают в большей степени ориентироваться на рынок, коммерческий успех, цены, рекламу и маркетинг, а также ставят перед собой цели в области лояльности и удовлетворенности клиентов. Важным следствием коммерциализации деятельности университетов стало снижение конкурентоспособности региональных университетов, особенно тех, которые расположены в небольших городах, из-за ограниченности финансовых ресурсов по сравнению со столичными университетами, меньшей развитости бизнес-сектора, который мог бы стать партнером университета в разработке коммерческих проектов. Это ограничило возможности региональных университетов в создании прибыльных партнерств и привлечения инвестиций.

Проведем краткий SWOT-анализ деятельности регионального университета на примере Полесского государственного университета (Таблица). И на основе проведенного SWOT-анализа деятельности Полесского государственного университета попытаемся структурировать стратегию развития Полесского государственного университета.

Таблица – SWOT-анализ деятельности регионального университета на примере Полесского государственного университета

Сильные стороны	Возможности
<p>1) одна из лучших в стране материально-техническая база: оборудованные учебные корпуса, спортивный комплекс, комфортабельные общежития и др.;</p> <p>2) широкий спектр программ обучения, включая бакалавриат, магистратуру, аспирантуру и докторантуру, дающий возможность выбора абитуриентам;</p> <p>3) оборудованные научные лаборатории, обеспечивающие условия для проведения качественных исследований, в том числе пять отраслевых лабораторий;</p> <p>4) хороший кадровый состав, высокий уровень квалификации и мотивации преподавателей, гарантирующий высокий уровень преподавания;</p> <p>5) наличие сотрудничества с ведущими научными и образовательными учреждениями;</p> <p>6) развитая инновационная инфраструктура: инновационно-промышленный кластер, стартап-школа, ежегодный конкурс инвестпроектов студентов, субъект инновационной инфраструктуры ООО «Технопарк «Полесье»;</p> <p>7) программы студенческой поддержки, включая кружки, клубы и организации, способствующие общению и развитию навыков лидерства.</p>	<p>1) расширение аудитории и доступности за счет информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ);</p> <p>2) сотрудничество с органами государственной власти и заказчиками кадров по вопросам развития инновационной инфраструктуры университета, а также в научной и образовательной сферах;</p> <p>3) кадровые, научные и иные возможности для открытия новых, актуальных для рынка труда и привлекательных для абитуриентов программ обучения;</p> <p>4) развитие сотрудничества с зарубежными университетами и организациями для академического обмена студентами и преподавателями, проведения совместных исследований и проектов;</p> <p>5) сотрудничество со спортивными организациями России и Беларуси.</p>
Слабые стороны	Угрозы
<p>1) недостаточная привлекательность для абитуриентов из-за удаленности от столицы;</p> <p>2) более низкие возможности трудоустройства для выпускников в сравнении со столичными вузами;</p> <p>3) низкие позиции в международных рейтингах;</p> <p>4) отсутствие финансирования со стороны бизнеса стартап-проектов студентов;</p> <p>5) недостаточная вовлеченность членов кластера в процесс налаживания реального взаимодействия друг с другом и в научную и образовательную деятельность университета;</p> <p>6) недостаточная информированность абитуриентов о сильных сторонах и возможностях университета;</p> <p>7) недостаточность собственных источников для финансирования затрат по содержанию спортивного комплекса университета.</p>	<p>1) высокая конкуренция со стороны столичных и зарубежных университетов, привлекающих лучших абитуриентов и преподавателей;</p> <p>2) снижение качества образования и науки из-за недостатка ресурсов, кадров, мотивации;</p> <p>3) стареющая материально-техническая база, требующая значительных капитальных затрат для обновления и модернизации;</p> <p>4) снижение мотивации студентов к научной и инновационной деятельности из-за отсутствия финансирования стартап-проектов, что приведет к ухудшению качества образования и научных исследований;</p> <p>5) прекращение деятельности инновационно-промышленного кластера, инициатором создания которого являлся университет, что приведет к ухудшению бизнес-среды в регионе и снижению взаимодействия университета с организациями-заказчиками кадров.</p>

Источник: собственная разработка

Проведенный SWOT-анализ позволит выработать показатели оценки интеллектуального капитала университета. С этой целью мы предлагаем четыре группы показателей – развитости интеллектуальной среды, инновационной инфраструктуры, академического потенциала, международного сотрудничества с присвоением веса каждому критерию:

1. Интеллектуальная среда (вес критерия 30%):

- удельный вес выпускников, продолживших обучение в аспирантуре;

- количество публикаций, включенных в наукометрические базы данных Web of Science, Scopus, ядро РИНЦ, в журналах ВАК РФ в расчете на 1 человека из числа ППС и научных сотрудников;

- суммы финансирования научных и инновационных проектов (внебюджетные источники) в расчете на 1 человека из числа ППС и научных сотрудников;

- удельный вес выпуска из аспирантуры/докторантуры с защитой диссертации в течение трех лет после окончания срока обучения в общей численности лиц, завершивших обучение, %.

#### 2. Инновационная инфраструктура (вес 30%):

- доля стартап-проектов, получивших финансирование, в общем количестве стартап-проектов, представленных на конкурс;

- суммы финансирования научных и инновационных проектов университета со стороны членов кластера (за исключением собственных источников университета в расчете на 1 человека из числа ППС и научных сотрудников);

- суммы финансирования, получаемые отраслевыми лабораториями из внебюджетных источников, в расчете на 1 человека из числа ППС и научных сотрудников;

- динамика прироста членов кластера (среднегодовые темпы прироста)

- интегральная оценка деятельности технопарка, входящего в инновационную экосистему университета, по методике Макарук О.Е. [1].

#### 3. Академический потенциал (вес 30%):

- доля докторов наук и кандидатов наук в преподавательском составе;

- доля студентов, участвующих в научных грантах и финансируемых исследовательских программах;

- доля студентов из других регионов (для ПолесГУ кроме Брестского);

- доля иностранных студентов.

Последние два показателя отражают привлекательность и репутацию университета, а также его способность конкурировать со столичными университетами.

#### 4. Международное сотрудничество (вес 10%):

- количество заключенных международных соглашений и партнерств в расчете на одного сотрудника;

- количество совместных образовательных программ в расчете на количество специальностей высшего образования образовательных программах

- доля студентов, прошедших обменные программы с зарубежными университетами.

Показатели внутри каждой группы будут иметь различный удельный вес в итоговой оценке каждого критерия, который может быть определен на основе экспертной оценки.

Дальнейшие исследования финансовых аспектов интеллектуального капитала университета помогут разработать более эффективные финансовые стратегии и подходы к управлению интеллектуальным капиталом университета. Особое внимание будет уделено региональным университетам, которые не только формируют культурное, научное и образовательное пространство своего региона, но и становятся центрами развития инноваций, предпринимательства и социальных изменений. В условиях быстро развивающихся технологий и меняющейся образовательной среды интеллектуальный капитал является ключевым источником конкурентного преимущества университета. Исследование интеллектуального капитала позволяет лучше понять его структуру, способы его создания и использования, а также механизмы управления им [3].

### Список использованных источников

1. Макарук, О. Е. Технопарки в региональных инновационных системах: проблемы оценки эффективности [Электронный ресурс] / О. Е. Макарук // Вестник Брестского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2018. – № 3. – С. 107–111.

2. Олесиук Ю. С., Золотарева О. А. Интеллектуальный капитал как финансовый актив университета / Журнал экономика и банки, № 1, 2023, С. – 13-23

3. Олесиук, Ю.С. Финансовые аспекты интеллектуального капитала университета / Ю.С. Олесиук // Наука - образованию, производству, экономике: материалы 76-й Региональной научно-практической конференции преподавателей, научных сотрудников и аспирантов, Витебск, 1 марта 2024 г. / УО "Витебский гос-

УДК 336.71

## ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ И ЕЕ ТРАНСФОРМАЦИЯ

Пригодич Ирина Александровна, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Pryhodzich Iryna, PhD, Polesky State University, Prigodich.Ira@yandex.ru

**Аннотация.** Цифровизация и переход от постиндустриальной экономики к экономике, базирующейся на IT-технологиях и искусственном интеллекте вызывает глубокие институциональные изменения как в обществе в целом, так и экономике в частности. Понятие системы является основополагающим в экономической науке. В статье раскрывается понятие экономической системы и описан процесс его эволюции в понятие экосистема.

**Ключевые слова:** система, инновации, инфраструктура, элементы, модель, бизнес-модель, экосистема.

Система в экономике представляет собой упорядоченный набор элементов и связей между ними, которые формируют экономическую структуру страны или региона. Она может быть сформирована в различных экономических моделях, таких как рыночная, плановая или смешанная экономика, а также включать в себя экономические институты, правила, законы и политики, которые регулируют экономическую деятельность.

В более широком смысле, экономическая система объединяет в себе все, что связано с производством, распределением и потреблением товаров и услуг в определенной экономической среде. Она определяет, как люди зарабатывают на жизнь, как организации функционируют, как правительство взаимодействует с экономикой и как ресурсы распределяются и используются.

Экономические системы являются сложными, нелинейными, самоорганизующимися системами. И подход к ним как к простым системам, о которых можно получить достаточно исчерпывающую информацию, не применим к ним. Лауреат Нобелевской премии И. Пригожин, занимающийся такими системами с точки зрения математики и математического моделирования, пишет о необходимости четко разграничивать системы разного типа в анализе: "Именно простые системы являются тем частным случаем, в котором становится достижимым идеал исчерпывающего описания. Знание закона эволюции простых систем позволяет располагать всей полнотой информации о них, т.е. по любому мгновенному состоянию системы однозначно предсказывать ее будущее и восстанавливать прошлое. Предельный переход от нашего финитного знания к идеальному описанию, подразумевающему бесконечную точность, не составлял особого труда и не мог привести к каким-либо неожиданностям. Ныне же при рассмотрении неустойчивых динамических систем проблема предельного перехода приобретает решающее значение: только бесконечно точное описание, подразумевающее, что все знаки бесконечного десятичного разложения чисел, задающих мгновенное состояние системы, известны, могло бы позволить отказаться от рассмотрения поведения системы в терминах случайности и восстановить идеал детерминистического динамического закона" [1, с. 4].

Экономические системы чрезвычайно сложны, невозможно получить исчерпывающую информацию о них для формирования жесткого закона и построения полностью адекватной реальности модели. Элементы современной экономической системы включают различные компоненты, которые взаимодействуют друг с другом, формируя сложную и динамичную структуру. Среди ключевых элементов экономической системы можно выделить:

- рыночные структуры, которые включают различные формы рынков, такие как монополии, олигополии, и совершенная конкуренция;
- финансовые институты, к которым можно отнести банки, фондовые биржи, страховые компании и другие учреждения, которые обеспечивают работу денежных и капитальных рынков;
- правительственное регулирование, которое выражается в наличии и принятии законов и регуляций, устанавливаемых правительством для контроля и направления экономической деятельности;

- технологические инновации, среди которых новые технологии и процессы, которые повышают производительность и эффективность;
- международная торговля и инвестиции, посредством которых происходит взаимодействие стран, например, через экспорт и импорт товаров и услуг, а также с помощью переводов международных капитальных потоков;
- трудовые ресурсы, которые включают рабочую силу и её квалификацию, мобильность, и условия труда;
- предпринимательство, согласно которому инициатива и деятельность предпринимателей, направленная на создание и развитие бизнеса с целью повышения эффективности экономики;
- инфраструктура, которая сочетает физические и цифровые сети, необходимые для поддержки экономической деятельности, включая транспорт, связь и энергетику;
- социальная сфера, объединяющая образование, здравоохранение, социальное обеспечение и другие аспекты, влияющие на качество жизни населения.

Эти элементы взаимосвязаны и вместе определяют характер и динамику экономической системы. Именно отличия в элементах системы определяют ее вид. В мире существуют различные виды экономических систем, каждая из которых имеет свои особенности в зависимости от того, как организованы производство, распределение и потребление товаров и услуг. Наиболее распространены на практике 5 видов экономических систем.

**Традиционная экономика.** Она базируется на обычаях, истории и временных традициях, где роли и распределение ресурсов передаются из поколения в поколение.

**Командная экономика.** При ней все решения о производстве и распределении принимаются централизованно правительством. Примеры включают коммунистические или социалистические системы.

**Рыночная экономика.** Она пропагандирует, что решения о производстве и распределении принимаются на основе рыночных сил спроса и предложения с минимальным вмешательством государства.

**Смешанная экономика.** Она является сочетанием элементов командной и рыночной экономик, где некоторые сектора контролируются государством, а другие – рынком.

**Экономика социального рынка.** Это экономика, которая подразумевает наличие свободного рынка, но с акцентом на социальное благосостояние, чтобы обеспечить социальную защиту и справедливое распределение ресурсов.

Каждая из этих систем имеет свои преимущества и недостатки, и выбор конкретной системы часто зависит от исторических, культурных, политических и экономических факторов страны.

Современная экономическая система является достаточно динамичной и претерпевает ряд изменений. Учитывая современные тенденции и вызовы в экономике можно выделить ряд характеристик, которые отражают эти трансформации и являются универсальными для всех видов экономических систем:

- глобализация, которая предусматривает, что экономики стран всё более взаимосвязаны благодаря международной торговле, иностранным инвестициям и технологическому обмену;
- цифровизация, так как общество стремительно переходит от информационного к цифровому, то процессы цифровой трансформации проникают во все сферы экономики, изменяя способы производства, распределения и потребления товаров и услуг;
- инновации, которые предполагают повсеместное и непрерывное внедрение новых технологий и бизнес-моделей для обеспечения конкурентоспособности и экономического роста;
- устойчивое развитие, согласно которому растущее внимание к экологическим проблемам и социальной ответственности приводит к поиску баланса между экономическим ростом и сохранением окружающей среды;
- демографические изменения, которые описывают, как старение населения в развитых странах и молодое население в развивающихся странах влияют на рынок труда и потребительский спрос;
- финансовая интеграция, предусматривающая, что развитие финансовых рынков способствует более эффективному распределению капитала, но также увеличивает риски глобальных финансовых кризисов;
- изменения в трудовых отношениях, при которых гибкие формы занятости, удалённая работа и проектная деятельность становятся всё более распространёнными;

– политические факторы, которые не единожды демонстрировали, что нестабильность и изменения в политических системах могут оказывать значительное влияние на экономическую ситуацию.

Эти характеристики влияют на то, как страны и организации формируют свои экономические стратегии и адаптируются к меняющимся условиям.

Реализация системного подхода в экономике предполагает применение принципов и методов системного анализа для изучения экономических процессов и принятия решений. Этот подход позволяет рассматривать экономику как сложную систему, состоящую из множества взаимосвязанных элементов, и анализировать её на различных уровнях – от макроэкономики до отдельных организаций.

В качестве ключевых аспектов системного подхода в экономике можно выделить следующие:

– целостность и взаимосвязь – экономическая система рассматривается как целое, в котором все части взаимосвязаны и взаимозависимы;

- иерархичность – экономические системы организованы в виде иерархии уровней, каждый из которых имеет свои функции и цели;

– целеполагание и обратная связь – системный подход подразумевает наличие чётких целей и механизмов обратной связи для корректировки действий в соответствии с изменениями внутренней и внешней среды;

– адаптивность и гибкость – системы должны быть способны адаптироваться к изменениям и обладать гибкостью для эффективного реагирования на новые вызовы и возможности;

– моделирование и прогнозирование – использование математических моделей и компьютерного моделирования для анализа экономических процессов и прогнозирования их развития.

Примеры применения системного подхода в экономике включают разработку стратегий устойчивого развития, оптимизацию производственных процессов, управление рисками и инновационное планирование.

В настоящее время экономические системы на микроуровне успешно трансформируются в экосистемы [2]. Примечательно, что экосистемная бизнес-модель трактуется как подход к ведению бизнеса, который акцентирует внимание на создании сети взаимосвязей между различными участниками, включая поставщиков, партнеров, клиентов и даже конкурентов. В такой модели организация стремится стать центром экосистемы, которая предлагает широкий спектр продуктов и услуг, обеспечивая при этом взаимную выгоду для всех ее членов. Происходит более тесное сотрудничество всех субъектов хозяйствования с клиентами без отрыва друг от друга, но при наличии обязательного централизованного управления и общей базы данных.

Примеры экосистемных бизнес-моделей включают технологические гиганты, такие как Apple, Google и Amazon, которые создали вокруг себя обширные сети приложений, сервисов и партнерских продуктов, обеспечивающих пользователям комплексный опыт.

Экосистемные модели могут быть особенно эффективны в цифровой экономике, где связь между различными сервисами и платформами может создавать дополнительную ценность и удобство для пользователей

Несмотря на то, что многие известные корпорации развивают свой бизнес в направлении универсализации предоставляемых услуг, тем самым реализуя экосистемную бизнес-модель, примеры зарубежных экосистем, организатором которых выступают кредитные организации, не столь известны. Между тем, среди банков, использующих значительную базу клиентов с целью отхода от предложения исключительно банковских продуктов и услуг, наиболее общепризнаны Royal Bank of Canada (Канада), State Bank of India (Индия) и DBS Bank (Сингапур) [3].

Таким образом, эволюция экономической системы в экосистемы с учетом процессов глобализации и интеграции в современной экономике – это явление закономерное и порожденное развитием всех сфер общества. Стоит отметить, что понятие экосистемы в настоящее время достаточно новое и требует проведения обширных научных исследований для его познания и разработки теории экосистем.

#### **Список использованных источников**

1. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой / И. Пригожин, И. Стенгерс: Эдиториал УРСС. – М. – 2000.

2. Пригодич, И. А. Формирование экосистемы банка с учетом обеспечения ее безопасности / Б.Н. Желиба, Д.А. Панков, И.А. Пригодич // Бухгалтерский учет и анализ : научно-практический журнал. – 2023. - № 11 (323). – С. 29–35.

3. The great divergence // McKinsey's Global Banking Annual Review. – 2021. – 39 p.

УДК 338.001.36

## **ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ГЛЭМПИНГ-ОТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Рынкевич Марта Сергеевна, студент,**

**Добринец Яна Ивановна, ассистент кафедры экономики и бизнеса, yana\_dobrinets@mail.ru**

**Полесский государственный университет**

**Rynkevich Marta Sergeevna, student,**

**Dobrinets Yana Ivanovna, Assistant of the Department of Economics and Business**

**Polesky State University**

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены возможности реализации бизнес-идеи глэмпинга в реалиях Республики Беларусь. Авторами исследованы рынок, основные риски и факторы, благоприятствующие развитию глэмпинга в стране.

**Ключевые слова:** глэмпинг, преимущества глэмпинга, актуальность развития, проектные риски.

Глэмпинг – это вид отдыха, который предполагает проживание на природе, в близком контакте с окружающей природой, но при этом с сохранением уровня комфорта и удобств, характерных для гостиничного проживания. Глэмпинг позволяет людям насладиться природой, отдохнуть от городской суеты, но при этом не жертвовать уровнем комфорта.

Обычно глэмпинг-места предлагают различные варианты размещения, такие как шатры, палатки, домики на деревьях, юрты или даже роскошные домики с полным набором удобств. Также в глэмпинг-комплексах могут быть организованы различные развлекательные программы, экскурсии, мастер-классы и другие мероприятия для гостей.

Глэмпинг становится все более популярным видом отдыха среди любителей природы и комфорта, и представляет собой отличную альтернативу традиционному кемпингу. К числу преимуществ проведения отдыха в глэмпинге следует отнести, в первую очередь, возможность получения уникального опыта и абсолютно незабываемых ощущений от единения с природой. В Беларуси это туристическое направление только формируется, поэтому конкуренция незначительна [1].

Так как глэмпинг проводит свою деятельность на рынке гостиничных услуг, следует провести его анализ.

Посмотрим, как распределялось процентное соотношение гостиничного фонда по областям Республики Беларусь в 2022 г. Выглядело оно следующим образом: самый большой процент гостиничного фонда находится в Минской области – 21,7 %, затем Витебская область – 17,8 %, Брестская и Гомельская области – по 14,1 %, г. Минск – 11,9 %, Гродненская область – 10,4 % и на последнем месте – Могилевская область – 10,0 % [2].

Проанализируем перечень услуг, предоставляемых гостиницами, туристическими базами и глэмпингом (таблица 1).

Как видно в таблице, глэмпинг по сравнению со своими конкурентами – гостиницами и туристическими базами – обладает более широким спектром предоставляемых услуг, но при этом сочетает в себе черты как гостиницы, так и туристической базы.

Основными преимуществами глэмпинга над остальными субъектами рынка услуг являются:

1. Близость к природе: глэмпинг расположен в живописных местах, позволяя наслаждаться природой, не теряя комфорт.

2. Оригинальность: купола глэмпинга предлагают уникальные варианты проживания, которые трудно найти в обычных гостиницах.

3. Экологичность: глэмпинг ориентирован на экологически чистый отдых, с использованием устойчивых материалов и энергии.

4. Уединение: глэмпинг скрыт от глаз посторонних, обеспечивая уединение и покой.

5. Личное обслуживание: глэмпинг включает персональное обслуживание, создавая более теплые и индивидуальные взаимоотношения с гостями.

Таблица 1. – Анализ услуг, предоставляемых гостиницами, туристическими, туристическими базами и глэмпингами

Характеристика	Гостиница	Туристическая база	Глэмпинг
Размещение	Обычный номер, номер-люкс, апартаменты	Кэмпинги, бунгало, деревянные домики	Палатки, шатры, юрты, домики, геокуполы
Удобства	Приватные ванны, кондиционер	Общие кухни, общие зоны отдыха,	Личная ванная комната, поддержание комфортной температуры в глэмпе, предоставление пледов в прохладную погоду.
Питание	Рестораны, обслуживание номеров	Кафе внутри комплекса, пикник, собственная готовка	Ресторан, обслуживание домиков
Развлечения	Фитнес-центры, спа	Экскурсии, активный отдых	Экскурсии, активный отдых, спа, пешие прогулки, а также велопрогулки по маршрутам, кинотеатр под открытым небом, настольные игры
Обслуживание	Круглосуточная рецепция, уборка номеров	Приветливый персонал, туристические экскурсии	Уборка домиков, предоставление инструктора по разным видам активного отдыха, приветливый и вежливый персонал
Цены	Высокие цены, скидки в сезон	Доступные цены	Разнообразие ценовых категорий, доступные
Местоположение	В городе	Природная обстановка, близость к туристическим маршрутам	Природные ландшафты, удаленные места, часто возле водоема

Примечание – Источник: собственная разработка

Имеется ряд причин актуальности развития глэмпинга в Беларуси [3]:

- наличие уникальных природных мест;
- не требует крупных вложений;
- быстрая окупаемость по сравнению с отелями, гостиницами;
- использование альтернативных источников энергии;
- экономичное производство (изготовление объектов из вторичного сырья);
- небольшая насыщенность рынка.

На данный момент в нашей стране существует 4 действующих глэмпинга: индейская деревня «Утрина» в Глубокском районе, глэмпинг Rara Nui на полуострове около Черейского озера в Чашникском районе, глэмпинг «Солнечный кит» возле Минска и «Ля Блакітных азёр» возле озера Болдук в Мядельском районе.

В таблице 2 представлена сравнительная характеристика названных выше глэмпингов.

Как видно из таблицы 2, первые 3 глэмпинга имеют схожую цену на предоставляемые услуги, а последний рассчитан на более обеспеченную целевую аудиторию. Однако у всех комплексов представлены различные услуги в зависимости от концепции лагеря.

Также необходимо выделить основные виды рисков, которые могут возникнуть в ходе реализации проекта глэмпинга и методы их снижения (таблица 3).

Таблица 2. – Сравнительная характеристика глэмпингов Республики Беларусь

	«Утрина»	Rapa Nui	«Солнечный кит»	«Ля Благітных азёр»
Идея	Индийская деревня	АРТ-заповедник	Загородный эко-комплекс	Загородный эко-комплекс
Услуги	Аренда теплых Типи, катание на лошадях и хаски, проживание в домах A-frame, экскурсии, эко-продукты, возможность проведения дней рождения, корпоративов, свадеб, завтрак включен в проживание.	Аренда купольных домов на 4-5 человек или глэмпинг-шатров, практика йоги, ретриты по нутрициологии и познанию себя и мира вокруг, гвоздестояние, катание на SUP-бордах и лодках	Пространство для тихого семейного отдыха, без алкоголя и табака, беседки, пирс, мангальные зоны, зоны для кострища, баня, Кухня общая на 1 этаже, веревочный городок, домик на дереве, площадки для самых маленьких	Просторный коттедж с кухней, каминным залом, 4 изолированных комнаты 2 зоны отдыха, зону с русской баней, Беседка, две зоны BBQ, прогулки по хвойному лесу, сбор ягод и грибов, охота, рыбалка, экскурсии, сон на ульях
Цены	Домики-типи – 250р., Домик A-frame – 350р., Катание на хаски – 50р., Обученные езде на лошади – 70р., Обед/ужин – 20р., Купель с зоной отдыха – 250р.	Шатер (от 2 ночей, выходные) – 250р. В будние дни (от двух ночей) – 170р. В будние (за одну ночь) – 200р.	Глэмп на сутки (13:00 – 11:00) – 260р (до 2 взрослых+1 ребенок) Дневное пребывание (12:00-21:00) – 130р. Баня – 80р/2 часа, каждый последующий час – 25р Баня на дровах + джакузи – 140р/2ч	Коттедж – 500р/сутки Русская баня – 100р, Русская баня + купель – 170р Домик на дереве с игровой площадкой – 20р Сон на ульях – 25р/2часа

Примечание – Источник: собственная разработка

Таблица 3 – Оценка проектных рисков

№	Наименование риска	Оценка риска	Способы устранения и минимизации негативных последствий
<b>Внешние риски:</b>			
1	Риск падения спроса с ростом цен на услуги	Средняя	Исследование спроса на предлагаемый вид услуг. Дополнительные вложения в рекламу, маркетинг.
2	Риск появления более сильных конкурентов	Средняя	Разработка маркетинговой стратегии, расширение ассортимента, дополнительных видов услуг.
<b>Внутренние риски:</b>			
1	Недополучение прибыли в межсезонье	Средняя	Разработка мероприятий и дополнительных видов услуг для привлечения клиентов межсезонье.
2	Сбой в строительном процессе	Низкая	Выбор правильных подрядчиков, заключение договоров, в которых предусмотрены штрафы за срывы сроков строительства.

Примечание – Источник: собственная разработка

Из анализа рисков, видно, что проект имеет среднюю степень риска.

Таким образом, у Беларуси есть большой потенциал для развития глэмпинга, так как страна обладает богатым природным наследием, уникальными ландшафтами и имеет незначительную насыщенность рынка данным видом отдыха.

#### Список использованных источников

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://belstat.gov> – Дата доступа 14.04.2024.
2. Официальный сайт Республиканского союза туристической индустрии [Электронный ресурс] / Республиканский союз туристической индустрии. – Режим доступа: <https://rsti.by/> – Дата доступа 14.04.2024.

3. Шуманская, Е.Р. Перспективы развития глэмпинга в Беларуси / Е.Р. Шуманская, А.И. Якубович, С.А. Демьянов // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : сборник трудов XVI международной научно-практической конференции, Пинск, 29 апреля 2022 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – Ч. 2. – С. 34-36.

УДК 336.12.3

## АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Стельмах Анна Петровна, аспирант

Белорусский государственный университет

Stelmah A.P., Belarusian State University, stel\_jo.a.p@yandex.ru

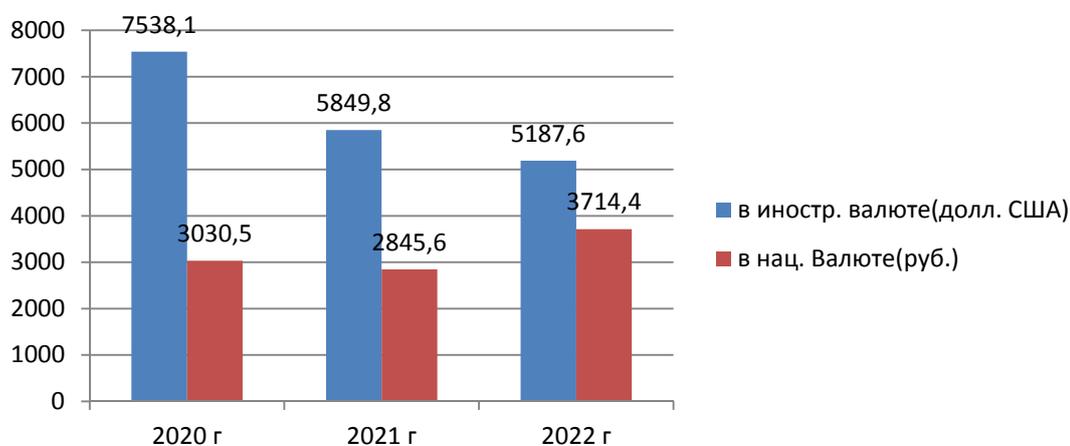
**Аннотация.** В статье проведён анализ современного состояния сбережений населения в Республике Беларусь (РБ), утверждается, что в основном в РБ сбережения населения формируются в форме банковских вкладов в национальной и (или) иностранной валюте.

**Ключевые слова:** экономика РБ, сбережения населения, банковские вклады, национальная и иностранная валюта, ценные бумаги, драгоценные металлы.

Сбережения представляют собой денежные средства, которые формируются населением под воздействием социально-экономических закономерностей, которые временно исключаются из экономического оборота его обладателя для того, чтобы он мог в будущем удовлетворить свои потребности [1].

В основном в РБ сбережения населения формируются в форме банковских вкладов в национальной и (или) иностранной валюте, приобретении ценных бумаг и драгоценных металлов, осуществлении накопительных видов страхования в РБ.

На рисунке 1 представлена информация о сбережениях населения РБ в банковских вкладах.



**Рисунок 1. – Динамика сбережений населения в банковских вкладах за 2020- 2022 гг.**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

Исходя из данных приведенных на рисунке 1, можно сделать вывод, о том, что сбережения населения РБ в национальной валюте в 2022 году по сравнению с предыдущим 2021 годом выросли на 868,8 бел. руб., а по сравнению с 2020 годом - на 683,9 бел. руб.

Противоположная тенденция наблюдается с сбережениями в иностранной валюте. С 2020 года по 2022 год наблюдается снижение сбережений, которые на конец анализируемого периода составили 5187,6 бел. руб.

Опережающий рост вкладов в национальной валюте по сравнению с валютными депозитами свидетельствует о повышении доверия населения к банковской системе и проводимой Националь-

ным банком РБ взвешенной процентной политике, которая направлена на обеспечение доходности сбережений и расширение доступности кредитных ресурсов.

При этом процентные ставки по рублевым вкладам по-прежнему сохраняют свою привлекательность и превышают как уровень инфляции, так и доходность сбережений в иностранной валюте [3].

Как известно, в РБ гарантируется полная сохранность сбережений населения во всех банках (Декрет Президента Республики Беларусь от 4 ноября 2008 г. № 22 "О гарантиях сохранности денежных средств физических лиц, размещенных на счетах и (или) в банковские вклады (депозиты)", Закон Республики Беларусь с учетом изменений и дополнений от 14.07.2009 № 41-3 "О гарантированном возмещении банковских вкладов (депозитов) физических лиц" [4].

Таблица 1. – Динамика депозитов физических лиц, размещенные в банках РБ в 2017-2021 гг.

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Депозиты в нац. валюте	5530,9	6767,9	8161,8	7378,2	8513,2
Депозиты в иностр. валюте, млн. долларов США	7386,9	7133,1	7538,1	5849,8	5187,6

Примечание - Источник: собственная разработка на основе [2]

Банковские вклады в РБ представлены: в виде отзывных и безотзывных; в национальной и иностранной валюте. В период 2018 - 2022 гг. ставки по вкладам в белорусских рублях и иностранной валюте постепенно снижались.

Во второй половине 2021 г. ставки по вкладам в белорусских рублях значительно выросли ввиду нестабильной экономической и политической ситуации, которая привела к оттоку вкладчиков и снижению уровня ликвидности в банковской системе.

Многие белорусы рассматривают возможность приобретения недвижимости (жилой или коммерческой) как удачный вариант инвестировать денежные средства [5]. Покупка недвижимости не относится к доступному типу инвестиций, потому что требует существенных капиталовложений, которые состоят из покупки самой недвижимости и капитальных вложений в ремонт.

Стоимость и доходность по недвижимости зависят от местоположения объекта. Инвестиции в недвижимость носят долгосрочный характер [6].

Покупку ценных бумаг можно рассматривать как приобретение активов, рост стоимости которых создает доход, способный не только сохранить, но и приумножить вложенные средства. Этот способ хранения (вложения) сбережений требует наличия определенных знаний о структуре, принципах и особенностях функционирования рынка ценных бумаг.

Акции приносят доход не только посредством роста их стоимости, но также и через выплату дивидендов. Для того чтобы снизить риски и увеличить доходность, рекомендуется не приобретать бумаги одной компании, а формировать портфель из акций различных компаний.

В РБ растет интерес и к облигациям, которые выпускают на рынок государство и частные компании.

Также стоит отметить, что в РБ распространена такая форма сбережений как покупка иностранной валюты. В таблице 2 рассмотрим операции с иностранной валютой физическими лицами.

Таблица 2. – Покупка-продажа физическими лицами иностранной валюты за период с 2020 по 2022 г., млн. долларов США

Период, год	покупка		продажа		сальдо	
	Наличной валюты	Безналичной валюты	Наличной валюты	Безналичной валюты	Наличной валюты	Безналичной валюты
2020	6416,8	2748,8	7834,7	1928,7	1417,8	820,1
2021	6432,5	3791,4	6285,0	1969,1	147,5	1822,3
2022	6370,0	4483,3	7939,9	2966,8	1569,9	1516,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Исходя из данных таблицы, можно отметить, что преобладающей формой покупки и продажи иностранной валюты является наличная форма.

Основными причинами снижения заработной платы являются инфляция, дифференциация заработной платы как на региональном уровне, так и в зависимости от вида экономической деятельности работника, а также проблема нехватки и переизбытка специалистов, которая вытекает из различий оплаты труда в зависимости от экономической деятельности [7].

Решениями данных проблем могут выступить:

1. проведение государством антиинфляционной политики и осуществление государством мер по защите денежных доходов и сбережений населения от влияния инфляции;
2. выравнивание уровней жизни населения в различных регионах, например, путем создания эффективных производств и обеспечения качественных и благоприятных условий для трудовой деятельности в районных городах или внедрение системы доплат в зависимости от региональных номинальных среднедушевых денежных доходов населения
3. предоставление работникам образования, здравоохранения определенных льгот или предоставления права на осуществление определенной доли платных услуг.

Основной формой сбережений населения выступают наличные деньги и банковские вклады. Неорганизованной и наиболее ликвидной формой хранения средств являются наличные деньги на руках у населения. Данная форма сбережений не приносит дополнительного дохода своим владельцам и в значительной мере подвержена инфляции, что постепенно приводит к потере их покупательской способности и обесцениванию.

По сведениям *Officelife*, в случае исчезновения источника дохода у каждого второго белоруса денег хватит максимум на месяц. Таковы данные исследования SATIO. На два месяца сбережений хватит 15% белорусам, а на целый квартал - 10%. Тем не менее, большинство опрошенных согласились, что откладывать деньги – важно, а 73% респондентов предпочитают хранить сбережения в долларах. При этом каждый третий отметил, что лучше держать часть денег держать и в рублях.

Молодые люди предпочитают хранить деньги в долларах, а старшее поколение - в евро. Две трети участников опроса считают, что сейчас неблагоприятная обстановка для инвестиций. Аналитики подчеркивают, что такой способ сбережения, как конвертация в валюту – не выгоден экономике. Ведь эти ресурсы не участвуют в экономическом обороте.

Изучив вышеизложенное, можно отметить, что в основном в Республике Беларусь сбережения населения формируются в форме банковских вкладов в национальной и (или) иностранной валюте, приобретении ценных бумаг и драгоценных металлов, осуществлении накопительных видов страхования.

Население предпочитает хранить сбережения в наличной форме, а наименьшее предпочтение отдают сбережениям в ценных бумагах и пр. Многие белорусы рассматривают возможность приобретения недвижимости (жилой или коммерческой) как удачный вариант инвестировать денежные средства. В Республике Беларусь распространена такая форма сбережений как покупка иностранной валюты.

#### **Список использованных источников**

1. Финансы. / М.И. Бухтик, А.В. Киевич, И.А. Конончук, М.П. Самоховец, С.В. Чернорук. // Полесский государственный университет. Пинск, 2017.
2. Отчет Национального банка за 2021 год [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/report/report2021>. – Дата доступа: 05.04.2024.
3. Киевич Д.А. Анализ страхового рынка в Республике Беларусь / Д.А. Киевич // Современные аспекты экономики. 2019. № 6 (262). С. 66-73.
4. О гарантированном возмещении банковских вкладов (депозитов) физических лиц [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 8 июля 2008 г., № 369-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://pravo.by/document/?guid=12551 &p0=P32100367&p1=1](https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32100367&p1=1). – Дата доступа: 07.04.2024.
5. Киевич А.В. Социальная сфера как драйвер экономического роста / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 12 (244). С. 93-98.
6. Галкина М.Н., Бухтик М.И., Киевич А.В. Страхование как вид инвестиционной деятельности на мировом финансовом рынке / М.Н. Галкина, М.И. Бухтик, А.В. Киевич // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. 2020. № 9 (39). С. 58-66.

УДК 336.6

## **ФИНАСОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АГРАРНОГО БИЗНЕСА КАК ОБЪЕКТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ**

**Самоховец Мария Павловна, к.э.н., доцент  
Полесский государственный университет  
Samokhovets Maria Pavlovna, PhD in Economics  
Polesky State University, samohovets.m@polessu.by**

**Аннотация.** В статье рассматривается актуальность инвестиций в сельское хозяйство Республики Беларусь. Обозначена возможность теоретико-методического обоснования финансового потенциала аграрного бизнеса в качестве объекта инвестирования.

**Ключевые слова:** финансовый потенциал; сельское хозяйство; аграрный бизнес; инвестиции; инвестирование; финансирование.

Инвестиции – важный аспект функционирования любой организации, на любой стадии жизненного цикла, любой отрасли экономики. Инвесторы осуществляют инвестиции (в т.ч. в виде денежных средств (денег)) «в целях получения прибыли (доходов) и (или) достижения иного значимого социально-экономического результата» [1]. Среди основных принципов осуществления инвестиций обозначен принцип сотрудничества государства и инвестора, т.е. «взаимная направленность интересов при осуществлении инвестиций: государства – на максимальное привлечение и вложение инвестиций в экономику, инвестора – на наиболее прибыльное вложение инвестиций или достижение иного значимого социально-экономического результата» [1].

По прогнозам Всемирной продовольственной организации (ФАО), мировой спрос на сельскохозяйственные товары будет увеличиваться в ближайшее десятилетие, что открывает дополнительные возможности для развития аграрного сектора и реализации его экспортного потенциала. Аграрная отрасль характеризуется известными специфическими особенностями (использование земельных ресурсов, биологических активов, влияние природно-климатических условий, необходимость строгого соблюдения технологий по срокам и т.д.), всё в большей степени приобретает черты агробизнеса и требует дополнительных инвестиций.

Интенсивный путь развития сельского хозяйства (в т.ч. задействование неиспользованных резервов по внедрению инноваций в сельскохозяйственное производство) признается наиболее эффективным. Ведь современный тип экономики – инновационная экономика – базируется на непрерывном техническом и технологическом совершенствовании производственного процесса сельскохозяйственных организаций (на основе автоматизации, цифровизации и т.п.) за счет инвестиций. Инновации в XXI веке активно проникают даже в такую консервативную отрасль, как сельское хозяйство: использование датчиков в производстве сельскохозяйственной продукции, применение данных со спутников и т.д. Становится очевидным, что восприимчивые к новым технологиям сельскохозяйственные производители будут более конкурентоспособны на товарных рынках и обеспечат себе динамичное развитие и лидерство в аграрной отрасли в будущем. Инвестиции в аграрный бизнес сохраняют свою актуальность: «...без инвестиций в создание, воспроизводство и обновление производственного потенциала невозможно ведение сельского хозяйства» [2].

Считается, что государственные инвестиции призваны играть решающую роль в обеспечении сельского хозяйства финансовыми ресурсами, а также в стимулировании привлечения частных инвестиций в отрасль. В соответствии с целями устойчивого развития в рамках мировой повестки на период до 2030 года, рассчитывается Индекс ориентированности на сельское хозяйство, определяемый по структуре государственных расходов как отношение доли сельского хозяйства в государственных расходах к доле сельского хозяйства в ВВП. Увеличение этого показателя означает прогресс в решении задачи увеличения инвестирования в сельское хозяйство и сельскохозяйственную инфраструктуру. Индекс ориентированности на сельское хозяйство в Беларуси в 2022 году составил 0,9.

Общая сумма инвестиций в основной капитал аграрной отрасли Республики Беларусь за 2001-2016 гг. составила более 25 млрд. USD, доля сельского хозяйства возросла почти в 2 раза в общей сумме инвестиций национальной экономики [4]. Динамика инвестиций в основной капитал в сельское хозяйство Республики Беларусь в 2017-2022 гг. представлена на рисунке.



**Рисунок – Инвестиции в основной капитал в сельское хозяйство Республики Беларусь**

Примечание – Разработка автора на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь

Однако увеличение вложений в аграрный сектор не всегда сопровождается «адекватным повышением экономической эффективности ее функционирования» [4]: имеет место убыточность реализованной сельскохозяйственной продукции, вкладываемые денежные средства в аграрную отрасль не всегда приносят отдачу. Это позволяет говорить о том, что задача эффективности инвестирования в аграрный бизнес является не до конца решенной.

Среди причин такой ситуации, исследователи указывают на «игнорирование требований системного подхода к инвестированию аграрной отрасли» [4], в т.ч. финансирование инвестиционных проектов из различных источников, выполнение работ по их реализации разными организациями и т.п. Низкая результативность инвестирования в сельском хозяйстве объясняется также приоритетом достижения валовых показателей над экономической эффективностью, несбалансированностью инвестиций в основные и оборотные фонды [3].

Поэтому усиливается научно-практический интерес к исследованию природы, механизма и организации аграрных инвестиций на современном этапе для повышения их эффективности. Становится очевидно, что недостаточно только наращивания объемов финансирования инвестиций – необходима качественно новая научно-методическая база для принятия управленческих решений по инвестированию в аграрный бизнес. Исследованием вопросов организации и финансирования инвестиций в аграрном секторе занимаются многие отечественные ученые (Шпак А., Чабатуль В., Русакович А. [3] и другие). Изучены особенности инвестиционных процессов в сельском хозяйстве в разрезе областей Беларуси (величина инвестиций, структура источников финансирования, технологическая структура). Определено влияние материально-технической базы аграрных товаропроизводителей на результативность их производственно-хозяйственной деятельности.

Считаем, что объектом инвестирования в аграрный бизнес может стать финансовый потенциал. Финансовый потенциал представляется нам новым объектом управления в системе финансового менеджмента. Финансовый потенциал является выражением производственного потенциала сельскохозяйственной организации, который в свою очередь базируется на ресурсном потенциале.

Наше понимание финансового потенциала отличается от мнений исследователей, рассматривающих его с позиций ресурсного подхода как финансовые ресурсы или с позиций результативного подхода как финансовое состояние. Финансовый потенциал – это неделимая и неотделимая от субъекта аграрного бизнеса характеристика, которая отражает перманентную способность генерировать выходящие денежные потоки от использования входящих денежных потоков [5]. В теории

финансового потенциала управление входящими денежными потоками (инвестициями) видится необходимым для повышения эффективности экономических субъектов. Под входящими денежными потоками понимаем денежные потоки, попадающие в распоряжение от других экономических субъектов и используемые субъектом. Инвестиции в финансовый потенциал рассматриваются как возможность повысить способность субъекта аграрного бизнеса генерировать выходящие денежные потоки за счет улучшения состава, количества и качества компонентов финансового потенциала (ресурсов и процессов). Важно, чтобы аграрные инвестиции не только носили регулярный, систематический характер, но и приводили к реализации финансового потенциала организаций.

При очевидной значимости и актуальности вопросов инвестирования в аграрный бизнес до сих пор остаются без серьезного научно-теоретического обоснования некоторые важнейшие вопросы. Одним из таких вопросов является определение обоснованных объемов инвестиций. Установлено, что как минимум инвестиций, так и их максимум не является верным решением: только «оптимизация должна быть основным механизмом стабильного и размеренного хозяйствования» [1]. Но какую величину инвестиций считать необходимой и экономически целесообразной в конкретный субъект аграрного бизнеса? И на что (в какие ресурсы) должны быть направлены денежные ресурсы?

Поэтому особую значимость для успешного управления инвестициями в аграрной сфере приобретает агрегированная оценка состояния субъектов аграрного бизнеса, которая может позволить руководителям субъектов аграрного бизнеса комплексно охарактеризовать ситуацию в организации. Методики, основанные на смоделированных устойчивых внутрисистемных взаимосвязях между компонентами финансового потенциала, позволят прогнозировать выходящий денежный поток на основе сценарного подхода, учитывая необходимые изменения в ресурсах субъекта аграрного бизнеса и входящих денежных потоках. Это даст возможность более точно прогнозировать выходящие денежные потоки субъектов аграрного бизнеса, что позволит повысить уровень обоснованности инвестирования в развитие аграрного бизнеса и принимаемых управленческих решений.

#### Список использованных источников

1. Закон Республики Беларусь от 8 января 2024 г. № 350-З «Об изменении Закона Республики Беларусь «Об инвестициях» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/>. – Дата доступа: 12.04.2024.
2. Гусаков, В. Г. Факторы и методы эффективного хозяйствования. Ч. 2. Кооперация и интеграция субъектов хозяйствования, инвестиции в развитие производства, государственное регулирование АПК, развитие предпринимательства и подготовка кадров / В. Г. Гусаков // Вес. Нац. Акад. Навук Беларусі. Сер. Аграр. Навук. – 2020. – Т. 58, № 2. – С. 135–142. С.137.
3. Шпак, А. Современное состояние и процесс инвестирования материально-технической базы аграрной отрасли Беларуси / А. Шпак, В. Чабатуль, А. Русакович // Аграрная экономика. №5. – 2021. – С.52-70.
4. Лыч, Г. Инвестиционное обеспечение устойчивого развития сельского хозяйства Беларуси / Г. Лыч, В. Чабатуль, М. Папинова, А. Башко // Аграрная экономика. – 2018. – №6. – С.2-14.
5. Богатырёва, В.В. Финансовый потенциал как новая экономическая категория в финансовой науке / В.В. Богатырёва, Д.А. Панков, М.П. Самоховец // Бухгалтерский учет и анализ. – 2022. – № 2. – С. 10-22.

УДК 336.717.3

#### ДЕПОЗИТНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ БАНКОВ

Хомич Кристина Юрьевна, студент

Полесский государственный университет

Khomich Kristina Yurevna, Polesky State Universty, kristi11022002@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматривается структура и динамика депозитов физических и юридических лиц, проведен анализ текущего состояния депозитного рынка в Республике Беларусь.

**Ключевые слова:** банковский вклад (депозит), ресурсная база банка, условные вклады, срочные вклады, вклады до востребования, отзывные вклады, безотзывные вклады.

Важным параметром потенциала банковской системы Республики Беларусь выступает ресурсная база коммерческих банков. Долгое время вопросам формирования ресурсной базы банков не

придавалось должного значения. Привлечение ресурсов для коммерческого банка является основой его деятельности. Способность банка привлекать депозиты и межбанковские кредиты свидетельствует о профессионализме руководства и специалистов банка, а также доверии к банку со стороны клиентов. Ресурсная база банка, в свою очередь, является его источником дальнейшего размещения привлечённых средств в кредиты и осуществления иных активных операций, приносящих доход банку [1].

Поэтому, актуальность выбранной темы обусловлена тем, что вклады (депозиты) составляют существенную долю ресурсов коммерческих банков, которые размещают их, удовлетворяя потребности предприятий, населения, нуждающихся в денежных ресурсах. На актуальность темы указывает и то, что формирование и управление ресурсами являются определяющими задачами в деятельности каждого банка. От ресурсного потенциала и его стабильности во многом зависят объем и структура активных операций, доходы банка, его ликвидность и прибыльность деятельности.

Банковские ресурсы можно разделить на собственные и привлеченные ресурсы, или на собственный капитал и обязательства банка. Привлеченные средства банка формируются главным образом за счет осуществления депозитных операций. Депозитными называются операции банков по привлечению денежных средств юридических и физических лиц на счета на определенные сроки, либо до востребования [2].

Рассмотрим динамику депозитов в национальной валюте Республики Беларусь за 2020–2022 гг.

Таблица 1. – Динамика вкладов (депозитов) в национальной валюте в банках Республики Беларусь за 2020–2022 гг., млн руб.

Вид вклада	Год				Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021 г. к 2020 г.	2022 г. к 2021 г.	
До востребования	451,9	536,0	382,4	118,6	71,3	
Срочные	46668,9	59097,7	58874,2	126,6	99,6	
Всего	47120,9	59633,7	59256,6	126,6	99,4	
<i>Для юридических лиц</i>						
До востребования	118,8	240,3	203,6	202,3	84,7	
Срочные, всего	37818,1	46337,8	46934,5	122,5	101,3	
– краткосрочные	33910,5	40895,1	40755,9	120,6	99,7	
– долгосрочные	3907,6	5442,6	6178,6	139,3	113,5	
Всего	37937,0	46578,1	47138,1	122,8	101,2	
<i>Для физических лиц</i>						
До востребования	333,1	295,7	178,8	88,8	60,5	
Срочные, всего	8850,8	12759,9	11939,7	144,2	93,6	
– краткосрочные	6716,8	10635,4	8942,6	158,3	84,1	
– долгосрочные	2134,0	2124,5	2997,1	99,6	141,1	
Всего	9183,9	13055,6	12118,5	142,2	92,8	

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3, 4]

Исходя из представленной таблицы 1, можно сказать, что в 2021 г. по сравнению с 2020 г. сумма депозитов до востребования в национальной валюте увеличилась на 18,6 % и составила 536 млн руб. В 2022 г. по отношению к 2021 г. значение показателя снижается на 28,7 % и составляет 382,4 млн руб. В целом за исследуемый период сумма депозитов до востребования в национальной валюте уменьшилась на 250,4 млн руб. или на 39,6 %.

В 2021 г. сумма срочных депозитов выросла на 26,6 % по сравнению с 2020 г., в результате чего сумма составила 59097,7 млн руб. В 2022 г. по отношению к 2021 г. значение показателя снижается на 0,4 % и составляет 58874,2 млн руб.

При этом, в 2021 г. сумма депозитов до востребования юридических лиц в сравнении с 2020 г. увеличилась на 102,3 % и составила 240,3 млн руб. В 2022 г. объем депозитов до востребования юридических лиц по отношению к 2021 г. снизился на 36,7 млн руб. или на 15,3 %. В целом за период объем депозитов до востребования для юридических лиц в национальной валюте уменьшился на 84,8 млн руб. Отметим, что у юридических лиц в анализируемом периоде динамика депози-

тов до востребования имеет неоднозначный характер, а срочные депозиты с каждым годом увеличиваются. Депозиты физических лиц имеют такой же характер, как и депозиты юридических лиц на протяжении рассматриваемого периода.

Необходимо отметить, что основную массу депозитов составляют депозиты юридических лиц. В 2022 г. их сумма составила 47138,1 млн руб., в то время как сумма депозитов физических лиц составила всего 12118,5 млн руб. В 2020 г. данные значения были намного меньше.

Динамика новых безотзывных банковских вкладов за 2020–2022 г. в национальной валюте в Республике Беларусь представлена в таблице 2.

Таблица 2. – Динамика новых безотзывных банковских вкладов в национальной валюте в Республике Беларусь за 2020–2022 гг., млн руб.

Срок вклада	Год			Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021 г. к 2020 г.	2022 г. к 2021 г.
до 1 месяца	801,0	1256,5	1300,5	156,9	103,5
1–3 месяца	6723,1	8986,9	8302,7	133,7	92,4
3–6 месяцев	2351,7	5630,6	5074,3	239,4	90,1
6–12 месяцев	819,9	1174,6	1208,0	143,3	102,8
1 год	92,8	144,3	381,9	155,5	264,7
1–2 лет	2006,4	1917,7	3234,0	95,6	168,6
2–3 лет	171,6	69,4	122,7	40,4	176,8
свыше 3 лет	2,8	4,0	39,8	142,9	995,0
Всего	12969,4	19184,0	19664,1	147,9	102,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3, 4]

Данные Таблицы 2 свидетельствуют о том, что динамика безотзывных банковских вкладов в национальной валюте значительно отличается от динамики отзывных банковских вкладов. Основа объемов безотзывных банковских вкладов – вклады со сроком 1–3 месяца. В 2022 г. значение показателя снижается по отношению к 2021 г. на 684,2 млн руб., т.е. на 7,6 %. Самые низкие показатели у вкладов на срок свыше 3 лет, аналогичная ситуация и с отзывными вкладами. В 2021 г. по сравнению с 2020 г. произошел прирост на 42,9 %, в результате которого стоимость вкладов составила 4 млн руб. в 2022 г. безотзывные банковские вклады в национальной валюте стремительно возрастают и по отношению к 2021 г. возрастают почти в 10 раз. С 2020 г. по 2022 г. присутствовала тенденция активного увеличения вкладов на срок до 1 месяца.

Безотзывные вклады, так же, как и отзывные, на протяжении последних 3 лет стабильно росли, несмотря на то, что есть виды вкладов, где наблюдаются сильные колебания. Так, в 2021 г. по сравнению с 2020 г. рост продолжился – объемы увеличились уже на 6214,6 млн руб. (147,9 %). Безотзывные банковские вклады преобладают над отзывными, т.к. по безотзывным вкладам более высокие ставки по сравнению с отзывными вкладами. Это дает возможность увидеть ощутимый результат от работы вложенных денег. Также имеется возможность пополнения безотзывных вкладов в течение срока их действия и тем самым влиять на доходы.

В настоящее время существует жесткая конкуренция между банками в борьбе за клиентов, поэтому банкам необходимо разрабатывать новые проекты, программы, а также совершенствовать имеющиеся в наличии услуги. Основным способом увеличения ресурсной базы коммерческого банка является проведение депозитных операций. Следовательно, для роста объемов привлеченных средств необходимо совершенствовать депозитную политику банка, прежде всего путем обеспечения притока в банк более стабильных ресурсов.

Для того чтобы выжить в условиях жесткой конкуренции банки увеличивают сроки размещения, повышают процентный доход для клиентов по депозитным операциям и внедряют различные мероприятия и акции.

#### Список использованных источников

1. Гриценко, С.Е. Деньги, кредит, банки : теория и практика : учеб. пособие / С.Е. Гриценко. – М. : Мир науки, 2021. – 212 с.
2. Анализ деятельности банков и управление рисками : учеб.-метод. пособие / Ю.И. Лопух, А.И. Синкевич. – Пинск : ПолесГУ, 2016. – 56 с.

3. Статистический бюллетень 2021 № 12 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа : [https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat\\_bulletin\\_2021\\_12.pdf](https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat_bulletin_2021_12.pdf). – Дата доступа : 15.04.2024.

4. Статистический бюллетень 2022 № 12 [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа : [https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat\\_bulletin\\_2022\\_12.pdf](https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat_bulletin_2022_12.pdf). – Дата доступа : 15.04.2024.

УДК 336.717.061.1

## **АНАЛИЗ АКТИВОВ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Черепенко Дария Романовна, студент,**

**Зинович Татьяна Васильевна, студент,**

**Игнатьева Елена Степановна, ассистент кафедры банкинга и финансовых рынков**

**Полесский государственный университет**

Cherepenko Dariya Romanovna, student, meguska77@gmail.com,

Zinovich Tatyana Vasilyevna, student, meguska77@gmail.com,

Ignatieva Elena Stepanovna, assistant of the department of banking and financial markets,

ignatyeva-elena@yandex.ru

Polesky State University

**Аннотация.** Статья содержит обзор активов банковского сектора Республики Беларусь, состав и структуру активов банков Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** активы, банковские операции, активы банков, структура активов, ликвидность, банковский сектор.

В процессе работы банки оказывают услуги по удовлетворению потребностей клиента и обеспечению своей деятельности в качестве хозяйственного субъекта. Для этих целей банки используют привлеченные от физических и юридических лиц денежные средства, а также свои собственные средства. В ходе данной деятельности банки формируют активы.

Активы банка – объекты собственности, которые имеют денежную оценку и принадлежат банку.

Активные банковские операции – это операции, которые направлены на предоставление банками, небанковской кредитной организацией денежных средств и драгоценных металлов и драгоценных камней. Активными операциями банка являются: кассовые наличности и иные средства свободных резервов, предоставление кредитов и размещения депозитов, инвестирование, финансовые и нефинансовые активы банка [1].

Состав и структура активов разных банков могут отличаться, в зависимости от факторов, которые влияют на формирование данных активов:

- национальное законодательство, влияющее на ограничение или стимулирование определенных видов деятельности банков;
- финансовое положение банка;
- продолжительность деятельности банка;
- состав и структура сформированных пассивов и прочие факторы.

Для проведения анализа состояния банковских активов используем официальный Статистический бюллетень. Рассмотрим показатели, характеризующие активы банков Республики Беларусь:

Таблица 1. – Динамика структуры активов банков Республики Беларусь

Показатели	2021г., млн рублей	2022г., млн рублей	2023г., млн рублей	Удельный вес, 2023г., %
Активы банков	90 569,2	98 369,2	104 879	100
В рублях	43 117,1	48 171,5	55 276,1	56,8
В иностранной валюте	47 452,2	50 197,7	49 602,9	43,2
В том числе:				
1. Требования к резидентам Республики Беларусь	85 175,3	90 550,5	93 079,6	86,3
В рублях	41 543,7	46 561	53 599,6	55,2
В иностранной валюте	43 631,6	43 989,5	39 479,9	31,1
Из них: 1.1 Требования к органам государственного управления	8 856,1	10 096,3	9 578,2	8,2
1.2 Требования к экономике	67 013,3	68 811,8	70 436,8	67,3
1.2.1 Требования к субъектам хозяйствования	51 109,9	51 962,6	53 110	50,4
1.2.2 Требования к физическим лицам	15 903,3	16 849,2	17 326,8	16,9
1.3 Требования к Национальному банку	7 984,5	9 648,1	10 765,7	8,3
1.4 Требования к другим депозитным организациям	1 321,5	1 994,3	2 298,8	2,5
2. Требования к нерезидентам	3 862,0	6 318,8	10 251,6	12,4
В рублях	41,4	110,7	128,6	0,2
В иностранной валюте	3 820,6	6 208,2	10 123	12,2
3. Прочие активы	1 532,0	1 499,9	1 547,9	1,4
Из них: 3.1 Основные средства	1 532,0	1 499,9	1 547,9	1,4

Примечание – источник: [2].

Исходя из приведенных данных видим, что активы банков за анализируемый период 2021-2023гг. – возрастают и к 2023г. составили 104 879млн. руб. Требования к резидентам Республики Беларусь в иностранной валюте имеют тенденцию снижения. Данный требования снижаются в целях стабилизации экономики страны и минимизации валютного риска. По состоянию на 2023 год преобладают активы банков в рублях – 55 276,1 млн. руб. по сравнению с активами в иностранной валюте – 49 602,9 млн. руб., что на 11,4% больше. Данное значение показателей обусловлено регулятивными ограничениями. Этому способствуют меры по девальютизации, применяемые Национальным банком Республики Беларусь, также причиной может быть то, что белорусские банки предпочитают иметь большую часть активов в национальной валюте для удовлетворения потребностей клиентов в белорусских рублях.

Наибольшую часть из структуры активов банков Республики Беларусь занимают: требования к резидентам Республики Беларусь (86,3%), требования к экономике (67,3%). Наименьшую часть из структуры занимают: требования к другим депозитным организациям (2,5%); требования к нерезидентам Республики Беларусь, рублях (0,2 %); основные средства (1,4%).

Проанализируем качество активов банковского сектора Республики Беларусь исходя из нижеприведенной таблицы.

Ликвидность активов определяются способностью банка своевременно и полно выполнять краткосрочные обязательства за счет наличия достаточных запасов активов и соответствия имеющегося объема стабильной структуры актива [4]. Величина покрытия ликвидности в течение трех лет колеблется. По состоянию на 2023 год показатель уменьшился на 15% по сравнению с 2022 годом. Величина чистого стабильного фондирования неустойчива на протяжении анализируемого периода из-за изменения рыночных условий, изменения в спросе на кредиты и депозиты, а также изменения в структуре активов банка, например, в увеличении доли менее ликвидных активов, что может снизить величину чистого стабильного фондирования.

Таблица 2. – Финансовые показатели деятельности банков Республики Беларусь, характеризующее качество активов

Показатели	2021г.	2022г.	2023г.
Рентабельность активов за год, %	1,4	1,9	2,5
Рентабельность активов, %	1,3	1,9	2,3
Активы, подтвержденные кредитному риску, млн руб.	73 823,8	74 615,1	94 830,8
Необслуживаемые активы, млн. руб.	4 066,9	3 757,8	4 507,7
Фактический созданный резерв по активам, подверженных кредитному риску. млн. руб.	5 182,6	5 407,6	5 669,8
Доля необслуживаемых активов в активах, подверженных кредитному риску, %	5,5	5	4,8
Величина покрытия ликвидности, %	135,9	176,8	150,3
Величина чистого стабильного фондирования, %	123,2	136,1	131,9

Примечание – Источник: [3].

По данным в 2023 показатель составил 131,9%, что по сравнению с 2022 годом меньше на 3%.

Таким образом, следовательно, активы банка Республики Беларусь за последние три года характеризуются положительной динамикой и каждый год увеличиваются. Наибольшая доля активов банка в анализируемом периоде приходится на требования к резидентам Республики Беларусь, преобладают активы банков в рублях. Наименьшую долю составили требования к другим депозитным активы, в том числе требования к нерезидентам Республики Беларусь в рублях, основные денежные средства.

#### Список использованных источников

1. Рабаданова Д.А. Анализ динамики и структуры активных операций коммерческого банка // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 12-2. – С. 161-164.
2. Статистический бюллетень ежегодник (2013-2022) [Электронный ресурс]/ Сайт Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://www.nbrb.by/publications/bulletinyearbook/statistics\\_bulletin\\_yearbook\\_2022.pdf](https://www.nbrb.by/publications/bulletinyearbook/statistics_bulletin_yearbook_2022.pdf). – Дата доступа: 01.04.2024.
3. Статистический бюллетень ежегодник (2013-2022) [Электронный ресурс]/ Сайт Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat\\_bulletin\\_2023\\_01.pdf](https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat_bulletin_2023_01.pdf). – Дата доступа: 08.04.2024.
4. Информационный сборник "Банковский сектор Республики Беларусь. Краткая характеристика устойчивости функционирования" / Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь. <https://www.nbrb.by/publications/banksector/> – Дата доступа: 13.03.2024.

УДК 658.153

#### УПРАВЛЕНИЕ КРАТКОСРОЧНОЙ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА МАТЕРИАЛАХ ЗАО «ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ «ПИНСКДРЕВ»

**Шаповал Маргарита Сергеевна, студент,**

**Бухтик Марина Игоревна, к.э.н., доцент,**

**Татаревич Анастасия Геннадьевна, студент**

**Полесский государственный университет**

Shapoval Margarita Sergeevna, student, shapoval453@gmail.com,

Bukhtik Marina Igorevna, PhD in Economics, buhtik.m@polessu.by,

Tatarevich Anastasia Gennadievna, student, nastyatatarevich@gmail.com

Polesky State University

**Аннотация.** Статья содержит теоретические аспекты управления краткосрочной дебиторской задолженностью, а также анализ данных о краткосрочной дебиторской задолженности ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев».

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность; краткосрочная дебиторская задолженность; управление дебиторской задолженностью; анализ; разработка; расчеты.

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.

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 расчетов. С позиции финансового менеджмента дебиторская задолженность имеет двоякую природу: нормальный рост дебиторской задолженности (вследствие увеличения объемов продаж) свидетельствует о росте потенциальных доходов и повышении уровня ликвидности предприятия. С другой стороны, рост неоправданной дебиторской задолженности может привести к потере ликвидности и остановке производства [1, с. 673].

Дебиторская задолженность – отраженные на счетах расчетов обязательства перед предприятием сторонних лиц – покупателей, работников, займополучателей, бюджета.

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 943493	33 481 720	38 334 618	41 353 981	50 140 075	55 719 348	61 191 680

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Анализируя данные таблицы 1 можно отметить, что происходит постоянное увеличение дебиторской задолженности предприятий Республики Беларусь за 2016-2022 гг. Это связано с ростом продаж, увеличением отсрочек платежа покупателям и увеличением доли покупок с большим сроком оплаты.

Политика управления дебиторской задолженностью на предприятии связанас решением двух практических задач:

- оценкой реального состояния дебиторской задолженности как информационнойосновы для принятия предприятием адекватных мер;
- разработкой и осуществлением адекватных мер по востребованию долгов сдолжников и их инкассации.

Конечной целью такой политики являются минимизация объемов возникшей задолженности и недопущение ее в будущем.

Управление дебиторской задолженностью предполагает принятие финансовых решений по следующим вопросам:

1. учет дебиторской задолженности на каждую отчетную дату;
2. анализ состояния и причин, в силу которых у компании сложилось негативное положение с ликвидностью дебиторской задолженности;
3. разработка адекватной политики и внедрение в практику компании современных методов управления дебиторской задолженностью;
4. контроль над текущим состоянием дебиторской задолженности [4, с. 26].

Система управления дебиторской задолженностью включает в себя:кредитную политику и комплекс мер, по снижению риска возникновениясомнительной и безнадежной дебиторской задолженности. Политика управлениядебиторской задолженности необходима в первую очередь для обеспечениянепрерывности текущей деятельности компании [5, с. 73].

Управлению дебиторской задолженности также характерны неспецифические управленческие функции:

- планирование;
- организация;
- мотивация;
- контроль и анализ.

Для более детального изучения данной темы, следует рассмотреть динамику и структуру краткосрочной дебиторской задолженности на материалах конкретной организации.

Рассмотрим динамику и структуру краткосрочной дебиторской задолженности на примере организации ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» за 2020-2021 гг.

Таблица 2. – Краткосрочная дебиторская задолженность ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» за 2020-2021 гг.

Показатель	2020 г.	2021 г.
Краткосрочная дебиторская задолженность	120 019 463,56	122 797 465,61
в том числе:	-	-
по расчетам с поставщиками и подрядчиками	13 211 032,88	14 356 601,61
по расчетам с покупателями и заказчиками	100 052 845,67	95 420 336,71
по налогам и сборам	5 328 521,40	4 555 673,29
по социальному страхованию	17 463,33	18 207,92
по оплате труда	2 990,48	4 737,63
по лизинговым платежам	-	9 713,70
по расчетам с подотчетными лицами	-	36,00
по предоставленным займам и возмещению ущерба	2 386,35	1 846,53
по расчетам с разными дебиторами и кредиторами	1 404 223,45	8 430 312,22

Примечание – Источник: собственная разработка на основе отчетности предприятия

Анализируя данные таблицы, можем сделать вывод о динамике и структурном соотношении краткосрочной дебиторской задолженности ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» за 2020-2021 гг.

Краткосрочная дебиторская задолженность в целом в 2021 году по сравнению с 2020 г. увеличилась на 2778002,05 тыс. рублей, или на 2,3 %.

В состав краткосрочной дебиторской задолженности включаются следующие расчеты:

Расчеты с поставщиками и подрядчиками в 2021 году по сравнению с 2020 г. увеличились на 1145568,73 тыс. рублей, или на 8,7%.

Расчеты с покупателями и заказчиками в 2021 году по сравнению с 2020 г. уменьшились на 4632508,96 тыс. рублей, или на 4,6%.

Расчеты по налогам и сборам в 2021 году по сравнению с 2020 г. уменьшились на 7772848,12 тыс. рублей, или на 14,5%.

Расчеты по социальному страхованию в 2021 году по сравнению с 2020 г. увеличились на 744,58 тыс. рублей, или на 4,3%.

Расчеты по оплате труда в 2021 году по сравнению с 2020 г. увеличились на 1747,15 тыс. рублей, или на 58,4%.

Значения по расчетам по лизинговым платежам и с подотчетными лицами в 2020 г. отсутствовали, соответственно динамику оценить не можем.

Расчеты по предоставленным займам и возмещению ущерба в 2021 году по сравнению с 2020 г. уменьшились на 539,82 тыс. рублей, или на 22,6%.

Расчеты с разными дебиторами и кредиторами в 2021 году по сравнению с 2020 г. увеличились на 7026088,77 тыс. рублей, или на 500,4%.

Исходя из приведенных данных, наибольший удельный вес в краткосрочной дебиторской задолженности занимают расчеты с покупателями и заказчиками, 77,7 % в 2021 году, и 83,4 % в 2020 году.

В соответствии с проведенным анализом и выявленной необходимостью совершенствования системы управления дебиторской задолженностью необходима реализация следующих мероприятий:

1. внедрение системы электронного обмена данными (EDI-система) с торговыми сетями на предприятии;
2. совершенствование методики оценки надежности дебитора;
3. создание формальной рабочей группы по оперативному управлению дебиторской задолженностью в организации;
4. создание системы мотивации для сотрудников, участвующих в управлении дебиторской задолженностью.

### Список использованных источников

1. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 3-е изд., перераб. И доп. – Москва: Проспект, 2017. – 1024 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> - Дата доступа: 01.04.2023
3. Бухтик, М.И. Финансовый менеджмент : учебно-методическое пособие / М.И. Бухтик. – Пинск :ПолесГУ, 2021. – 144 с.
4. Чешкова, Е.А. Анализ бухгалтерской информации по управлению дебиторской задолженности / Е.А. Чешкова // Современные научные исследования и инновации. – 2018. - № 2. – С. 26-28.
5. Гарина, Е.П. Изучение подходов к управлению дебиторской задолженностью / Е.П. Гарина // Научное обозрение: теория и практика. – 2018. -№ 3. – С. 71-81.

УДК 658.155

### ПОКАЗАТЕЛИ ПРИБЫЛИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Щур Яна Сергеевна, студент,  
Бухтик Марина Игоревна, к.э.н., доцент,  
Шибун Мария Эдуардовна, студент  
Полесский государственный университет  
Shchur Yana Sergeevna, student, shchur9@mail.ru,  
Bukhtik Marina Igorevna, PhD in Economics, buhtik.m@polessu.by,  
Shibun Maria Eduardovna, student, mari.shibun@mail.ru  
Polesky State University

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные показатели прибыли, используемые в управлении финансами предприятия промышленности, а также основные показатели деятельности ОАО «Кузлитмаш». Проведен структурно-динамический анализ показателей прибыли и рентабельности предприятия.

**Ключевые слова:** прибыль; рентабельность продукции; рентабельность продаж; рентабельность собственного капитала; рентабельность активов; факторный анализ.

В условиях перехода к рыночной экономике предприятие стремится самостоятельно планировать свою деятельность и определять перспективы развития, исходя из спроса на производимую продукцию и необходимости обеспечения производственного и социального развития.

И теория, и практика подтверждают, что успеха на рынке добиться невозможно без эффективного и целенаправленного управления всеми процессами, связанными с функционированием предприятия. Одним из таких процессов является процесс формирования прибыли предприятия. В таблице 1 представлены различные подходы к определению сущности ”прибыль“.

Таблица 1. – Различные подходы к определению сущности категории ”прибыль“

Автор, источник	Экономическая сущность категории ”прибыль“
1. Ржевская Т.А. [1, с. 75]	Прибыль – это часть чистого дохода, созданного в процессе производства и реализованного в сфере обращения.
2. Селезнева Н.Н. [2, с. 411]	Прибыль – это выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждении за риск осуществления предпринимательской деятельности.
3. Лапченко Д. А. [3, с. 201]	Прибыль – результат хозяйственной деятельности предприятия, выраженный в стоимостной форме и в абсолютном выражении характеризующий эффект использования средств предприятия и источников их возникновения.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе изученной экономической литературы

Резюмируя выше изложенное, следует отметить: существует множество различных подходов к определению сущности прибыль, однако из всех рассмотренных авторами подходов, на наш взгляд, более точным и полным является определение Лапченко Д.А. Автор, в свою очередь, указывает на то, что прибыль не только характеризует результаты хозяйственной деятельности, но и

отражает эффект использования средств предприятия и источников их возникновения, тем самым придавая категории значимость.

В условиях рыночной экономики прибыль является обобщающим показателем финансовых результатов хозяйственной деятельности организаций. В экономической литературе выделяют следующие виды прибыли, представленные в таблице 2.

Таблица 2. – Виды прибыли

Вид прибыли	Методика расчета
Валовая прибыль	Разность между выручкой от реализации продукции, товаров, работ, услуг и себестоимостью товаров, работ, услуг, НДС и прочих налогов из выручки.
Прибыль от реализации продукции	Разность между валовой прибылью и расходами по реализации и управленческими расходами за тот же период.
Прибыль от текущей деятельности	Сумма прибыли от реализации продукции и прочих доходов по текущей деятельности за вычетом прочих расходов по текущей деятельности.
Прибыль от финансовой деятельности	Сальдо доходов и расходов по финансовой деятельности.
Прибыль от инвестиционной деятельности –	Сальдо доходов и расходов по инвестиционной деятельности.
Прибыль до налогообложения (уплаты налога)	Сумма прибыли (убытка) от текущей деятельности и прибыли (убытка) от инвестиционной и финансовой деятельности.
Чистая прибыль	Прибыль до налогообложения за вычетом налога на прибыль и прочих налогов из прибыли +/- отложенные налоговые активы и отложенные налоговые обязательства.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании источника [4, с. 75]

Кроме приведенных видов прибыли также выделяют: прибыль учетную (бухгалтерскую), нормальную и экономическую.

Учетная (бухгалтерская) прибыль – это разница между ценой реализованной продукции и затратами на ее производство. Нормальная прибыль – это вознаграждение за предпринимательскую деятельность, составляющая издержек производства. Экономическая прибыль – это разница между учетной и нормальной прибылью.

Главным критерием определения реальной доходности организаций считают величину экономической прибыли. Экономическая прибыль возникает тогда, когда общая выручка превышает все внешние и внутренние расходы [5, с. 125].

Результативность и экономическая целесообразность функционирования предприятия измеряется абсолютными и относительными показателями финансовых результатов. С целью отражения важности вышеуказанного понятия, проанализируем динамику доходов, расходов и прибыли от текущей деятельности ОАО «Кузлитмаш» города Пинска, по данным, представленным в таблице 3.

В 2020 году предприятие ОАО «Кузлитмаш» имело отрицательные значения показателей прибыли, чему способствовало введение санкций, связанных с запретом на продажу и экспорт в другие страны оборудования из Республики Беларусь. Однако в 2021 и 2022 годах финансовые результаты деятельности предприятия стабилизировались и приняли положительные значения. На основании приведенных данных рассчитаем основные показатели рентабельности, представленные в таблице 4.

Таблица 3. – Динамика финансовых результатов ОАО ”Кузлитмаш“ за 2020-2022 годы

Показатели	2020	2021	2022	Отклонение		Темп роста, %		Темп прироста, %	
				2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, тыс. р.	20727	49544	68010	28817	18466	в 2,4 раза	137,27	139,03	37,27
2. Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. р.	18051	35849	50174	17798	14325	198,6	140	98,6	40
3. Прибыль (убыток) от реализации товаров, продукции, работ, услуг, тыс. р.	76	9743	12417	9667	2574	в 128 раз	127,45	12719,74	27,45
4. Прибыль (убыток) от текущей деятельности, тыс. р.	-1148	9280	9855	10428	575	в -8,1 раза	106,2	908,36	6,2
5. Прибыль до налогообложения, тыс. р.	-2109	8311	8962	10420	651	в -3,9 раза	107,83	494,07	7,83
6. Чистая прибыль (убыток), тыс. р.	-2109	6677	7091	8786	414	в -3,2 раза	106,2	416,6	6,2
7. Среднегодовая стоимость совокупных активов, тыс. р.	39730	51599	71321	11869	19722	129,87	138,22	29,87	38,22
8. Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. р.	21572	28665	43117	4093	14452	132,88	150,42	32,88	50,42

Примечание – Источник: собственная разработка на основании отчетности предприятия

Таблица 4. – Основные показатели рентабельности предприятия за 2020-2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Отклонение		Темп роста, %		Темп прироста, %	
				2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Рентабельность продаж, %	0,37	19,67	18,26	19,3	-1,41	в 53, 2 раза	92,83	5216,22	-7,17
Рентабельность реализованной продукции, %	0,42	27,18	24,75	26,76	-2,43	в 64,7 раза	91,06	6371,43	-8,94
Рентабельность совокупных активов, %	-5,31	12,94	9,94	18,25	-3	в -2,4 раза	76,82	-243,69	-23,18
Рентабельность собственного капитала, %	-9,78	23,29	16,45	33,07	-6,84	в -2,4 раза	70,63	-238,14	-29,37

Примечание – Источник: собственная разработка на основе отчетности предприятия

Проанализировав данные таблиц 4, можно сделать следующие выводы: рентабельность продукции имеет непостоянную динамику. Так, в 2020 году на каждый рубль затрат предприятие получало 0,42 руб. прибыли, в 2021 году – 27,18 руб., а в 2022 году – 24,75 руб. прибыли на 1 рубль затрат. Также можно наблюдать непостоянную динамику рентабельности продаж. Так, в 2021 году по сравнению с 2020 годом работа предприятия стала эффективнее на 19,3%. В 2022 году по сравнению с 2021 годом рентабельность снизилась на незначительный процент, а именно на 1,41%.

Рентабельность собственного капитала также имеет непостоянную динамику. Значительный скачок рентабельности собственного капитала наблюдался в 2021 году по сравнению с 2020 годом. В 2022 году данный показатель сократился на 6,84% по сравнению с 2021 годом. Также стоит

отметить, что рентабельность собственного капитала имеет относительно невысокие значения за анализируемый период, что объясняется высокой долей собственного капитала, что положительно скажется на финансовой устойчивости предприятия.

Рентабельность активов значительно выросла в 2021 году по сравнению с 2020 годом, а именно на 18,25%, что свидетельствует о том, что надежность, кредитоспособность и инвестиционная привлекательность организации улучшилась. В 2022 году данный показатель сократился по сравнению с 2021 годом на 3%, что, несомненно, является отрицательной стороной.

Таким образом, можно сказать, что в целом ОАО «Кузлитмаш» находится на пути повышения эффективности своей деятельности. Этому свидетельствует рост всех анализируемых показателей в 2021 и 2022 годах по сравнению с 2020 годом, что в свою очередь положительно скажется на финансовой устойчивости предприятия.

На основании проведенного анализа можно выделить основные направления повышения прибыльности предприятия:

- расширение ассортимента продукции и поиск новых рынков сбыта;
- сделать упор на развитие инвестиционной и финансовой деятельности;
- внедрение новых технологий;
- проведение мероприятий по оптимизации производственных процессов.

#### **Список использованных источников**

1. Ржевская, Т.А. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебно-методический комплекс для подготовки студентов по специальности 1-25 01 08” Бухгалтерский учет, анализ и аудит “ / Т. А. Ржевская – Пинск: ПолесГУ, 2021. – 358с.
2. Селезнева, Н. Н. Анализ финансовой отчетности организации: учеб. пособие / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 583 с.
3. Лапченко, Д. А. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие для студентов специальности 1-27 01 01 «Экономика и организация производства» / Д. А. Лапченко, Т. Ф. Манцорова, Е. И. Тымуль. – Минск: БНТУ, 2019. – 278 с.
4. Финансы: учебное пособие / М.И. Бухтик, А.В. Киевич, И.А. Конончук, М.П. Самоховец, С.В. Чернорук; Министерство образования Республики Беларусь, УО «Полесский государственный университет». – Пинск: ПолесГУ, 2017. – 110 с.
5. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие/ Г.В. Савицкая. – Минск: Новое знание, 2010. – 721 с.

# УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

УДК 657

## СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Алехина Мария Алексеевна, администратор ММЦ «Мир здоровья»,

Овчинникова Ольга Александровна, к.э.н., доцент

Курский государственный университет

Alyokhina Maria Alekseevna, administrator of the MMC «World of Health», molz@yandex.ru,  
Ovchinnikova Olga Aleksandrovna, PhD in Economics, Associate Professor, Lelika-46@yandex.ru  
Kursk State University

**Аннотация.** Благодаря использованию возможностей цифровых технологий удается существенно повысить скорость совершения всех операций в бухгалтерском учете. Типизация бухгалтерских процедур позволяет широко использовать цифровые технологии в бухгалтерском учете.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, цифровые технологии, блокчейн, электронный документооборот, искусственный интеллект

Современные цифровые технологии позволяют работнику в сфере бухгалтерского учета получать любую необходимую информацию быстро и за любой период времени. Всё это существенно влияет на повышение значимости аналитических процедур, что не может быть достигнуто при ручной организации системы бухгалтерского учета [1, с. 42]. Также процесс цифровизации в бухгалтерском учете развивается, концентрируя внимание и вокруг принципа двойной записи.

Процесс цифровизации может использоваться по отношению в целом ко всей системе бухгалтерского учета, то есть использование комплексной программы, которая позволяет через данную программу формировать ключевые бухгалтерские документы, в большинстве своем первичные [3, с. 48].

Кроме этого могут использовать специализированные программные продукты, позволяющие автоматизировать процесс организации и реализации кадрового учета. Возможности данных программ делают существенно проще процесс расчета разного рода удержаний с работника, выплаты страховых взносов и т.д.

Есть также такие автоматизированные программы, в которых сотрудник бухгалтерии делает выбор в пользу интересующего бланка документа, то есть требуется лишь в подходящие поля ввести данные и автоматически уже создается заполненный документ, с указанными реквизитами и данными.

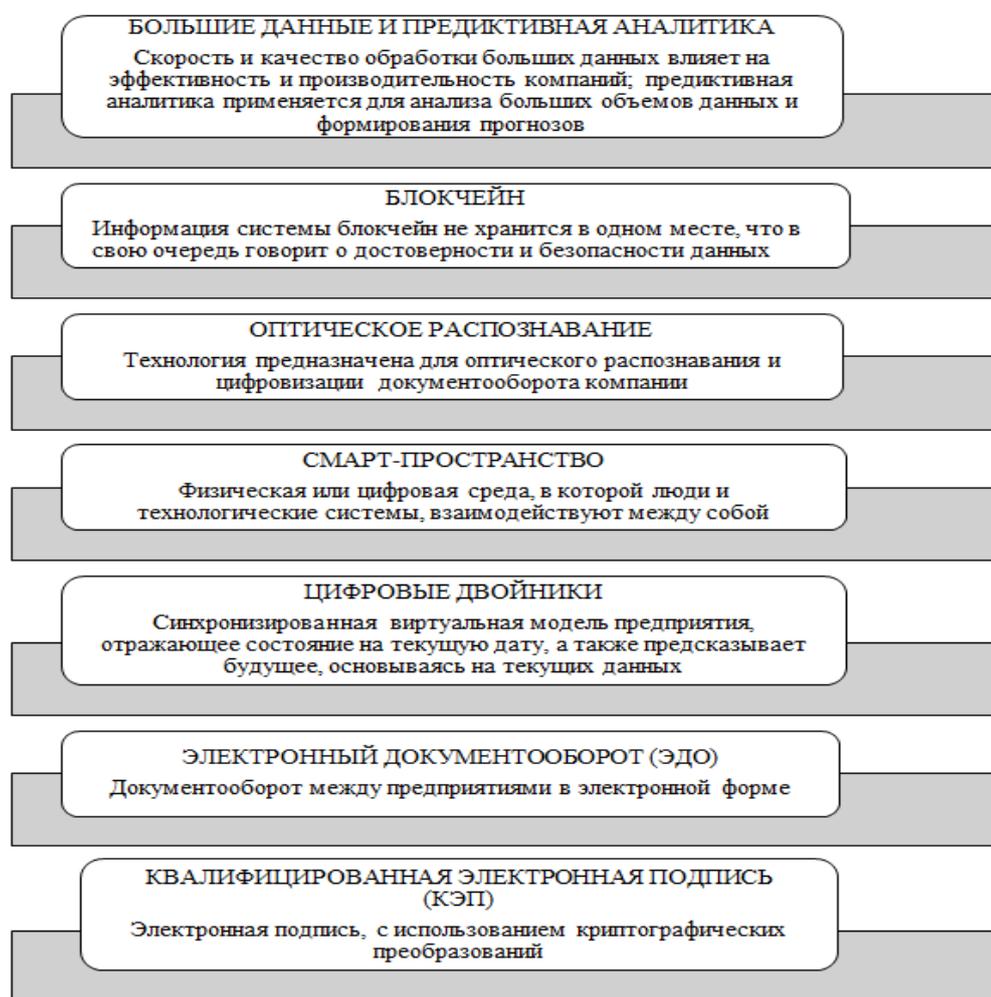
Многие автоматизированные бухгалтерские программы по итогам отчетных периодов позволяют формировать отчетность, которую хозяйствующий субъект должен сдать в установленные законодателем сроки. Далее уже используя возможности электронного документооборота, сформированные отчеты, пройдя проверку бухгалтером, направляются в соответствующие государственные органы. Соблюдение актуальности заполненных форм отчетности контролируются в автоматическом режиме самой бухгалтерской программой.

Кроме этого наличие электронного документооборота позволяет существенно экономить временные затраты на заполнение отчетных документов и обмен с заинтересованными пользователями. Важный принцип работы электронного документооборота – это сохранность данных предприятия и всей документации, находящихся в базе автоматизированной программы учета [2, с. 198].

Большая часть существующих автоматизированных программных продуктов оснащена сервисом проверки контрагентов, что позволяет предотвратить множество проблем и рисков в работе хозяйствующего субъекта.

Достаточно эффективной функцией использования возможностей цифровых технологий в сфере бухгалтерского учета является возможность автоматизации взаимоотношений с банковскими учреждениями.

В целом под процессом цифровизации бухгалтерского учета необходимо понимать процедуры создания новые и усовершенствования уже имеющихся автоматизированных программ, которые помогают добиваться системности и единства процесса ведения бухгалтерского учета. Ключевые цифровые технологии, используемые в бухгалтерском учете и их характеристики отразим на рисунке.



**Рисунок – Цифровые технологии в бухгалтерском учете**

Значительным аспектом цифровизации становятся изменения, которые касаются не только практической стороны бухгалтерского учета, но и основ его методологии. Современные цифровые технологии, такие как блокчейн, предлагают переосмысление традиционных методов учета, открывая новые горизонты для его теоретической и практической базы. Больше того, они способствуют повышению надежности, точности, доступности для проверки и контроля учетных данных, создавая в итоге условия, при которых их подделка или искажение становится крайне проблематичным.

Блокчейн, зачастую воспринимаемый как инновационная альтернатива учетной регистрации, упоминается в некоторых трудах как основа для т.н. «тройной учетной записи», повышая прозрачность и безопасность информации, что стало особенно актуальным в условиях перехода к новым экономическим рельефам. Эти нововведения олицетворяют возможности для расширения кругозора и адаптации к более глубинным, всесторонним аналитическим процессам в рамках учета, сохраняя при этом его методологическое ядро, но одновременно трансформируют и дополняют арсенал традиционных и новых учетных методик. Такие новации в теории и практике бухгалтерского учета, в том числе развитие управленческого учета, несут в себе фундаментальное преобразование. Управленческий учет, изначально опиравшийся на классические учетные методики, сей-

час все больше заимствует и интегрирует техники и подходы из смежных управленческих и аналитических областей, таких как планирование, аналитика, прогнозирование, моделирование.

Одной из наиболее современных цифровых технологий, используемых в сфере бухгалтерского учета в настоящее время является искусственный интеллект (ИИ). Возможности искусственного интеллекта, позволяют существенно оптимизировать весь процесс учета, повышая верность учетных данных, что сказывается положительным образом на принимаемых управленческих решениях.

Способы использования искусственного интеллекта в бухгалтерском учете представим в таблице.

Таблица – Способы использования искусственного интеллекта в бухгалтерском учете

Способ	Характеристика
Автоматический ввод данных	Инструменты на базе искусственного интеллекта могут автоматизировать задачи по вводу данных, уменьшая необходимость ручного ввода и сводя к минимуму риск ошибок. Технология же оптического распознавания символов (OCR) позволяет подсистемам искусственного интеллекта извлекать соответствующую информацию из документов, таких как счета-фактуры и квитанции.
Аудит и обнаружение мошенничества	ИИ может быстро анализировать большие наборы данных, что делает его эффективным для выявления нарушений и потенциальных случаев мошенничества. Алгоритмы машинного обучения могут учиться на исторических данных, чтобы выявлять закономерности, указывающие на мошеннические действия.
Финансовое прогнозирование	ИИ способен анализировать различного рода финансовые данные и рыночные тенденции, чтобы генерировать более точные финансовые прогнозы. Прогнозная аналитика же помогает компаниям принимать более обоснованные решения на основе будущих финансовых прогнозов.
Чат-боты и служба поддержки клиентов	Чат-боты на базе искусственного интеллекта способны анализировать и обрабатывать рутинные запросы людей, связанные с бухгалтерским учетом, обеспечивая быстрые ответы и высвобождая человеческие ресурсы для более сложных задач. Данные чат-боты также могут помочь в общении и поддержке клиентов.
Автоматизация повторяющихся задач	ИИ автоматизирует повторяющиеся и задачи, требующие большого труда, позволяя специалистам в области бухгалтерского учета сосредоточиться на другой работе, требующей применение человеческого интеллекта.
Обработка естественного языка	Данного рода обработка позволяет машинам понимать и интерпретировать человеческий язык, что делает его полезным для извлечения информации из неструктурированных данных, таких как электронные письма, контракты и финансовые отчеты.
Технология блокчейн	Интеграция блокчейна в бухгалтерский учет и наоборот, хотя и не является строго ИИ, может принести пользу от приложений ИИ. Смарт-контракты и автоматизированные процессы можно улучшить с помощью возможностей искусственного интеллекта.
Расширенная аналитика	ИИ обеспечивает расширенный анализ и обработку данных, помогая бухгалтерам получить более глубокое понимание финансовых данных, тенденций и эффективности бизнеса.
Соответствие нормативным требованиям	ИИ может помочь обеспечить соблюдение постоянно меняющихся финансовых правил, отслеживая изменения и автоматически корректируя процессы соответствующим образом.
Автоматизированный финансовый анализ	Алгоритмы искусственного интеллекта анализируют большие наборы данных, чтобы обеспечить подробный финансовый анализ. Это помогает предприятиям получить представление о производительности.

Примечание – Таблица составлена автором

В настоящее время, когда мир развивается в условиях цифровизации, которая затрагивает все экономические процессы, происходящие в обществе, в том числе и систему бухгалтерского учета. Использование цифровых технологий в сфере бухгалтерского учета обладает рядом преимуществ, среди которых можно выделить такие как: сокращение финансовых затрат на содержание системы бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта, повышение результатов реализации финансово-экономической деятельности предприятия, оперативность совершения бухгалтерских операций,

оперативность аналитических процедур, возможность удаленной работы в сфере сотрудников бухгалтерии.

#### Список использованных источников

1. Бухгалтерский учет в цифровой среде : учебное пособие / А. А. Алехина, А. Ю. Быстрицкая, М. Е. Гребнева, О. А. Овчинникова. – Курск : ЗАО «Университетская книга», 2024. – 169 с. – ISBN 978-5-907857-10-0.
2. Коваленко, Е. В. Современные принципы автоматизации учета и аудита / Е. В. Коваленко, О. А. Овчинникова // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей четырнадцатой международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики, Пинск, 27 октября 2023 года. – Пинск: Полесский государственный университет, 2023. – С. 198-202.
3. Современные особенности, проблемы и перспективы развития экономики, управления и учета / А. Ю. Быстрицкая, Е. Л. Золотарева, М. Е. Гребнева [и др.]. – Курск : Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2022. – 221 с. – ISBN 978-5-907586-23-9.

УДК 338

### ОПИСАТЕЛЬНЫЙ И РАЗВЕДОЧНЫЙ АНАЛИЗ НА ЯЗЫКЕ PYTHON ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ БИЗНЕС-ДАННЫХ

Казakov Илья Александрович, студент бакалавриата,

Рындина Светлана Валентиновна, к.ф.-м.н., доцент

Пензенский государственный университет

Kazakov Ilya Alexandrovich, bachelor's degree student, kazakoff64ru@yandex.ru

Ryndina Svetlana Valentinovna, PhD in Physics and Mathematics, svetlanaR2004@yandex.ru

Penza State University

**Аннотация.** Бизнес-аналитика в компании строится на исследовании бизнес-данных: данных о поставщиках, потребителях, данных об уровне обслуживания, о сделанных заказах и проданных услугах/продуктах. Аналитика может быть реализована с использованием аналитических платформ и облачных сервисов, не требующих программирования, а может опираться на работу с кодом при выполнении различных видов анализа. В статье рассматривается бизнес-аналитика с использованием языка Python и готовых библиотек на этом языке.

**Ключевые слова:** анализ, данные, Python, визуализация, графики, диаграммы.

Описательный и разведочный анализ данных являются важными инструментами для понимания бизнес-процессов и принятия обоснованных решений. В современном мире огромное количество данных генерируется каждую секунду, и умение анализировать эти данные становится все более ценным навыком. Описательный анализ помогает понять основные характеристики данных, такие, например, как среднее значение, стандартное отклонение и распределение. Разведочный анализ позволяет находить скрытые закономерности и тенденции в данных, что может быть полезно для выявления новых возможностей или проблемных областей в бизнесе. Изучение и интерпретация информации, содержащейся в бизнес-данных, превращает их в ценный актив компании: извлекаются знания полезные в принятии решений, планировании или формировании новых продуктов/услуг.

Для проведения описательного и разведочного анализа бизнес-данных чаще используют специализированные решения, например, BI-системы, которые широко представлены на рынке программного обеспечения отечественными разработками, в том числе и облачными решениями (Yandex DataLens). Эти решения являются low-code (низкокодowymi, не требующими навыков программирования) и имеют дружелюбный интерфейс. При использовании компаниями этих систем необходимо предусмотреть финансирование не только процессов аналитики, но и покупку и продление лицензий на программное обеспечение (ПО) или оплату использования облачных сервисов, что является подчас очень существенным центром затрат. Дополнительно такой выбор отягощается рисками отказа в обслуживании и прекращении поддержки, если разработчик принимает такое решение по каким-либо причинам.

Также для целей бизнес-аналитики часто используются и языки программирования. Языки программирования Python и R как решения для анализа данных востребованы и в научной сфере и в

коммерческой. Но первенство у языка Python, так как это мощный и гибкий инструмент, при этом достаточно простой в изучении и использовании. Широкий спектр возможностей для работы с данными в Python реализован посредством библиотек, объединяющих вспомогательные функции, классы и т.п. для выполнения различных задач анализа данных. Базовые библиотеки для проведения аналитики с использованием Python: Pandas, NumPy, Matplotlib и Seaborn. Их инструменты позволяют проводить описательный и разведочный анализ для изучения бизнес-данных с целью извлечения из них практической пользы.

Библиотека NumPy [1] позволяет обрабатывать данные, представленные массивами и матрицами, и производить над ними различные математические операции, в ней также реализованы многие функции для статистического анализа.

Библиотека Pandas [2] основана на библиотеке NumPy и позволяет работать с одномерными данными типа Series и двумерными данными типа DataFrame. Последний вариант самый востребованный в анализе бизнес-данных, так как большинство данных из первичных источников: веб-приложений, информационных систем, облачных сервисов и т.п., которые использует бизнес, могут быть извлечены/экспортированы в формате csv, а с помощью метода read\_csv() библиотеки Pandas содержимое таких файлов считывается в переменную в виде таблицы данных. Таблица данных – это двумерные данные типа DataFrame, каждый столбец таблицы обладает собственным типом данных, независимым от типов данных других столбцов набора. Формат csv – это экономичный формат хранения данных в виде плоских таблиц, в которых данные каждой строки относятся к некоторому наблюдению, а значения разных показателей в одном наблюдении отделяются друг от друга некоторым символом, чаще всего запятой (сокращение csv – Comma-Separated Values, т.е. значения, разделённые запятыми).

Библиотеки Matplotlib [3] и Seaborn [4] содержат реализацию методов визуализации данных. При этом, как библиотека Pandas основана на библиотеке NumPy и расширяет ее возможности по обработке табличных данных, наиболее частого варианта представления бизнес-данных, так и библиотека Seaborn основана на библиотеке Matplotlib и также расширяет возможности визуального представления именно табличных данных.

Работа с данными начинается с выявления в них потенциальных проблем: наличия пропусков, дубликатов, неверного определения типов, наличия выбросов, дисбаланса в представительности отдельных категорий данных. Количественные признаки имеют тип данных: int (целые) и float (действительные/вещественные числа с плавающей запятой). Категориальные признаки обычно представлены текстовыми метками и имеют тип object (текстовые, строковые или символьные данные). Особым типом является тип данных, определяющий дату и время – datetime, который может быть представлен и числом и меткой категории. Чаще всего проблема с распознаванием типа данных возникает при отнесении количественных данных и данных даты и времени к более общему типу object.

Для более глубокого понимания данных из исходного набора прибегают к преобразованию данных с помощью группировки, фильтрации, сортировки и агрегирования. Также можно осуществлять объединение и разделение таблиц, исключать/заполнять пропуски в данных, проводить преобразование типов данных. Преобразование типов данных не всегда связано с преодолением ошибочного распознавания типа для конкретного показателя. Например, из количественных данных можно с потерей части информации получить категориальные признаки, сопоставив интервалы изменения количественного признака с некоторой текстовой меткой: конкретные значения процентных ставок можно заменить на метки (высокая/средняя/низкая) в зависимости от принадлежности заменяемого значения соответствующему интервалу изменения процентных ставок.

Категориальные данные используются для построения срезов и выборок по значениям категорий. Но для категориальных данных важна примерно одинаковая представительность отдельных категорий. Например, в данных о заказах для категориального показателя способ оплаты значение категории «оплата при получении» может быть представлено в несколько раз меньшим числом наблюдений, чем значение «предоплата». Иногда это проблема сбора данных, в некоторых случаях такой дисбаланс возникает в силу естественных причин и реально отвечает контексту бизнеса.

Если же уникальных значений в категории слишком много, и их число сопоставимо с количеством наблюдений, то такие данные нужны только в процессе слияния данных и/или их обогаще-

ния, когда этот показатель используется как поле для объединения данных двух наборов и более. Для группировки и агрегирования такие показатели бесполезны.

Для категориальных данных также существует проблема с ошибочно внесенными значениями. Так как категориальные данные обычно имеют достаточно компактный домен уникальных значений, то корректным является выбор значения из списка при внесении таких данных в систему. Или проверка шаблона, если такие данные должны удовлетворять некоторым синтаксическим правилам. Для количественных данных также можно предусмотреть проверку граничных значений из допустимого интервала, это не исключит все ошибки, но позволит предотвратить наиболее существенные.

Описательный анализ позволяет сделать выводы о качестве данных на основе описательных статистик. Для количественных показателей – это среднее значение, мода, медиана, дисперсия и т.п., для категориальных показателей – число уникальных значений, наиболее представленная в данных категория. Можно провести и более подробный анализ: оценить распределение, выбросы и т.п.

Выбросы – это нехарактерные по значению данные для количественного показателя. Чаще всего их причина – ошибки регистрации, сбои в работе систем, но в некоторых случаях их появление вполне естественный процесс. Так клиент с огромным числом заказов может быть искусственно созданным сотрудниками компании для получения максимальной скидки. Если такое поведение сотрудников не нарушает правила компании, то необходимо исключить подобные наблюдения из рассмотрения. Если компания считает, что это злоупотребление служебным положением, то до сотрудников доводится информация о недопустимости подобных практик и настраиваются специальные методы проверки в системе оформления заказов. Внимание к деталям позволяет попутно выявить проблемы в сборе данных, а возможно и в реализации бизнес-процессов компании, и настроить функционирование сервисов и регистрацию данных корректным образом.

Разведочный анализ позволяет описание данных визуализировать, например, в виде столбчатых диаграмм для категориальных признаков или гистограмм для числовых показателей. Для визуализации данных в Python часто используются библиотеки Matplotlib и Seaborn. Они предоставляют широкий спектр возможностей для создания различных графиков и диаграмм, таких как гистограммы, графики распределения, «ящики с усами» и многих других. Визуализация данных помогает визуально представить структуру данных, выявить закономерности и обнаружить потенциальные аномалии.

Параллельное рассмотрение таблиц с описательными статистиками данных и визуализаций, графически описывающих отдельные показатели и/или их взаимосвязи с использованием дополнительных возможностей: цвет, размер, вид маркера для отображения точки наблюдения, помогают обнаружить неочевидные закономерности в распределении данных, выявить тренды, выбросы и сформировать предположения о причинно-следственных связях между переменными.

Так метод `describe()`, примененный к показателю `charges` (расходы), выдает информацию о числе наблюдений, среднем значении, стандартном отклонении, минимальном значении, квартилях и максимальном значении (рис. 1), а функция построения графика `boxplot()` (такой график называется «ящик с усами») из библиотеки Matplotlib визуализирует большинство рассчитанных характеристик этого показателя (рис. 2).

```
count      1338.000000
mean       13270.422265
std        12110.011237
min         1121.873900
25%        4740.287150
50%        9382.033000
75%       16639.912515
max        63770.428010
Name: charges, dtype: float64
```

Рисунок 1. – Пример описательного анализа для показателя расходы

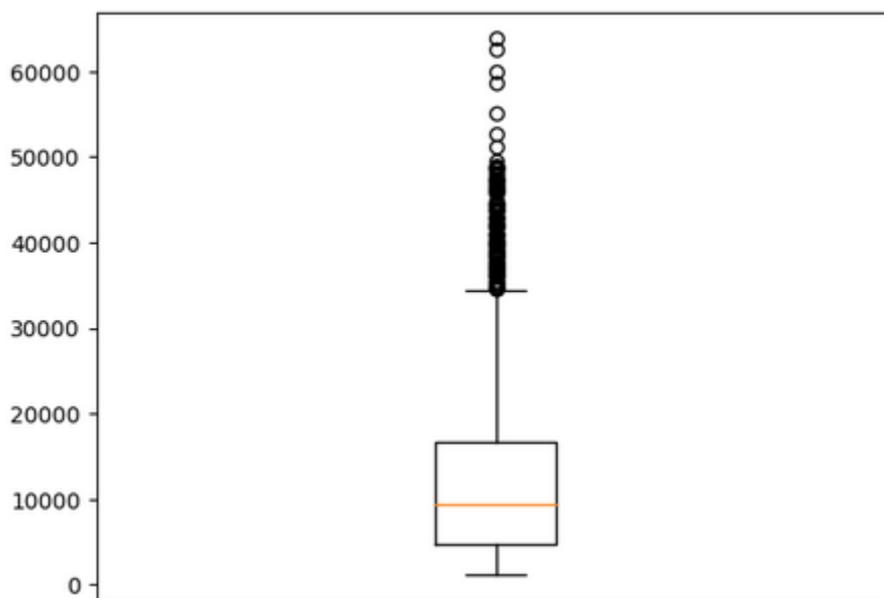


Рисунок 2. – Пример разведочного анализа для показателя расходы

Для компаний использование языка Python в аналитике бизнес-данных сопряжено как с преимуществами (независимость от проприетарных решений, экономия на обслуживании лицензионного ПО), так и с проблемами поиска и найма компетентного персонала, способного работать с данными таким образом.

#### Список использованных источников

1. NumPy. Официальный сайт. URL: <https://numpy.org/> (дата обращения 09.04.2024)
2. Pandas. Официальный сайт. URL: <https://pandas.pydata.org/> (дата обращения 09.04.2024)
3. Matplotlib: Visualization with Python. Официальный сайт. URL: <https://matplotlib.org/> (дата обращения 09.04.2024)
4. Seaborn: statistical data visualization. Официальный сайт. URL: <https://seaborn.pydata.org/> (дата обращения 09.04.2024)

УДК 339.7

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**Лак Екатерина Александровна, студент,**  
**Конопацкая Алина Геннадьевна, студент,**  
**Паршутич Ольга Александровна, к.э.н., доцент**  
**Полесский государственный университет**  
 Lakh Ekaterina Alexandrovna, lahkate1994@gmail.com,  
 Konopatskaya Alina Gennadijevna, alina.konopatskayaa@gmail.com,  
 Parshutich Olga Alexandrovna, PhD in Economics, Associate Professor, parshutich.o@polessu.by  
 Polessky State University

**Аннотация.** Статья раскрывает понятия: цифровизация, цифровая трансформация мировой экономики, бизнес-процессы. Выделяет основные преимущества перехода к цифровым технологиям. Представляет основные функции цифровой трансформации. На основе анализа научных исследований, позволяет сформулировать выводы о перспективах развития цифровизации мировой экономики.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, трансформация глобальной экономики, интернет-технологии, онлайн-платформы, цифровизация экономики.

Трансформация глобальной экономики – это системные изменения в развитии мировых рынков и национальных экономик, а также во всех сферах человеческой деятельности, ведущие к ускорению экономического роста и ускоренному внедрению новых технологий и методов управления.

Мировая экономика на современном этапе характеризуется стремительным ростом цифровой экономики. В течение последнего десятилетия ряд важных международных организаций отмечали, что цифровая трансформация способствует глобальному, инновационному и устойчивому росту, снижению неравенства и достижению устойчивого развития к 2030 году. Однако пандемия коронавируса в 2020 году вызвала социально-экономические, гуманитарные, технологические и образовательные изменения, заставив ускорить цифровизацию всех процессов в глобальной среде.

Цифровые технологии сегодня являются одним из основных факторов роста и технологического развития мировой экономики. Внедрение цифровых технологий способствует повышению конкурентоспособности различных секторов мировой экономики, создает новые возможности для подключения предприятий к цифровой глобальной цепочке создания стоимости, приводит к появлению новых рынков и ускоряет вывод на мировой рынок новых цифровых товаров.

До 2022 года уровень экспорта телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг ежегодно увеличивался на 2% по отношению к общему объему экспорта товаров. Однако в период с 2022 по 2024 год ожидается дальнейшее увеличение доли экспорта информационных технологий, особенно с учетом реализации государственной политики, направленной на развитие цифровой экономики, и тактики промышленных групп и компаний реального сектора экономики.

Поскольку процесс цифровизации не происходит в одночасье в разных странах мира, существуют определенные разрывы в степени цифровизации национальных экономик, что создает цифровое неравенство и, как следствие, увеличивает зависимость развивающихся стран от развитых. Политика, правовые нормы, традиции и культура, достигнутый уровень экономического развития, уровень образования, технологическая база страны и многие другие факторы играют важную роль в процессе цифровой трансформации экономики страны.

Стратегии цифрового развития определяются спектром социальных, экономических, политических и технологических факторов того или иного государства, соответственно, цифровое неравенство определяет успешность достижения устойчивого развития отдельной страны и всего сообщества в целом [1].

Цифровизация оказывает непосредственное влияние на такие субъекты глобальной экономики, как государства, общества и предприятия, причем последние являются основными участниками цифровой трансформации мировой экономики. Согласно данным доклада о мировой конкурентоспособности 2023, положительный эффект от цифровизации не является ни автоматическим, ни гарантированным, но во многих случаях цифровые технологии могут принести значительные выгоды.

Цифровизация позволяет оптимизировать качество предоставляемых государственных услуг, повысить скорость, увеличить уровень прозрачности процессов. Также процессы цифровизации представлены как один из способов борьбы с коррупционными схемами, есть немало эмпирических исследований о положительном воздействии цифровой экономики на индекс восприятия коррупции, например, в работе М. Мерхи [2].

Таким образом, внедрение цифровых платформ в государственный сектор позволяет уменьшить уровень бюрократии, что, в свою очередь, поможет снизить уровень коррупции в стране.

Немаловажной особенностью процесса цифровизации экономики является увеличение доли онлайн-сделок. Согласно исследованию группы специалистов из MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting, цифровая трансформация используется в целях улучшения производительности и повышения конкурентоспособности компании [3, с. 5]. Например, использование онлайн-платформ для продаж значительно упрощает вывод продукции на рынок, расширение бизнеса и выход на новые рынки.

По данным мирового опроса предпринимателей выявлено, что в период с 2011 по 2022 г. процент фирм в Китае, у которых есть веб-сайт, вырос на 3 %, с 55,3 до 58,5 %. Данный показатель считается достаточно высоким, так как среднее значение наличия 11 онлайн-платформ по всем странам мира составляет 44,4 %. Действительно, трудно представить себе современную деловую активность без использования онлайн-платформ для коммуникации между участниками торговли [4].

Таким образом, платформенная бизнес-модель обеспечивает прямое взаимодействие между покупателем и продавцом, бизнесом и государством, скорость взаимоотношений высока, нет территориальных ограничений, уровень издержек достаточно низок.

Немаловажным фактором успешного внедрения цифровых процессов в экономику страны является наличие интеллектуальных ресурсов. Интеллектуальные ресурсы в условиях инновационного развития экономического пространства не только дополняют структуру факторов инновационного экономического роста, но и являются ведущим фактором. По статистическим данным Евростата, в период с 2010 по 2021 г. количество IT-специалистов возросло на 32,73 %. Согласно данным CSIA (China Software Industry Association), на 2017 г. в Китае насчитывается 5,79 млн разработчиков. Рост количества специалистов данной сферы составляет 4,5 % в годовом исчислении. При этом ищут не просто программистов, а так называемых Т-шейперов, бизнес-аналитиков и дата-сайентистов с широкими метапредметными знаниями и несколькими узкими специализациями. Данный прирост не случаен, ведь с каждым годом уровень конкуренции увеличивается и потребность в квалифицированных специалистах в области информационных технологий пропорционально возрастает [4].

Цифровая грамотность позволяет людям идти в ногу с темпами изменений в глобальной экономике. Цифровой грамотности в новой реальности способствует использование информационно-коммуникационных технологий для автоматизации процессов, позволяющих создавать принципиально новые возможности в деловой среде, государственном управлении и социальной жизни.

Стоит отметить, что внедрение цифровой экономики выступает драйвером развития сферы услуг. Одной из характерных особенностей цифровой экономики является развитие сектора дополнительных услуг, изначально функционирующих как отдельный продукт или функция для улучшения стандартного продукта или услуги.

Таким образом, внедрение цифровых технологий в жизнь человека позволит сделать ее более комфортной: обеспечить хорошие условия для жизни в городе, улучшить качество предоставляемых медицинских услуг, повысить производительность бизнеса с минимальным негативным эффектом на окружающую среду. В целом развитие цифровых платформ, умных пространств, умных домов позволит значительно упростить и улучшить качество жизни человека, логистическую инфраструктуру и обеспечить устойчивое развитие страны в длительной перспективе.

#### **Список использованных источников**

1. Сапир Е. В. Глобальные стратегии ТНК и формирование международного производства : учеб. пособие. Ярославль : ЯрГУ, 2020. 132 с.
2. Лукьянов С. А., Драпкин И. М. Глобальные цепочки создания стоимости: эффекты для интегрирующейся экономики // Мировая экономика и международные отношения. 2019. № 4 (61). 14—23 с.
3. World Trade Organization: Annual Report. Geneva : World Trade Organization, 1998. 172 p. URL: [http://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/anrep\\_e/anre98\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anre98_e.pdf) (date of access: 16.04.2024).
4. Statista : The Statistics Portal : [site]. URL: <https://www.statista.com/> (date of access: 15.04.2024).

УДК 657.01

#### **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И АУДИТА МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ**

**Мальцева Мария Андреевна, магистрант,**

**Гребнева Марина Евгеньевна, доцент**

**Курский государственный университет**

Maltseva Maria Andreevna, student, Mashakursk2013@yandex.ru,

Grebneva Marina, Associate Professor mgrebneva@mail.ru

Kursk State University

**Аннотация.** В статье рассмотрены проблемы учета и аудита материально-производственных запасов, включая определение единицы учета, классификацию видов и задачи учета. Обобщены этапы проведения аудита материально-производственных запасов на основе информационной базы, необходимой для их проверки.

**Ключевые слова:** материально-производственные запасы, учет, анализ, аудит, современные проблемы

Главное место в деятельности любой организации занимают материально-производственные запасы (далее – МПЗ). Без них невозможен ни один процесс производства. МПЗ являются основой в создании готового товара. К запасам относят материалы, сырье, комплектующие и подобные ценности, используемые в производстве [1]. Запасами являются активы, потребляемые или используемые организацией в течение 12 месяцев или в рамках обычного операционного цикла. МПЗ классифицируются по различным признакам, что необходимо для ведения корректного учета. МПЗ принимаются к учету по фактической себестоимости.

Если подходить к учету, анализу и аудиту МПЗ комплексно, то это позволит оперативно собрать данные за необходимый период, существенно увеличив эффективность управления деятельностью организации.

Материально-производственные запасы учитываются согласно ФСБУ 5/2019 «Запасы». Данным стандартом руководствуются все коммерческие организации, не считая **микропредприятия, ведущие учет по упрощенной системе** и сдающие отчетность по специальным формам. Также нужно помнить, что некоторые микропредприятия не имеют права на упрощенное ведение учета. Это касается организаций, попадающих под обязательный аудит (например, акционерные общества). Тогда МПЗ будут учитываться в общем порядке.

К МПЗ для управленческих нужд не обязательно применять новый стандарт. Можно сразу списать их на расходы. К примеру, канцтовары, которые учитываются на счёте 10, сразу отнести на счет 26. Для принятия таких решений организации нужно обязательно прописать это в учетной политике [2].

Проблемами учета МПЗ считают:

- 1) признание (непризнание) МПЗ в бухгалтерском учете;
- 2) неудачное требование о месте использования МПЗ;
- 3) фактическая себестоимость материалов, которые получены по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, определяется в два этапа.

Если не была сформирована фактическая себестоимость полученных материалов как стоимость активов, которые были или будут переданы предприятием, исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах компания определяет стоимость аналогичных активов, тогда стоимость таких МПЗ определяется исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах приобретаются аналогичные МПЗ;

- 4) изменение формы оплаты с денежной на натуральную в процессе погашения кредиторской задолженности;

- 5) проблемы учета МПЗ могут быть отождествлены с проблемами учета приобретения импортных товаров.

Одна из ключевых проблем учета МПЗ состоит в том, что необходимо стандартизировать бухгалтерский учет и подвести его под нормы международных стандартов финансовой отчетности. Формирование мнения об истинности показателей отчетности по статье запасов и о соответствии применяемой на предприятии методики учета и налогообложения операций с МПЗ действующим в Российской Федерации нормативным документам можно считать главной целью аудита МПЗ. Для достижения данной цели необходимо проводить проверки на существенность, системы учета и структур контроля, а также оценивать риски аудита, зависящие от характера МПЗ и их важности для бухгалтерских отчетов.

Проблемы учета МПЗ связаны с проблемами их аудита. Аудит МПЗ является сложным участком учетной работы, так как проверке подлежит довольно много разной информации. Данные по учету МПЗ составляют более 30 % от всех данных по управлению производством [3]. Номенклатура материальных ценностей в крупных организациях состоит из десятков тысяч наименований. Поэтому использование, сохранность и движение материальных ценностей связано с большими сложностями.

Если вести учет МПЗ некорректно, то возможно уменьшить налогооблагаемую базу. Поэтому аудиторская проверка МПЗ очень важна. С её помощью аудитор делает вывод о том, насколько

истинно документы отражают финансовое положение организации, корректно ли ведется бухгалтерский учет и соответствует ли он действующему законодательству.

Информационная база для аудита МПЗ включает в себя различные документы (рисунок).



Рисунок – Информационная база для аудита МПЗ

Перед тем, как приступить к проверке, аудитору необходимо получить сведения о методах учета и выбранных способах по данному участку проверки. Часто руководители предприятий недооценивают важность информации, указанной в учетной политике, несмотря на то, что учетный принцип предопределяет финансовый результат предприятия. Поэтому при проверке обнаруживаются различные нарушения.

Самыми частыми нарушениями являются непоследовательность или несоблюдение применения выбранных способов учета, указанных в учетной политике. Первичные документы, оформляемые при операциях с МПЗ, зависят от групп и видов материальных ценностей, которыми владеет компания. Данные документы должны содержать корректные реквизиты, иначе это также будет являться ошибкой (пример таких документов: доверенности на получение материальных ценностей, акты о приемке и списании материалов и МБП, приходные ордера, товарно-транспортные накладные, карточки складского учета и так далее).

Необходимо также тщательно проверять различные отчеты и договоры, организационно-правовые документы, такие как отчеты аудиторов за прошлые годы, договоры на поставку материалов и так далее.

Во время разговора с сотрудниками организации аудитор также узнаёт информацию об изменениях в структуре управления и в системах внутреннего контроля и учета. Данные сведения также указываются в рабочих документах.

Для проверки операций с МПЗ отслеживают информацию в отчетности предприятия и бухгалтерских регистрах, например, в форме № 1 «Бухгалтерский баланс» указаны показатели о МПЗ, сгруппированные во втором разделе актива баланса; в форме № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу» — разделы третий и девятый; в пояснительной записке, которая прилагается к балансу.

В зависимости от формы и способа ведения учета в организации, от групп и видов МПЗ, различают бухгалтерские регистры МПЗ. Аудитору необходимо проверить регистры аналитического и синтетического учета по счетам 10, 12, 13, 15, 16, 40, 41, книги, карточки складского учета, сальдовые ведомости, материалы инвентаризаций. С помощью данной проверки можно снизить риск наличия критичных ошибок в отчетности.

Аудитору необходимо перед проверкой выбрать подходящую аудиторскую процедуру с учетом ранее выявленных наиболее часто встречающихся нарушений.

#### Список использованных источников

1. Современные особенности, проблемы и перспективы развития экономики, управления и учета / А. Ю. Быстрицкая, Е. Л. Золотарева, М. Е. Гребнева [и др.]. - Курск: ЗАО «Университетская книга», 2022. - 221 с.
2. Овчинникова О.А. Методика формирования учетно-аналитической информации о приобретении и использовании материально-производственных запасов // Актуальные вопросы устойчивого развития совре-

менного общества и экономики. Сборник научных статей 2-й Всероссийской научно-практической конференции. В 3-х томах. - Курск, 2023. - С. 178-181.

3. Актуальные проблемы и векторы развития экономики и учета / А.Ю. Быстрицкая [и др.] – Курск, 2021.

УДК 657.9

## РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Недашковская Нина Сергеевна, к.э.н., доцент

Барановичский государственный университет

Nedashkovskaya Nina Sergeevna, PhD in Economics, Associate Professor, nns\_53@mail.ru  
Baranovichi State University

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные направления модернизации бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики выделены основные задачи для цифровизации бухгалтерского учета.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, бухгалтерский учет, методология, объекты учета, информационные технологии, бухгалтерская профессия,

В современном мире значимость информации постоянно возрастает. Управление любой социально-экономической структурой невозможно без информационного обеспечения достоверной, оперативной, качественной информации. В бухгалтерском учете формируется информация, затрагивающая интересы как самой организации, так и ее сторонних контрагентов, которыми могут быть физические лица, юридические лица, государственные органы.

Появившись одновременно с письменностью, бухгалтерский учет стал сегодня одним из важнейших условий, предопределяющих эффективность управления организацией, достижения успеха в бизнесе.

Переход от индустриального общества к информационному, интенсивное развитие цифровых технологий создают предпосылки для появления информационной среды неэкономике, то есть экономической инфраструктуры, характеризующейся преобладанием неосязаемых активов, технологий, услуг и, соответственно, снижением роли осязаемых активов.

Безусловно, эти изменения коснутся всей системы информационного обеспечения социально-экономических процессов, в которой значительную роль играет бухгалтерский учет с его методами подготовки, обработки и представления отчетной информации. С развитием цифровых технологий требуется и актуализация роли бухгалтерского учета в системе информационного обеспечения управления социально-экономическими процессами, изменения его методологических, содержательных и концептуальных основ.

В этих условиях требуется построение концептуальной модели бухгалтерского учета, которая включала бы совокупность теоретических положений, определяющих структуру и принципы функционирования всей системы бухгалтерского учета в условиях цифровизации экономики. В первую очередь необходимо осуществить позиционирование учета в информационной среде глобальной системы, оценить имеющиеся возможности для решения задач нового уровня. При этом проанализировать влияние цифровой экономики на объекты, методологию и организацию учета, а также определить возможности и направления бухгалтерского учета в условиях цифровизации социально-экономических процессов, виртуализации экономических отношений, объектов стоимости и развития криптоэкономики. Необходимо также разработать основополагающие нормативные правовые акты, которые определили бы методологические и методические основы учета в условиях цифровой экономики

Вопросы дальнейшего развития бухгалтерского учета, его соответствие новым требованиям активно обсуждаются учеными и специалистами, большинство из которых считают необходимым осуществление преобразований, предполагающих изменения и в качественных характеристиках, и в содержании, и в форме представления информации, в развитии принципов и методов [1].

Основными причинами снижения функциональности бухгалтерского учета являются его консервативность, замкнутость в профессиональной среде, специфичность методов, формата продукта, ретроспективность информации и др. И в условиях цифровой экономики учет подвергается

определенным рискам, именно, утрачивается его роль как основного поставщика экономической информации, вымывание профессии, приобретения статуса «Регистратора» с узким потенциалом.

Такое положение связано с некоторым снижением интереса к информации традиционного бухгалтерского учета, недостаточная удовлетворенность им пользователей. Негативной тенденцией является и имеющиеся сомнения в востребованности профессии бухгалтера в будущем, все большее внимание уделяется профессии специалистов по IT со знаниями финансовых дисциплин.

Формирование новой концептуальной модели бухгалтерского учета предполагает комплексный подход, включающий различные взаимосвязанные элементы, к которым можно отнести следующие:

- изучение позиционирования в информационной среде;
- определение объектов в условиях цифровизации и социальной ориентации бизнеса;
- модернизация методологии и методик под влиянием новых информационных технологий;
- содержание, характеристики и формат отчетности, технологии ее получения;
- разработка основополагающих нормативных правовых документов;
- инфраструктурные условия, а именно, кадры, образовательные и информационные платформы [2].

Содержание бухгалтерской информации должно быть изменено таким образом, чтобы создавало бы полноценную информационную среду для управления социально-экономическими процессами, чтобы пользователи имели реальный интерес к ней.

Бухгалтерская информация в условиях цифровой экономики должна отражать не только события отчетных периодов, но и быть частично перспективной, отражать как внутренние процессы, так и состояние внешней среды.

Многие ученые считают, что содержания бухгалтерской информации должно быть расширено за счет нефинансовых параметров деятельности организации, которые, охватывают ее экологическую безопасность, социальную ответственность, а также организационный, инновационный, человеческий, капитал, стратегию и качество управления.

При соблюдении требований к формированию, объективности и универсальности отчетной информации она в некоторой степени опирается на клиентоориентированный подход, обеспечивает актуальность отчетных данных, простоту их восприятия и интерпретации.

В то же время многие ученые придерживаются мнения, что нефинансовая информация не может быть отражена в учете, так как не имеет стоимостной оценки. А возможность охвата бухгалтерским учетом информации о внешней среде также подвергается сомнениям, так как не фиксируется средствами первичного учета и не может вестись сплошным методом. Доводом является и то, что нефинансовая информация и информация о внешней среде не может отражаться в системе счетов и двойной записи.

И такие доводы обоснованы. Видимо получение нефинансовой информации, информации о внешней среде и другой, интересующей потребителей, требует изменение методологии и методик бухгалтерского учета. При этом необходимо сохранить методологическое ядро, но развивать, расширять круг используемых методов и тем самым обеспечивая их адекватность существующим и новым задачам.

Новые цифровые технологии, например блокчейн, можно трактовать как прорыв в методах системы учетной регистрации. Вместо формирования и отдельного хранения транзакционных записей организации могут записывать их в объединенный регистр, создавая при этом взаимосвязанную систему бухгалтерской информации. А так как все записи распределены и криптографически защищены, то их изменение или уничтожение не представляется возможным.

И здесь нельзя говорить об изменении диаграфической записи на униграфическую или другую, речь идет только о способе регистрации, о хранении базы содержания хозяйственных операций, которая впоследствии может развиваться в базу обобщенных данных для составления финансовых и нефинансовых отчетов, в средство коммуникации и обеспечения функционирования информационной экономической среды.

При этом может получить более мобильное в методологическом плане развитие управленческий учет, который не только учитывает произошедшие события, но и заимствует методы смежных областей управленческой деятельности, таких как прогнозирование, планирование, анализ и др.

Например, имея определенную базу данных калькулирование можно осуществлять с использованием различных методик и в управленческом учете это позволяет определить для разных целей разную себестоимость. А оценку можно осуществлять с использованием различных подходов – по первоначальной, остаточной, страховой, рыночной, инвестиционной стоимости и в различных единицах измерения. При этом состав форм отчетности, периодичность составления может определяться экономической целесообразностью.

С развитием цифровых технологий изменяются и объекты учета, расширяются за счет новых форм активов, капитала и обязательств, таких как криптовалюта, смарт-активы и смарт-контракты, сделки с которыми осуществляются с использованием технологии блокчейн, цифровые аналоги реальных ценностей и обязательств (токены), виртуальные монетарные и немонетарные активы, права собственности и др. Для отражения их в учете необходимо не только дополнить существующие методики, а и сформировать новые принципы систематизации данных объектов учета, принципов отражения их в системе экономической информации.

В цифровой экономике необходимо выделить три области бухгалтерской деятельности: теоретическая, практическая, методологическая.

В теории концентрируются абстрактные знания, которые получены в результате открытия новых или более глубокого изучения традиционных экономических законов, принципов, общесоциальных проблем применительно к практическим задачам бухгалтерского учета. Для развития теоретической сферы бухгалтерского учета целесообразно использовать достижения в области цифровизации.

В практической области систематизируются профессиональные навыки: совокупность правил организации учетных процессов на предприятиях в самом широком понимании — от оформления первичных учетных документов до составления бухгалтерской отчетности. Для практической деятельности в области бухгалтерского учета развитие цифровой экономики представляет собой совершенствование автоматизированных учетных технологий обработки информации. Процессы автоматизации постоянно совершенствуются. При этом возрастают требования к бухгалтерам в области анализа информации, управления информационными потоками, умения осуществлять обмен информацией с контрагентами, с внешними и внутренними пользователями бухгалтерской информации на высоком технологическом уровне. Автоматизация учетных процессов не только избавляет бухгалтеров от рутинной работы, она также обуславливает востребованность компетенций в форме профессионального суждения.

Методология является связующим звеном между теорией и практикой. С помощью методологии накопленные абстрактные теоретические знания преобразуются в конкретные практические навыки, приемы, правила, способы, а вновь возникающие практические потребности становятся целью новых направлений в теоретических исследованиях[3].

Методология свое практическое выражение и законченность обретает в системе республиканских законов, национальных стандартов, положений, инструкций, плана счетов и т. д.

Развитие цифровых технологий обеспечивает и новый инструментарий для организации сбора информации и составления отчетности.

Активно развивается представления отчетных данных в электронном формате, что способствует устранению избыточности и дублирования отчетных данных путем построения единой системы сбора и обработки информации, повышает достоверность и качество отчетных данных путем унификации и автоматизации процессов, открытости финансовой информации для всех участников рынка, унификацию форматов межведомственного и международного электронного обмена данными.

В настоящее время рассматриваются также вопросы интеграции бухгалтерской, статистической и налоговой отчетности субъектов хозяйствования. Перспективным представляется и формирование единого цифрового пространства на базе распределенного доступа к бухгалтерской информации. В условиях интенсификации цифровых информационных технологий возрастет потребность в специфических формах компетенций в области знаний на стыке функционирования информационных технологий, цифровой экономической грамотности и методологии бухгалтерского учета

Таким образом, исследования свидетельствуют о значительных изменениях в компетенциях бухгалтерской профессии, их целесообразно учитывать при подготовке и переподготовке кадров. Системный подход к проблеме снимает ряд неопределенностей относительно перспектив развития

бухгалтерского учета, позволяет определить востребованность в будущем компетенции профильных специалистов в развитии цифровой экономики, способствует повышению престижа бухгалтерской профессии

#### Список использованных источников

1. Одинцова, Т.М. Модернизация бухгалтерского учета как фактор формирования информационной среды экономики знаний // Экономика и управление: теория и практика: сб. науч. Тр., 2016. Т. 2, № 2.
2. Организация учетно-информационного обеспечения бизнеса: монография / С. Н. Поленов. – Москва : Русайнс, 2016. – 201 с.
3. Козлова Т. В., Замбрыцкая Е. С. Цифровизация как основной тренд развития методологии бухгалтерского учета // Управление организацией, бухгалтерский учет и экономический анализ: вопросы, проблемы и перспективы развития. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции / Под общ. ред. Т. В. Козловой. – Магнитогорск. – 2019. – С. 40–52.

УДК 657

### НАПРАВЛЕНИЯ РАСШИРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВНЕШНЕЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Овчинникова Ольга Александровна, к.э.н., доцент

Курский государственный университет

Ovchinnikova Olga Aleksandrovna, PhD in Economics, Associate Professor, Lelika-46@yandex.ru  
Kursk State University

**Аннотация.** Показатели бухгалтерской отчетности важны для комплексной диагностики финансового состояния предприятия и формулирования управленческих решений. В статье речь идет о расширении информационно-аналитического потенциала показателей внешней бухгалтерской отчетности.

**Ключевые слова:** отчетность, бухгалтерская отчетность, внешняя бухгалтерская отчетность, показатели отчетности, анализ финансового состояния, рентабельность

Основной целью управления финансовыми потоками компании является обеспечение бесперебойного и достаточного финансирования производственно-экономической и коммерческой деятельности [3, с. 325]. Для решения данной задачи требуется обладать емкой и компетентной информацией о текущих характеристиках состояния и движения финансовых потоков, которая в полной мере раскрывается только в бухгалтерской отчетности. Анализ текущих показателей управления финансовыми потоками на основе мониторинга данных бухгалтерской отчетности формирует информационный фундамент для выработки путей их оптимизации с целью обеспечения бесперебойного финансирования хозяйственно-экономической деятельности [2, с.153].

Важная роль бухгалтерской отчетности принадлежит и в диагностике инвестиционной привлекательности организации [1, 102]. Существующие условия ведения бизнеса для обеспечения устойчивости функционирования предприятия в агрессивной конкурентной среде требуют реализации мероприятий, направленных на расширение производственных возможностей или повышения коммерческого оборота. У большинства компаний для решения подобного рода задач недостаточно собственных ресурсов, что вызывает необходимость их привлечения в виде инвестиций. Фундаментальной основой любого инвестиционного процесса является оценка инвестиционной привлекательности предприятия со стороны потенциальных инвесторов. Базовым источником информации для диагностики текущего уровня инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта являются данные бухгалтерской отчетности. Основываясь на мониторинге показателей бухгалтерской отчетности стейкхолдеры делают обоснованный вывод о целесообразности инвестиционной деятельности в исследуемом направлении.

Рассмотрим возможные направления расширения информационно-аналитического потенциала показателей внешней бухгалтерской отчетности на примере ООО «Промснаб». ООО «Промснаб» является коммерческой организацией, фокус интересов которой сконцентрирован в строительной отрасли. Компания занимается реализацией локальных проектов в строительной сфере, связанных с ремонтом дорожного полотна, асфальтированием пешеходных дорог, реконструкцией тротуарных ограждений Информационная значимость и объективность тиражируемых в бухгалтерской

отчетности ООО «Промснаб» сведений делают ее незаменимым элементом управленческого механизма, который нацелен на поиск резервов повышения эффективности бизнес-процессов и оптимизации движения финансовых потоков. Построение показателей бухгалтерской отчетности ООО «Промснаб» в контексте рассматриваемой проблематики обладает повышенной важностью в первую очередь для внешних стейкхолдеров, которые получают возможность сформировать относительно объективное мнение о финансовых параметрах деятельности интересующего субъекта и перспективах дальнейшего сотрудничества по тем или иным вопросам. Сводный характер генерируемой информации создает условия для проведения комплексных многофункциональных аналитических процедур при использовании как традиционных, так и авторских моделей. В этой связи актуальным направлением проводимого исследования является разработка обоснованных предложений, обеспечивающих расширение информационно-аналитического потенциала ООО «Промснаб».

Для расширения информационно-аналитического потенциала показателей внешней бухгалтерской отчетности ООО «Промснаб» нами предложена детализация статей корпоративной отчетности. В рамках данного оптимизационного предложения рекомендуется осуществить следующие мероприятия в рамках трансформации бухгалтерской отчетности:

- структурировать выручку в зависимости от ключевых направлений хозяйственно-экономической деятельности по трем элементам: строительно-монтажные работы, транспортные услуги и прочие виды деятельности;

- структурировать общую величину расходов по обычной деятельности по симметричным ключевым направлениям хозяйственно-экономической деятельности в разрезе расходов на выполнение строительно-монтажных работ, транспортных услуг и прочих видов деятельности.

Адаптация данного предложения позволит сформировать следующие положительные эффекты как в корпоративном управленческом контуре для менеджмента, так и для внешних пользователей панельных финансовых данных ООО «Промснаб»:

- исследование динамики входящих финансовых потоков по основным направлениям осуществляемых бизнес-процессов;

- диагностика исполняемых расходных обязательств в разрезе основных направлений хозяйственно-экономической деятельности;

- оценка эффективности ведения предпринимательской деятельности в том или ином сегменте конкурентного рынка.

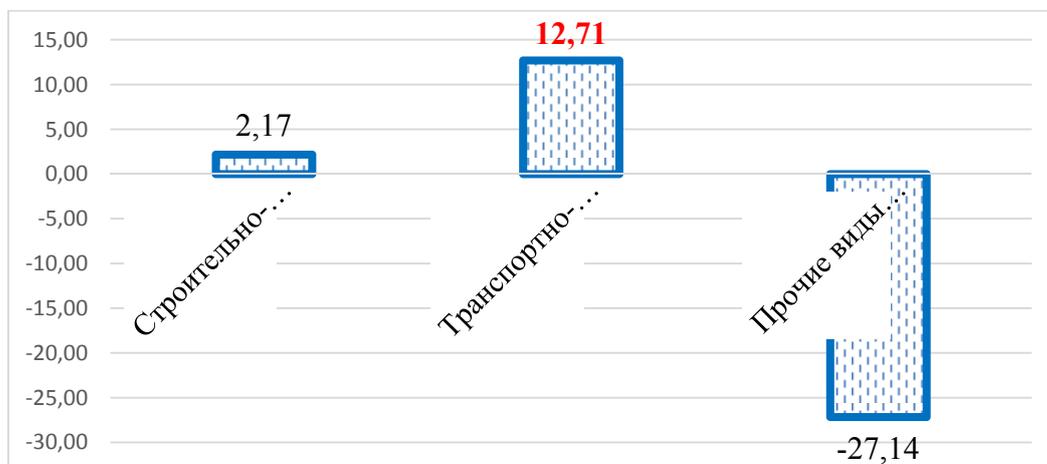
Для менеджмента ООО «Промснаб» полученная информация позволит выработать приоритетные направления дальнейшего развития бизнес-процессов и инвестиционного стратегирования с целью максимизации коммерческой эффективности. Для внешних стейкхолдеров данная информация будет важна с точки зрения оценки перспектив и целесообразности выстраивания партнерских отношений в том или ином сегменте бизнеса. К примеру, если ООО «Промснаб» ведет эффективную деятельность в сегменте выполнения транспортно-логистических услуг, то у партнеров увеличивается уровень доверия при организации будущего сотрудничества. В рамках предложенной инициативы в таблице представим проектный вариант отчета о финансовых результатах ООО «Промснаб» по принципу «было-стало».

Таблица – Проектный вариант отчета о финансовых результатах ООО «Промснаб» по принципу «было-стало»

Наименование показателя	Код строки	на 31 декабря 2022 года (было)	Проектный вариант (стало)
Выручка	2110	81223	81223
в том числе: от строительно-монтажных работ	2111		45097
оказания транспортно-логистических услуг	2112		30975
прочие виды деятельности	2113		5151
Расходы по обычной деятельности	2120	77704	77704
в том числе: по строительно-монтажным работам	2121		44118
при оказании транспортно-логистических услуг	2122		27037
по прочим видам деятельности	2123		6549

Примечание – Таблица составлена автором

На основе представленного проектного варианта необходимо оценить целесообразность и возможность использования его информационно-аналитического потенциала в практической деятельности. Для решения данной задачи выполним расчет показателя рентабельности продаж в разрезе основных направлений хозяйственно-экономической деятельности ООО «Промснаб», а результаты отразим на рисунке.



**Рисунок – Рентабельность продаж по основным направлениям хозяйственно-экономической деятельности ООО «Промснаб»**

Таким образом, адаптация авторского предложения позволит расширить информационно-аналитический потенциал бухгалтерской отчетности ООО «Промснаб». Практическая адаптация проектного варианта в аналитическом пространстве показала, что наиболее эффективным направлением хозяйственно-экономической деятельности ООО «Промснаб» выступает оказание транспортно-логистических услуг, так как оно имеет наибольший показатель рентабельности. В этой связи именно данное направление в краткосрочной перспективе целесообразно развивать менеджменту ООО «Промснаб» в фокусе целей максимизации положительного коммерческого эффекта.

#### Список использованных источников

1. Актуальные проблемы и векторы развития экономики и учета / А. Ю. Быстрицкая, Е. Л. Золотарева, А. А. Алехина [и др.]. – Курск : Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2021. – 256 с. – ISBN 978-5-907441-25-5.
2. Гребнева, М. Е. Расширение информационных возможностей отчетности организации / М. Е. Гребнева // Теоретические и прикладные аспекты информационно-аналитического обеспечения инновационной экономики : Всероссийская научно-практическая конференция : сборник научных статей, Курск, 26 апреля 2023 года. – Курск: Курский государственный университет, 2023. – С. 153-155.
3. Щедрина, И. Н. Аналитическое обеспечение управления финансовой устойчивостью корпораций с учетом влияния внутренних и внешних факторов / И. Н. Щедрина // Экономическое развитие России: состояние, тенденции и перспективы : Научное издание. Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 18–19 апреля 2019 года. – Курск: Курский государственный университет, 2019. – С. 324-329.

УДК 657.1:005

#### **БУХГАЛТЕРСКИЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

**Окомина Екатерина Анатольевна, к.э.н., доцент**

**ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»**

Okomina Ekaterina Anatolievna, PhD in Economics

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Ekaterina.Okomina@novsu.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается важнейшая подсистема бухгалтерского учета – управленческий учет, позволяющий оперативно формировать полную и достоверную информацию в нужном аналитическом разрезе для принятия грамотных управленческих решений.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет; управленческий учет; управление затратами; методы учета затрат и калькулирования; анализ безубыточности; бюджетирование; внутренняя отчетность.

В системе управления предприятием особую роль занимают информационные ресурсы, получаемые на основании данных учетно-аналитических систем, которые формируются в соответствии с различными требованиями в области законодательства, особенностями осуществления организационной, производственной и финансовой деятельности, с учетом организационно-управленческих особенностей. Для выполнения данной задачи предприятиям необходимо в системе бухгалтерского учета вести не только финансовый, но и управленческий учет. Только на основании информации, сформированной в рамках управленческого учета, организация имеет возможность за короткие сроки провести анализ существующих проблем внутри самого хозяйствующего субъекта, а также в целом на рынке, что позволит ей успешно развиваться и функционировать в условиях современной конкуренции. На основании потребительских предпочтений, существующих ресурсов, состояния экономики, опираясь на имеющуюся информацию, ее анализ и оценку, предприятиями разрабатываются стратегические задачи финансово-хозяйственной деятельности [2, с. 242]. Таким образом, грамотная организация бухгалтерского управленческого учета является ключом успешного развития и функционирования хозяйствующих субъектов в условиях современной конкуренции, а сформированная на его базе отчетность способствуют повышению уровня конкурентоспособности предприятия.

Прежде всего при организации бухгалтерского управленческого учета значительное внимание должно быть уделено управлению затратами, в основе которого лежит разделение затрат на их виды в зависимости от целей использования в процессе управления.

Для принятия грамотных управленческих решений нужно уметь классифицировать затраты на переменные и постоянные, принимаемые в расчет и не принимаемые, явные и альтернативные, безвозвратные, инкрементные и маргинальные.

В системе управления затратами предприятия, при расчете объема предложения на рынке наиболее часто используется классификация затрат на переменные и постоянные. Организация должна стремиться к оптимальному объему производства, который не полностью удовлетворяет спрос, чтобы избежать падения рыночной стоимости продукции и минимизировать возможные убытки. Важно сбалансировать производство таким образом, чтобы спрос всегда оставался на приемлемом уровне, обеспечивая постоянную прибыльность и стабильность бизнеса. Ещё более важно то, что объёмы производства не должны приносить убыток производителю, так как каждая произведённая лишняя единица продукта – это безвозвратные затраты, или просто потери. Регулярный мониторинг рыночных условий и адаптация производства к изменяющимся потребностям покупателей позволяют организации успешно конкурировать на рынке и достигать своих целей.

Затем существенное внимание должно быть уделено выбору соответствующего метода учета затрат и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг), который целесообразно использовать на данном предприятии в сложившихся условиях.

В современной практике используют достаточно большое многообразие методов управления затратами, которые находят свое применение в зависимости от целей и задач, поставленных перед персоналом предприятия. Это и «стандарт-костинг», «директ-костинг», «таргет-костинг», «кайзен-костинг», метод LCC, «ABC-костинг», калькулирование в системе управления «Точно в срок» (JIT) и другие.

В настоящее время все чаще прибегают к методике целевого управления затратами – «таргет-костинг».

В основе концепции «таргет-костинга» лежит идея, которая была изложена в традиционной формуле ценообразования, но в обратном порядке.

Разница между традиционным методом и системой целевого управления затратами главным образом заключается в том, что себестоимость выпускаемой продукции рассчитывается предварительно, то есть до процесса производства, но не исходя из предполагаемых затрат, а исходя из цены продажи, определенной по результатам маркетинговых исследований. Для того, чтобы рассчитать таким способом целевую себестоимость рыночную цену снижают на величину планируемой

прибыли на данный товар, и исходя из полученной таким способом целевой себестоимости производственные цеха проектируют и изготавливают изделия в рамках полученного задания [1, с. 189].

Применение метода «таргет-костинг» будет актуальным для разного рода производств от высокотехнологичных и инновационных до низкоприбыльных. Для успешности концепции в действии необходимо обеспечить тесное горизонтальное взаимодействие среди функциональных подразделений предприятия, чтобы гарантировать должный уровень коллективной работы для снижения плановой себестоимости товаров, услуг до установленной целевой себестоимости, рассчитанной исходя из известной цены и нормы прибыли. Немаловажным является условие соблюдения стабильности и регулярности.

Концепция целевого управления затратами будет и остается актуальной для организаций, стратегия развития которых направлена на сокращение затрат. Неоспоримыми плюсами методики «таргет-костинг» в настоящее время в современной финансово-экономической ситуации является то, что при этом методе проводится постоянный анализ рынка, изучаются цены конкурентов, средний уровень цен, дается экспертная оценка сложившейся ситуации, что способствует тем самым организации контрольных мероприятий по каждой статье затрат, ведет к их лимитированию и нормированию, способствует экономии и снижению общего уровня затрат на предприятии.

Управление затратами предприятия представляет собой комплексный подход, который включает в себя не только выявление, но и анализ, оценку каждого аспекта организации для определения областей, где затраты могут быть снижены, устранены или управляются более эффективно. С этой целью используется анализ безубыточности деятельности.

Анализ безубыточности является важным инструментом для предприятий, помогающим определить объем продаж, в котором их доходы равны расходам. Также можно сказать, что анализ безубыточности является моделью поведения доходов, расходов и прибыли конкретного предприятия в зависимости от изменения объемов производства и продаж. Этот анализ может быть использован для оценки прибыльности продуктов или услуг компании.

Стоит отметить, что точку безубыточности считают различными способами в соответствующих единицах измерения, определяя тем самым либо сколько нужно получить доходов, чтобы выйти в ноль, либо сколько нужно продать продукции (работ, услуг), чтобы организация не генерировала убытки. Для определения точки безубыточности стандартно находят соотношение постоянных расходов к разности между стоимостью единицы продукции и переменными расходами на эту единицу.

Данные, полученные в результате анализа безубыточности используются в системе управления затратами и результатами деятельности предприятия:

- после нахождения точки безубыточности, предприятие имеет представление о границах расходов, которые не следует превышать, поэтому бюджет не должен выйти за рамки запланированного;

- появляется возможность регулировать цены. Анализ безубыточности используется для определения оптимальной ценовой категории для продукции и услуг;

- определяются области для улучшения. Анализ безубыточности также может помочь определить области, в которых можно повысить эффективность и сократить затраты. Внеся коррективы будет возможно повысить прибыльность и оставаться конкурентоспособными на рынке;

- проанализировать запас финансовой прочности. Запас финансовой прочности является разницей между фактическими продажами и точкой безубыточности. Высокий запас финансовой прочности указывает на то, что предприятие работает выше точки безубыточности и имеет возможность буферизовать неожиданные изменения в продажах или расходах.

Важным аспектом в процессе организации бухгалтерского управленческого учета является построение системы бюджетирования. Бюджет – это финансово-экономический план, в котором задают целевые параметры развития компании в количественном и суммовом отражении.

Процесс бюджетирования строится таким образом, чтобы в результате планирования деятельности каждого структурного подразделения (центра ответственности) в зависимости от выполняемых функций был сформирован скоординированный по всем направлениям бюджет по организации в целом – общий бюджет. Общий бюджет состоит из двух крупных блоков: операционного и финансового бюджетов. Политику в области бюджетирования каждая организация разрабатыва-

ет самостоятельно. В ней устанавливаются состав, структура, бюджетный период, методика формирования и анализа планируемых показателей.

В практике российских предприятий операционный бюджет включает: бюджет продаж; бюджет производства; бюджет прямых затрат на сырье и материалы; бюджет прямых затрат труда; бюджет общепроизводственных расходов; бюджет управленческих и коммерческих расходов; бюджет себестоимости реализованной продукции.

В рамках финансового бюджета формируют: прогнозный баланс; бюджет доходов и расходов; бюджет движения денежных средств. Кроме того могут составляться дополнительные бюджеты под специальные проекты. Например, это инвестиционные бюджеты, отражающие детали инвестиционной программы предприятия. Оба блока бюджетов взаимосвязаны, так как финансовые бюджеты формируются на основании данных операционных бюджетов.

По результатам деятельности структурных подразделений организации и в целом формируется внутренняя отчетность. Она дает возможность проводить грамотный анализ финансового состояния предприятия и принимать эффективные управленческие решения руководителю, направленные на минимизацию затрат, увеличение прибыли организации и определять пути наиболее эффективного сбыта продукции. Внутренняя отчетность играет решающую роль в процессе принятия управленческих решений. Она помогает руководству собирать и анализировать финансовую информацию для принятия обоснованных решений, которые способствуют успеху организации. Внутренняя отчетность содержит ключевую финансовую информацию, которая имеет решающее значение для анализа финансового состояния бизнеса. Это позволяет руководству в короткие сроки выявлять тенденции, оценивать эффективность и принимать обоснованные решения на основании точных и достоверных данных.

Таким образом, в процессе организации управленческого учета руководители предприятий определяют направления развития, пути минимизации затрат и максимизации прибыли. Первостепенной задачей бухгалтерского управленческого учета в современной практике является именно оперативное формирование информации, позволяющей обеспечить управленческое звено различными данными, необходимыми для разработки тактики и стратегии финансово-хозяйственной деятельности. Грамотная организация бухгалтерского управленческого учета является основой для функционирования и развития любого предприятия.

#### **Список использованных источников**

1. Волкова, О. Н. Управленческий учет: учебник и практикум для вузов / О. Н. Волкова, И. Ю. Чуракова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 547 с.
2. Колесова, А.В., Окомина, Е.А. Современные проблемы управленческого учета в отечественной практике / А.В. Колесова, Е.А. Окомина // Финансы, учет, банки. Тезисы докладов и выступлений VI международной научно-практической конференции молодых ученых. Донецк, 2022. С. 241-244. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53841852> (дата обращения: 07.04.2024).

УДК 657.22(476)

### **ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Приймачук Ирина Васильевна, старший преподаватель  
Брестский государственный технический университет  
Pryimachuk Irina Vasiljevna, senior lecturer, primaira@mail.ru  
Brest State Technical University**

**Аннотация.** В статье рассмотрено понятие интегрированной отчетности, ее значимость и проблема внедрения. Сделаны выводы о необходимости и перспективах внедрения интегрированной отчетности в Республике Беларусь.

**Ключевые слова:** интегрированная отчетность, интегрированное мышление, устойчивое развитие, создание стоимости, Международный совет по интегрированной отчетности.

Активное развитие новых финансовых инструментов сформировало уникальную атмосферу. Пришло осознание необходимости рассматривать отчетность субъектов хозяйствования как часть

более широкого процесса определения стратегии, воплощения в жизнь планов и оценки финансовых результатов. Проблемы, связанные с изменением климата, с загрязнением окружающей среды, экономическими и политическими кризисами требуют повышения информационной открытости бизнеса, устойчивости и социальной ответственности. Однако существующая модель финансовой отчетности не удовлетворяет данным требованиям.

К основным недостаткам современной финансовой отчетности можно отнести:

- отсутствует информация о взаимодействии с заинтересованными сторонами;
- отсутствие информации о влиянии деятельности организации на природные ресурсы, экологию, общество;
- отсутствие информации об использовании организацией соответствующих показателей и реакция на возникающие риски;
- отражение информации ретроспективно, что не позволяет сформировать целостное представление о том, как организация осуществляет свою деятельность;
- отсутствие возможности у инвестора оценить риски и будущее направление развития компании.

Ответом на необходимость изменения методов предоставления и отражения информации о деятельности экономических субъектов стала публичная нефинансовая отчетность в области устойчивого развития, отражающая показатели экономической, экологической и социальной результативности субъекта хозяйствования. Документом, регламентирующим формирование отчетности в области устойчивого развития, является Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI (версия G4) – независимые стандарты, позволяющие компаниям формировать нефинансовые показатели по таким вопросам, как влияние на изменение климата, управление кадровыми ресурсами и оценка коррупционной составляющей и др. [1].

Можно с уверенностью отметить, что финансовая и нефинансовая отчетность в области устойчивого развития дополняют друг друга, однако, не дают целостного представления о создании стоимости субъекта хозяйствования. Следовательно, следующим важным этапом на пути к совершенствованию отчетности явилась идея интегрированной отчетности. Интегрированная отчетность является следующим шагом в эволюции корпоративной отчетности. Ожидается, что с течением времени интегрированная отчетность станет нормой в корпоративном управлении.

В 2010 г. создается Международный совет по интегрированной отчетности (IIRC). В 2013 г. совет выпускает Международный стандарт интегрированной отчетности.

На сайте IIRC дано следующее определение интегрированного отчета.

Интегрированная отчетность – это процесс, основанный на комплексном мышлении, результатом которого является периодический интегрированный отчет организации о создании ценности с течением времени, и соответствующими коммуникациями, имеющими отношение к аспектам создания ценности.

Из содержания определения следует, что интегрированный отчет является «точным выражением того, как стратегия, управление, производительность и перспективы компании в условиях внешней среды ведут к созданию ценности в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе».

Общим знаменателем этих двух дефиниций является термин «создание ценности» и призыв к бизнесу больше сфокусироваться на факторах, включая нефинансовые показатели, которые создают ценности более длительного срока.

В соответствии со стандартом сущность интегрированной отчетности заключается в обобщении воедино финансовой и нефинансовой информации, отражающей способность организации создавать и поддерживать свою стоимость в кратко-, средне- и долгосрочном периоде.

Целью интегрированной отчетности является повышение качества информации, доступной поставщикам финансового капитала, для обеспечения более эффективного и продуктивного распределения капитала [2].

Интегрированный отчет включает восемь элементов содержания, которые в своей основе связаны друг с другом и не являются взаимоисключающими:

- обзор организации и внешняя среда (определяется миссия и стратегия организации);

- управление (предоставляет информацию о том, как основополагающие аспекты связаны со способностью организации создавать стоимость);
- бизнес-модель (описывается бизнес-модель, включающая ключевые показатели, а именно, ресурсы, коммерческую деятельность, продукты, результаты);
- риски и возможности (определяются основные риски и возможности, характерные для организации, включая те возможности и риски, которые относятся к воздействию организации на определенные капиталы и к их постоянному наличию, качеству и доступности в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах);
- стратегия и распределение ресурсов (определяются краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные стратегические цели организации; стратегия, которую разработала или намеревается реализовать организация для достижения таких стратегических целей; планы распределения ресурсов, которые подготовила или намеревается использовать организация для реализации своей стратегии; как она будет оценивать достижения и целевые результаты в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах);
- результаты деятельности (содержит качественную и количественную информацию о результатах деятельности);
- перспективы на будущее (показывает ожидаемые изменения в течение долгого времени и предоставляет информацию, построенную на обоснованном и прозрачном анализе);
- основные принципы подготовки и презентации (описываются основные принципы подготовки и презентации, в том числе краткое описание процесса определения существенности организации; описание границ отчетности и того, как они определяются; краткая информация о существенных структурах и методах, используемых для количественной и качественной оценки существенных факторов);
- общие рекомендации по подготовке отчета (отражение в отчетности существенных вопросов; раскрытие информации о капиталах; временные рамки для краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной отчетности; агрегирование и дезагрегирование).

В ноябре 2021 года был основан Совет по международным стандартам устойчивого развития (International Sustainability Standards Board, ISSB). Основной целью его деятельности является оказание содействия и разработка стандартов в отношении предоставления компаниями качественной, прозрачной и сопоставимой информации, а также информации об устойчивом развитии, которая была бы полезна и отвечала требованиям инвесторов и иных заинтересованных лиц при принятии экономических решений.

ISSB начиная с 2022 года активно работает совместно с Советом по международным стандартам финансовой отчетности (Совет по МСФО, IASB) в отношении развития так называемой Интегрированной отчетности (Integrated Reporting).

В Республике Беларусь подавляющее большинство компаний готовят финансовую отчетность исходя из минимальных требований, установленных Международными стандартами финансовой отчетности. В связи с общемировым трендом на развитие интегрированной финансовой отчетности ожидается, что компании и финансовые учреждения в ближайшие годы будут также готовить и представлять интегрированную отчетность для того, чтобы оставаться полноценной частью мирового сообщества.

Национальной стратегией устойчивого развития Беларуси до 2035 года предусматривается, что субъекты хозяйствования постепенно перейдут к формированию публичной нефинансовой отчетности. В связи с этим в стране постепенно внедряются экологические, социальные и управленческие факторы, более известные как ESG-факторы. Деятельность компаний в области устойчивого развития приобретает все большее значение для многих заинтересованных партнеров. В этих условиях государство и бизнес приходят к пониманию, что требуется принятие совместных усилий в данном направлении.

В процессе изучения опыта составления и предоставления интегрированной отчетности в других странах нами проведен анализ существующих на данном этапе развития проблем составления и предоставления интегрированной отчетности.

Основными проблемами, препятствующими внедрению в практику интегрированного отчета в Республике Беларусь на современном этапе экономического развития, являются:

- отсутствие законодательной базы;
- отсутствие точной формы предоставления интегрированной отчетности;
- отсутствие высококвалифицированных специалистов для составления интегрированной отчетности;
- сложность выбора показателей для отражения;
- сложность оценки нефинансовых показателей.

Решение вышеперечисленных проблем будет способствовать повышению правдивости и достаточности предоставляемой информации. Переход к формированию интегрированной отчетности приведет к:

- повышению качества информации;
- выработке эффективного подхода к корпоративной отчетности, которая соединяла бы в себе различные направления отчетности и предоставляла информацию о полном наборе факторов, оказывающих существенное воздействие на способность организации создавать стоимость в течение долгого времени;
- усилению ответственности в отношении широкого набора капиталов и улучшение понимания их взаимозависимости.

Интегрированный отчет призван стать новым инструментом отчетности, который соответствует современным требованиям экономики и предусматривает интеграцию традиционной финансовой нормативно утвержденной отчетности и нефинансовой информации, целью которого является более полное отражение факторов создания стоимости субъекта хозяйствования, но не содержащим избыточные и несущественные данные.

#### **Список использованных источников**

1. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4. – 2013. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rspp.ru/document/1/9/c/9c2e77522792061b9ca40337d6225623.pdf>.
2. Международный стандарт интегрированной отчетности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-FRAMEWORK.docx\\_en-US\\_ru-RU.pdf](https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-FRAMEWORK.docx_en-US_ru-RU.pdf). THE-INTERNATIONAL-IR-

УДК 338

### **ПОДГОТОВКА БИЗНЕС-АНАЛИТИКОВ И СИСТЕМНЫХ-АНАЛИТИКОВ С УЧЕТОМ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОГРАММНЫХ РЕШЕНИЙ В РОССИИ**

**Рындина Светлана Валентиновна, к.ф.-м.н., доцент,**

**Кузнецова Татьяна Евгеньевна, к.э.н., доцент**

**Пензенский государственный университет**

Ryndina Svetlana Valentinovna, PhD in Physics and Mathematics, [svetlanaR2004@yandex.ru](mailto:svetlanaR2004@yandex.ru),

Kuznetsova Tatyana Evgenievna, PhD in Economics, [kuznetzovat2007@yandex.ru](mailto:kuznetzovat2007@yandex.ru)

Penza State University

**Аннотация.** Статья рассматривает проблему подготовки кадров для цифровой экономики в условиях импортозамещения программных решений. В фокусе платформа цифровизации бизнеса SILA Union, навыки работы с которой могут быть включены в формирование профессиональных компетенций бизнес-аналитиков и системных аналитиков.

**Ключевые слова:** цифровая трансформация, цифровая экономика, бизнес-архитектура, бизнес-процесс, данные, импортозамещение.

При цифровизации и цифровой трансформации предприятия важную роль играет пересмотр бизнес-архитектуры и приведение ее в соответствие со стратегией компании в условиях меняющегося технологического ландшафта экономики. Национальная программа «Цифровая экономика», срок реализации которой с октября 2018 года по 2024 год включительно, позволила поддержать ключевые направления формирования цифровой экономики: подготовку кадров, развитие и коммерциализацию цифровых технологий и т.п. [1]. Следующим национальным проектом по поддержке цифровых инициатив во всех сферах экономики и государственного управления должен

стать проект «Экономика данных», разработанный Минцифры РФ и планируемый к реализации с начала 2025 года до 2030 года включительно [2].

В этих проектах большое внимание уделяется подготовке кадров для цифровой экономики и экономики данных. В текущий момент происходит смещение фокуса формата осуществления экономической деятельности: цифровой сменяет функциональный подход в отношении работы с главным активом цифрового будущего – данными. Однако без подготовки специалистов, способных поддержать этот вектор развития, цифровизация и цифровая трансформация, а также выстраивание управления на основе данных, практически невыполнимы и потребуют дополнительных затрат на неудачную, несвоевременную и неэффективную реализацию цифровых инициатив.

Подготовка кадров – это не только корпоративное обучение, повышение квалификации сотрудников в соответствии с возросшими/новыми требованиями к компетенциям сотрудников, но и изначальное включение в образовательные программы направлений подготовки специалистов разного уровня в вузах (программы бакалавриата/специалитета/магистратуры) дисциплин, формирующих требуемые компетенции. При этом важно в процессе обучения использовать те программные решения, которые будут доступны для компаний на отечественном рынке.

Бизнес-аналитики и системные аналитики должны иметь широкий спектр компетенций по работе с данными и цифровыми решениями, обслуживающими эти данные. Это не только аналитические платформы, которые позволяют получить из данных дополнительную ценность в виде прогнозирования ключевых показателей, влияющих на планы предприятия, например, прогнозирование спроса для производственных компаний. Спектр облачных сервисов и приложений позволяет решать аналитикам такие задачи, как выявление определенных шаблонов в обслуживании клиентов/процессов и последующая корректировка взаимодействий для достижения целевых эффектов, например, увеличения лояльности или снижения затрат. Также в профиль компетенций аналитика входит умение работать с системами BPM (Business Process Management, управление бизнес-процессами), BPA (Business Process Analysis анализ бизнес-процессов), сокращение BPA также может обозначать иной класс систем, когда «А» расшифровывается как Automation, то есть автоматизация. BPM-системы и BPA-системы, в которых «А» – это автоматизация, фактически предназначены для схожих целей: управление бизнес-процессами часто означает переход к исполнимым процессам, со значительной долей операций автоматизированных (исполнитель решает операционную задачу с помощью информационных систем, веб-приложений и т.п.) и автоматических (операционную задачу решает бот, скрипт и т.д.).

BPA-системы, в которых «А» – это анализ, заточены под формирование оптимальной бизнес-архитектуры предприятия, создание системы согласованных с целями компании показателей бизнес-процессов для мониторинга и управления процессами, а также оценки качества их исполнения.

И если первый класс систем представлен на отечественном рынке достаточно масштабно: Directum RX, Elma365, «Битрикс24» и многие другие решения, то систем для моделирования бизнес- и ИТ-архитектуры, анализа бизнес-процессов, который желательно осуществить до цифровизации и цифровой трансформации, разрабатывается не так уж и много. Также очень небольшое число отечественных решений поддерживают полный перечень востребованных нотаций моделирования бизнес-процессов и расширенный функционал по учету ресурсов, показателей эффективности и результативности и т.п. В их число входит, например, программный продукт Business Studio [3], который за годы своего существования существенно расширил свою функциональность от системы для моделирования бизнес-процессов с использованием графической среды Microsoft Office Visio, до системы, позволяющей выполнять имитационное моделирование и функционально стоимостной анализ. Также на предприятиях в качестве среды для моделирования бизнес-процессов использовался и продукт от немецкой компании Software AG – ARIS Toolset. Оба продукта поддерживают наиболее популярные нотации моделирования бизнес-процессов: BPMN (Business Process Management Notation), EPC (Event-Driven Process Chain), также некоторые другие.

Однако использование зарубежных решений сопряжено с определенными рисками: отказ в поддержке и обслуживании своих систем по внекоммерческим причинам, ориентация на ожидания западного потребителя и подчас меньший уровень локализации, чем требуется отечественным компаниям. В тоже время недостаточная поддержка разработки отечественных цифровых реше-

ний и определенная инертность в переходе на аналоги от российских IT-компаний. в некоторой степени снижали скорость импортозамещения в предыдущие периоды, т.к. коммерциализация таких решений была затруднена. Под влиянием текущих процессов разработка, внедрение российских программных решений ускорились, а коммерческий эффект стал более осязаем.

Это характерно и для программного обеспечения поддерживающего процессный подход в деятельности компаний. Уровень процессной зрелости также определяется теми программными решениями, которые используются для его обслуживания. Комплексное решение, позволяющее переходить на следующий уровень процессной зрелости, сохраняя ранее достигнутый результат, развивать и оптимизировать бизнес-архитектуру компании, систематизировать и структурировать деятельность для повышения управляемости и увеличения отдачи от подключения процессов к цифровым сервисам и приложениям, автоматизирующим исполнение, мониторинг, контроль и управление, представляется наиболее целесообразным выбором для внедрения, а его содержание многократно окупается достигнутыми эффектами в бизнесе.

В текущей ситуации российским компаниям необходим выбор программных продуктов для бизнеса от отечественных разработчиков. И одним из таких конкурентных решений является платформа цифровизации от ООО «Сила Юнион». Программный продукт SILA Union включен в реестр российских программ (номер реестровой записи: 6685), поддерживает ОС из реестра (Astra Linux, РЕД ОС), поддерживает СУБД из реестра (postgres) и не зависит от иностранных компонентов, не включённых в реестр российских программ [4]. На платформе доступны все распространенные нотации моделирования бизнес-процессов [5, с. 96-109], также представлены необходимые инструменты по автоматизированному анализу и обработке данных, включая генерацию отчетов, регламентов процессов, иных внутренних нормативных документов предприятия. Более того, программный продукт SILA Union постоянно развивается, расширяет состав нотаций и специализированных методов моделирования процессов [5, с. 110-113].

Маршрут цифровой трансформации согласно [5, с. 58] включает в себя шесть стадий:

- согласование со стратегией и целями;
- проектирование изменений;
- планирование инициативы;
- внедрение результатов;
- оценка результатов;
- постоянное совершенствование.

И правильный подбор программных решений позволяет компетентному бизнес-аналитику пройти этот путь с наименьшими издержками и достойным конечным результатом.

Эффект от использования отечественных разработок будет более ощутимым, если на предприятии будут приходиться бизнес-аналитики и системные аналитики, которые уже познакомились с этими программными продуктами в процессе обучения. Теоретическим знаниям необходимо закрепление в виде практической подготовки с использованием современных цифровых технологий. Также цифровая трансформация будет происходить интенсивнее, если в традиционные бизнесы будут приходиться бизнес-аналитики с профилем компетенций, включающим знание отечественного рынка ПО и возможностей отечественных программных решений в его области деятельности.

Поэтому кроме создания цифровых продуктов российским IT-компаниям необходимо развивать академические программы, готовящие бизнес-аналитиков и системных аналитиков, чтобы популяризировать свои разработки и подготовить квалифицированных пользователей.

Так совместная проработка учебных программ в рамках сотрудничества Пензенского государственного университета и ООО «Сила Юнион» направлена на практико-ориентированный подход к подготовке бизнес-аналитиков по образовательным программам, представленным кафедрой «Цифровая экономика». Академическая программа с использованием платформы цифровизации SILA Union выполняет задачи закрепления знаний в области теории процессов через приобретение навыков идентификации и приемов декомпозиции бизнес-процессов на различных иерархических уровнях, навыков чтения карт процессов и детальных моделей, представляет методологию совершенствования бизнес-процессов и дает инструменты математического анализа процессов и оценки уровня их зрелости.

#### Список использованных источников

1. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. «Цифровая экономика РФ» // <https://digital.gov.ru/ru>. Официальный сайт. Обновлено 01.03.2024. URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения 23.03.2024)
2. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. В России появится новый нацпроект — «Экономика данных» // <https://digital.gov.ru/ru>. Официальный сайт. 13.07.2023. URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/45686/> (дата обращения 23.03.2024)
3. Business Studio. Официальный сайт. URL: <https://www.businessstudio.ru/> (дата обращения 23.03.2024)
4. Платформа цифровизации SILA Union Официальный сайт. <https://silaunion.ru/> (дата обращения 23.03.2024)
5. Свод знаний по управлению бизнес-процессами: BPM СВОК 4.0 : практическое руководство / Т. Бенедикт, М. Кирхмер, М. Шарсиг [и др.] ; под. ред. А. А. Белайчука. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 504 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905842> (дата обращения: 26.03.2024)

УДК 658.5:004.67

## РОЛЬ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ ОБРАБОТКИ И АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Толкачева Елена Вячеславовна, к.соц.н., доцент

Санкт-Петербургский государственный университет

Tolkacheva Elena Vyacheslavovna, St. Petersburg State University, e.tolkacheva@spbu.ru

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены проблемы применения больших данных для решения задач организаций. В результате сделан вывод, что аналитические платформы играют важную роль в аналитическом обеспечении деятельности современных организаций, способствуя принятию обоснованных решений, улучшению производительности и снижению рисков.

**Ключевые слова:** большие данные, аналитические платформы, машинное обучение, визуализация данных, предиктивная аналитика.

Следует отметить, что в последние годы в организациях наблюдается рост применения технологий сбора, обработки и анализа больших данных. Так значение показателя использования больших данных в организациях увеличился в 2022 году на 4,6% относительно значения 2021 года и на 8% относительно значения 2020 года.

Основными источниками больших данных в организациях являются веб-сайты организации, учетные системы предприятия, различное оборудование, цифровые датчики, радиочастотные метки, социальные сети, операторы сотовой связи, геолокация. [1, с. 201]

Большие данные накапливаются в организациях в ходе реализации обеспечивающих процессов, связанных с информационной безопасностью и управлением кадрами. Помимо этого большие данные формируются в ходе маркетинга, продаж, логистики, производства, администрирования и управления организацией.

В 2020 и 2021 годах наибольший процент организаций, в которых использовались большие данные, относился к финансовому сектору. Но уже в 2022 году существенный прирост получило применение больших данных в организациях оптовой и розничной торговли. Рост использования больших данных в данных организациях обусловлен, в первую очередь, необходимостью оптимизации кадрового обеспечения с помощью анализа данных о схемах покупок, снижения фактов мошенничества и своевременного обеспечения запасов товаров.

Также в 2022 году изменилась тройка популярных источников больших данных в организациях. До 2022 года в нее входили веб-сайты организаций, их учетные системы и социальные сети. В 2022 году вместо социальных сетей, в тройку популярных источников больших данных стали различное оборудование, цифровые датчики, радиочастотные метки. Полученные из этих источников большие данные использовались преимущественно для основных процессов, то есть маркетинга, продаж, производственных процессов и логистики.

Таким образом, вопросы применения в организациях программного обеспечения для обработки и анализа больших данных в настоящее время достаточно актуальны. Его использование способствует решению проблем организаций, связанных с анализом больших объемов разнородных данных, а также получением из них нового знания.

Программное обеспечение для обработки и анализа больших данных, предлагаемое разработчиками организациям, как правило, представлено аналитическими платформами. Основные функциональные возможности данных платформ заключаются в хранении, очистке, обработке, визуализации данных, а также комбинирования данных, полученных из разных источников, и предиктивной аналитике.

При этом аналитические платформы должны соответствовать таким требованиям организаций как:

- гибкость процесса анализа при использовании систем, предполагающей наличие разнообразия аналитических методов и инструментов, позволяющих перестраивать процесс работы с большими данными таким образом, чтобы не снижались ни результативность, ни эффективность;
- полнота данных, получаемых из различных источников;
- достоверность результатов анализа, особенно в случаях применения алгоритмов машинного обучения;
- обеспечение кибербезопасности, связанное с хранением данных и их передачей по каналам связи в процессе сбора и обработки;
- возможности анализа текста.

Орлова А. Ю. и Сорокин А. А. в своей статье отмечали, что анализ Big Data позволит решить бизнес-задачи определенного типа, а именно сформировать детализированный образ клиента, персонализировать предложения для клиентов, создать единую актуальную базу данных, собрать информацию о качестве продукта или услуги, оптимизировать логистику, обеспечить более дешевый метод хранения данных. [2, с. 110]

Можно добавить, что аналитические платформы позволяют организациям также решать задачи по выявлению скрытых закономерностей и неявных тенденций, проводить сквозной анализ интересующих объектов (персон, организаций, бизнес-процессов и технологических операций, финансовых транзакций и банковских счётов, фактов наступления различных событий), сохранять, накапливать и использовать созданные эффективные аналитические модели.

В единый реестр российского ПО включены такие платформы, работающие с большими данными, как Visiology, Modus BI, PolyAnalyst, Loginom, Deductor, IQ PLATFORM, Polymatica, «Форсайт», «Триафлай». Каждая из этих платформ предлагает свои функции и инструменты для работы с большими данными. В целом их объединяет то, что на этих платформах представлены инструменты по интеграции, визуализации, анализу больших данных и машинному обучению.

В программном обеспечении, предназначенном для обработки и анализа больших данных, разработчики предлагают инструменты для загрузки разноформатных данных из множества источников, как это представлено, например, в Loginom. [4, с.46] Также предусмотрены возможности проведения операций по объединению, агрегации, очистки и преобразованию больших данных.

В настоящее время большинство разработчиков стремится предлагать организациям инструменты анализа больших данных с помощью алгоритмов машинного обучения и нейронных сетей, в том числе для голосового управления, как, например, Visiology.

Кроме того, аналитические платформы, предназначенные для анализа больших данных, поддерживают мультязычный лингвистический и семантический анализ текстов на основе методов машинной обработки естественного языка, что позволяет организациям извлекать информацию из текстов сообщений, комментариев, документов и проводить обработку текстовых данных.

Можно сделать вывод, что современные российские аналитические платформы предлагают организациям достаточно широкий арсенал инструментов, который позволяет решать управленческие задачи на основе создаваемых с их помощью прогнозов, визуализации результатов анализа в виде интерактивных отчётов. Алгоритмы машинного обучения, представленные на аналитических платформах, позволяют не только обрабатывать и анализировать данные, но и синтезировать новые.

#### **Список использованных источников**

1. Индикаторы цифровой экономики: 2024: статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024.

2. Орлова А.Ю., Сорокин А.А. Роль визуальной аналитики в управлении данными / А. Ю. Орлова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2021. – № 6(87). – С. 108-114.
3. Рахым К. Д. Технологические платформы Big Data / К. Д. Рахым, А. Н. Молдагулова // Интернаука. – 2019. – № 5-1(87). – С. 5-7.
4. Ткаченко А. Л. Аналитические решения low-code платформы Loginom для работы с Big data / А. Л. Ткаченко, Б. В. Буриличев // Вестник Калужского университета. – 2021. – № 3(52). – С. 46-49.

УДК 657.1.011.56

## **АУТСТАФФИНГ СПЕЦИАЛИСТОВ 1С В АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОРГАНИЗАЦИИ**

**Хрусь Елена Александровна, магистр э.н., старший преподаватель,**

**Бурьянова Галина Евгеньевна, магистр э.н.**

**Полесский государственный университет**

Khrus Elena, master of e. n., senior lecturer, khrus.e@polessu.by,

Buryanova Galina Evgenievna, master of e. n., burianova.g@polessu.by

Polesie State University

**Аннотация.** Вопросы автоматизации бизнес-процессов являются актуальными на протяжении ряда лет, так как неразрывно коррелируют с эффективностью деятельности в различных сферах. Не смотря на потребность в организации бухгалтерского учета на всех предприятиях не зависимо от размеров и направлений их деятельности возможности эффективного использования и сопровождения специализированных программных продуктов есть не у всех.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, бизнес-процесс, автоматизация, программное обеспечение, аутстаффинг

Бухгалтерский учет формирует базу данных об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации. Организация построения данной базы и возможность оперативного использования ее содержания с целью анализа производственно-хозяйственной деятельности и принятия управленческих решений является одним из ключевых факторов эффективности бизнеса в целом. В связи с этим вопросы автоматизации бухгалтерского учета являются актуальными с момента появления практических возможностей применения технических средств, экономико-математических методов и систем управления, освобождающих человека частично или полностью от непосредственного участия в процессах получения, преобразования, передачи и использования информации.

Автоматизация бухгалтерского учета – это комплекс программных средств, который позволяет вести непрерывное фиксирование и анализ данных для получения количественной экономической информации о деятельности предпринимательских и иных организаций. Наиболее популярным направлением автоматизации бухгалтерского учёта является использование специализированной прикладной бухгалтерской программы.

Однако процесс автоматизации может иметь как положительный, так и отрицательный результат (таблица).

Дополнительный анализ результатов автоматизации бухгалтерского учета позволяет выделить ключевые факторы данного процесса: квалифицированный персонал (IT-сферы и экономической) и качественное программное обеспечение. При этом программное обеспечение это уже результат деятельности специалистов, но даже самые продвинутые программы без правильной настройки и использования не позволяют получить положительных результатов.

Оптимальным решением видится симбиоз бухгалтера и IT-специалиста или бухгалтера с навыками продвинутого IT-пользователя. Специфика и объемы бизнеса, характеристика бизнес-среды не всегда позволяют организации обеспечить в штате специалистов нужной квалификации и профессионализма. По-прежнему, наблюдается недостаток IT-специалистов: 1С-разработчик – востребованность профессии обусловлена постоянной необходимостью компаний в оптимизации своей деятельности через внедрение эффективных информационных систем. 1С-разработчик создает и настраивает прикладные решения на платформе 1С.

Таблица – Оценка результатов автоматизации бухгалтерского учета

Положительный результат	Негативный результат
Получение данных о движении ресурсов предприятия по разнообразным признакам систематизации; Оперативное заполнение документов с минимальной вероятностью ошибок; Получение регулярной аналитики из структурированной информации; Формирование разнообразных регистров; Снижение объемов бумажного документооборота; Возможность быстрого обмена информацией между бухгалтерами и структурными подразделениями организации; Настройка цифрового формата взаимодействия с ИМНС, БелГосстрахом и другими госструктурами; Оперативное реагирование на изменения законодательства; Снижение влияния человеческого фактора, а следовательно, уменьшение количества ошибок; Повышение оперативности и оптимизация рабочего графика подразделений бухгалтерии; Оптимизация штата бухгалтерской службы.	Завышенные требования к автоматизации бизнес-процессов может привести не к облегчению ее, а – запутанности и усложнению; Частые изменения могут привести к потере совместимости программы с процессами; Недостаточная квалификация персонала приведет к срыву внедрения или низкой производительности программы; Неправильный и непоследовательный перенос в новую систему данных за прошлые периоды – сбои и ошибки в формировании отчетности; Отсутствие своевременного обслуживания программы; Затяжная адаптация к программному обеспечению – формальное внедрение автоматизированной системы, когда сотрудники продолжают работать на бумаге.

Примечание – Источник: собственная разработка

Он разрабатывает конфигурации, интегрирует систему с другими информационными ресурсами компании, создает отчеты и аналитические инструменты. Он отвечает за поддержку и модернизацию системы в соответствии с изменяющимися потребностями бизнеса.

Инженер по тестированию анализирует функциональные требования, создает тест-кейсы, выполняет их и отслеживает результаты. Специалист находит потенциальные ошибки в программном продукте, тем самым обеспечивает его качество. Взаимодействует с разработчиками для решения выявленных проблем.

В данной ситуации аутстаффинг специалистов 1С может стать эффективным решением для крупных компаний-производителей в период активного роста и развития, компаний уже использующим продукты 1С или только собирающимся внедрять их, но не имеющих в штате нужных специалистов. Кроме того, спрос на данный способ решения задач финансово-экономического направления, связанных с профессиональным использованием и сопровождением специализированных программных продуктов, может возникнуть у различных компаний, независимо от их масштабов и направления деятельности. Прежде всего, аутстаффинг специалистов 1С подойдет компаниям, которые хотят сосредоточиться на своих основных бизнес-процессах, не вкладывая значительные ресурсы в поддержку и разработку систем 1С; для стартапов и небольших предприятий, которым необходимо быстро и эффективно внедрять и развивать 1С системы, не располагая при этом достаточным количеством квалифицированных специалистов (тех же разработчиков) или временем на их поиск и найм. Преимущества аутстаффинга специалистов на столько существенны, что в отдельных сферах бизнеса до 70% процессов выполнялись специалистами, привлеченными по договорам аутстаффинга:

- снижение нагрузки по оформлению кадровой документации, ведению бухгалтерии;
- привлечение квалифицированного персонала для решения краткосрочных проектов, не задумываясь об оформлении;
- привлечение работников иностранцев, без сложностей и издержек с оформлением;
- более гибкое регулирование сотрудничества с конкретными специалистами;
- быстрое получение нужного специалиста;
- привлечение компании-аутстаффера помогает автоматизировать задачи отдела и превратить его в эффективный механизм, работу которого можно улучшить;
- оптимизация расходов на обучение персонала и курсы повышения квалификации.

Удачными примерами реализации технологии аутстаффинга для развития бизнеса и продвижения продуктов являются Skype, WhatsApp, Международная финансовая корпорация Citigroup, которые реализовали данные технологии. Вместе с тем, еще одним фактом в пользу данных технологий является уже сформировавшаяся международная практика, которая реализовалась в Конвенции МОТ № 181, которая предусматривает основы деятельности частных агентств занятости (Испания, Италия, Польша, Япония, Чехия, Болгария, Грузия и др.). А в ряде государств (США, Россия) разрешено осуществлять деятельность по предоставлению труда работников (персонала). Заниматься этим могут частные агентства занятости, при соблюдении условий, установленных национальным законодательством, другие юридические лица.

В Республике Беларусь законодательство прямо не регулирует отношения аутстаффинга, однако и не запрещает их. Договор аутстаффинга не закреплен как отдельный вид договора, а на практике рассматривается как разновидность договора оказания услуг.

Таким образом, использование услуг компании-аутстаффера целесообразно не только из соображений экономической выгоды, а и с позиции повышения качества эксплуатации (производительности) специализированных программных продуктов.

#### **Список использованных источников**

1. Экономика и управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/>. – Дата доступа: 17.04.2024.

2. Какие профессии будут востребованы в сфере IT в 2024 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.skillbox.by/razvitiie/kakie-professii-budut-vostrebovany-v-sfere-it-v-2024-godu/>. – Дата доступа: 17.04.2024.

УДК 657.01

### **БАЗОВЫЕ КОМПОНЕНТЫ КОНСОЛИДАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЗНАЧИМОСТИ СОСТАВА ИСХОДНЫХ ДАННЫХ И ИХ СТРУКТУРИЗАЦИИ**

**Щербаков Дмитрий Борисович, магистрант,**

**Гребнева Марина Евгеньевна, доцент**

**Курский государственный университет**

Shcherbakov Dmitry, master's student, dmhacker@yandex.ru

Grebneva Marina, associate professor, mgrebneva@mail.ru

Kursk State University

**Аннотация.** Статья содержит раскрытие проблематики формирования базовых компонентов консолидированной финансовой отчетности для специфической группы организаций. Консолидация финансовой отчетности полагает объединение базовых компонентов взаимосвязанных организаций таким образом, что экономически они начинают представлять собой единую экономическую сущность.

**Ключевые слова:** консолидированная финансовая отчетность, заинтересованные пользователи, холдинг, информативность, демонстративность.

Экономическое состояние современного мира таково, что масштабы финансово-производственного взаимодействия всех его элементов постоянно расширяются за счёт их нарастающей взаимозависимости. Заинтересованные пользователи финансовой информации задействованных в этом процессе организаций – частные инвесторы, государственные контрольные органы и прочие – нуждаются в рациональном способе демонстрации результатов их деятельности: крупные компании в условиях экономико-финансовой глобализации сотрудничают с десятками других компаний по всему миру, и стандартные методы представления собственной финансовой отчетности не обеспечивают заинтересованным лицам достаточной полноты информированности о состоянии организации [1, с. 142-143].

Составление консолидированной финансовой отчетности можно представить как объединение отчетных данных, унификацию формы их хранения и представления и синхронизацию в перспективе с будущими результатами деятельности организации – то есть как комплекс сложных бухгал-

терских и архивных процедур. Консолидированная отчётность всегда подаётся единым пакетом, содержащим сведения о комплексном влиянии консолидированных учреждений на финансовое положение конкретной организации.

Разработкой и составлением консолидированной финансовой отчётности занимается базисная организация (крупнейшая и наиболее влиятельная в обозначенной группе), остальные предоставляют ей итоги собственной деятельности в разрезе производственного взаимодействия. Благодаря подобной организации процесса подготовки сводной отчётности легко прослеживаются пути возникновения и рассеивания того или иного финансового потока. По данным исключительно базисной компании достаточно несложно составить объективное суждение о материальном состоянии группы компаний и её финансовом положении, однако ни полноценным, ни исчерпывающим оно не будет, поскольку не будет отражать ни её реальной доходности, ни прибыльности и рентабельности инвестиций [2, с. 122-123]. Подготовка консолидированной финансовой отчётности регулируется положениями международных стандартов финансовой отчётности (МСФО). Состав консолидированной финансовой отчётности следующий:

- бухгалтерский баланс;
- данные о полученной прибыли и понесённых убытках;
- информация об изменениях в структуре собственного капитала;
- данные о движении денежных средств в фактическом и реальном выражении.

Представленный состав консолидированной финансовой отчётности, при его универсальности, можно, тем не менее, трактовать двояко: с одной стороны, он соответствует одному из основополагающих систематизационных принципов – принципу информационной сфокусированности (также – информационной существенности), с другой – за счёт малой документарной насыщенности увеличивает вероятность возникновения риска искажения финансовой информации. В зоне риска в таком случае оказываются такие информационные сегменты консолидированной отчётности, как:

- эффективность деятельности групп и их компонентов, в том числе средств контроля на всех уровнях группировки;
- сроки исполнения работ по консолидации отчётности на соответствующие даты;
- овладение специальными навыками и повышение квалификации;
- протекание процессов взаимной интеграции организаций и консолидации их финансово-производственной деятельности согласно инструкциям, получаемым интегрирующимися структурами от базисной организации.

При составлении консолидированной финансовой отчётности согласно описанному выше структурному принципу (и с учётом возникающих рисков) невозможно сохранить его адекватную актуальной экономической ситуации информативность, если не следовать следующему четырёх-ступенчатому алгоритму:

1. По финансовой деятельности каждой отдельной организации, входящей в группу компаний, готовится отдельный отчёт – в целях оценки степени значимости каждой её финансовой операции для группы компаний, а также их влияния на финансовый результат деятельности группы компаний в целом, что может привести к изменению совокупного финансового результата;

2. При консолидации гудвилла – деловой репутации – всех организаций в группе компаний производится оценка объёмов нереализованных прибылей и убытков;

3. Капитал всех организаций, входящих в группу компаний, консолидируется с учётом накопленных в составе группы – при этом доли меньшинства в чистой прибыли и совокупных активах оцениваются отдельно и рассчитываются на дату фактического вхождения организации-сателлита в состав базисной организации;

4. Консолидированная финансовая отчётность составляется и готовится к презентации заинтересованным пользователям.

Первая и главная задача консолидированной финансовой отчётности, как было отмечено выше – предоставление пользователям всех уровней заинтересованности и осведомлённости информации о финансовых результатах деятельности конгломерата взаимосвязанных тем или иным образом организаций. Ключевым термином в данном случае является «информация»; в контексте составления консолидированной финансовой отчётности она обладает множеством источников про-

исхождения, что обуславливает необходимость уточнения принципов её сбора и систематизации, а также итоговой интерпретации [3, с. 43-46].

Вопрос состава консолидированной финансовой отчётности стоит не так остро, как вопрос состава её данных, их источников и интерпретации – как уже было отмечено, существует определённый пул документов, формирующих данный тип отчётности, однако каждый из них показывает только сам финансовый результат, что одновременно и удобно, и нет: с одной стороны, отсутствие единого комментария к ним усложняет проблему трактовки, с другой – это обеспечивает функционирование конкурентной среды в сфере инвестирования. Это выгодно для базисной компании, как, собственно, и такие аспекты существования консолидированной отчётности, как:

- повышение цены организации на рынке;
- привлечение новых инвесторов;
- оздоровление процессов управления организацией посредством наращивания собственного текущего финансового результата.

Контекст консолидации финансовой отчётности, впрочем, может быть разным и зависеть от обстоятельств взаимного существования группы компаний и степени их взаимного сотрудничества и взаимной зависимости. Выделяются три контекстуальных метода консолидации финансовой отчётности:

1) полный (метод специфический ввиду того, что наиболее широко применяется к дочерним организациям, готовящимся к процедурам слияния либо приобретения или уже их прошедшим; в данном случае консолидируются активы подразделений только одной структуры – права дочерних компаний отражаются в пассиве, образовавшаяся группа компаний документально становится единым хозяйствующим экономическим субъектом);

2) пропорциональный (в процессе консолидации финансовой отчётности принимают участие только активы базисной организации – как те, на управление которыми она имеет исключительное право вследствие непосредственного владения ими);

3) долевой (в отчётных данных фигурирует только информация об инвестициях, произведённых в аффилированные организации – инвестиции отражаются с учётом их номинальной стоимости и гудвилла).

Процесс консолидации финансовой отчётности как комплекса процедур, как было отмечено, с трудом поддаётся значительным модификациям как в интересах холдинга, так и в интересах его акционеров, инвесторов и так далее – при условии существования значительных рисков либо прямого искажения финансовой информации, либо косвенного – вследствие некорректности трактовки. Однако, в отличие от него, формат демонстрации консолидированной отчётности заинтересованным лицам можно усовершенствовать, и это не потребует значительных усилий со стороны организации-составителя. Если использовать простейшую ситуацию со слиянием двух компаний, это будет выглядеть следующим образом: в момент слияния консолидированная отчётность должна представлять собой единый массив данных, в составе которого представлен компаративный сегмент, включающий в себя такие важные показатели финансового состояния компании, как, например, оценка ликвидности активов, объём собственных оборотных средств и долгосрочных обязательств, а также расчётный финансовый рычаг. Комплекс этих показателей может дополняться или видоизменяться в зависимости от обстоятельств слияния – к нему могут добавляться такие характеристики, как:

а) элиминирование всех видов капитала дочерней организации в процессе консолидации финансовых отчётов;

б) исключение внутреннего группового финансового оборота из числа факторов влияния;

в) оценка нереализованной прибыли в составе остатков запасов;

г) определение неконтролирующей доли в случае долевой консолидации.

Таким образом, инвесторы и кредиторы получают информацию, позволяющую им адекватно оценить меру риска осуществления финансовых вложений в формирующуюся организацию.

Подобные преобразования в формате демонстрации консолидированной финансовой отчётности в целом служат главным образом цели компаративной информативности – то есть по каждой из статей отчётности вместо сальдированного результата можно будет проследить финансовое состояние каждой организации в составе холдинга. Ярким примером эффективности подобной модели может служить такое действие, как элиминирование внутренних финансовых операций,

которое представляет собой частный случай корректировки [4, с. 83-84]. Чем больше подобных корректировок приходится на каждого участника холдинга в контексте освобождения от формальной регистрации операций внутреннего финансового оборота, тем выше степень их экономической кооперации и корпоративной взаимной интеграции.

Консолидированная финансовая отчетность объединяет, отображает и демонстрирует финансовую информацию об активах единой организации, её обязательствах, доходах и расходах базисной компании, а также всех организаций, тем или иным образом аффилированных с ней либо находящихся в прямом подчинении ей. С точки зрения состава отчетных данных главный аспект, прослеживающийся в подобной ситуации – вопрос формирования порядка контроля составления отчета, однако он решается благодаря парадигме изначального отсека лишней информации финансовых потоков: она позволяет разделить пользователей финансовой информации на группы с различной степенью заинтересованности, определив специфический пул данных для каждой из них.

#### **Список использованных источников**

1. Святова О.В., Щербаков Д.Б. Роль финансовой учётной информации в управлении хозяйствующим субъектом: исторический, структурный и аналитический аспекты // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2023. – №4. – С. 141-146.
2. Современные особенности, проблемы и перспективы развития экономики, управления и учета / А. Ю. Быстрицкая, Е. Л. Золотарева, М. Е. Гребнева [и др.]. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2022. - 221 с.
3. Актуальные проблемы и векторы развития экономики и учета / А. Ю. Быстрицкая, Е. Л. Золотарева, А. А. Алехина [и др.]. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2021. - 256 с.
4. Ильин А.Е., Николенко Д.В. Применение инструментов Big data в анализе деятельности предприятия торговли для принятия оперативных управленческих решений // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2021. – №3(31). – С. 80-88.

# СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

УДК 811.161.1:811.161.3

## УЗАЕМАДЗЕЯННЕ МОЎ ВА ЁМОВАХ БІЛІНГВІЗМУ

Андрэйчук Марыя Ігараўна, выкладчык-стажор

Палескі дзяржаўны ўніверсітэт

Maryia Andreichuk, mia.andreychuk24@gmail.com

Polesky State University

**Анотацыя.** У артыкуле разглядаецца праблема міжмоўнага ўзаемадзеяння ва ўмовах беларуска-рускага і руска- беларускага білінгвізму, даецца характарыстыка білінгвізму і моўнай інтэрферэнцыі. На прыкладзе і параўнанні сінтаксічнай інтэрферэнцыі разглядаюцца магчымыя памылкі ў білінгваў.

**Ключавыя словы:** білінгвізм; інтэрферэнцыя; сінтаксічная інтэрферэнцыя; сінтаксічныя нормы.

Пры вывучэнні пытання аб моўным узаемадзеянні неабходна падкрэсліць, што існуюць моўныя з'явы, цесна звязаныя, практычна неаддзельныя ад моўнага кантакту. Сярод іх – білінгвізм і інтэрферэнцыя.

У наш час пашырана выкарыстанне ў многіх краінах двухмоўя. Двухмоўе (білінгвізм) – вельмі распаўсюджаная з'ява ў наш час, таму што большасць людзей пражываюць у шматнацыянальных дзяржавах, жыхары размаўляюць на дзвюх і больш мовах. Працэсы глабалізацыі, існаванне білі - і полі - лінгвальных дзяржаў ператварылі білінгвізм і полілінгвізм у рэальнасці нашага часу.

Білінгвізм – гэта старажытная сацыякультурная з'ява, якая ўзнікла ля вытокаў фарміравання і развіцця чалавечага грамадства. Існаванне любой шматнацыянальнай дзяржавы немагчыма без двухмоўя або шматмоўя, бо пражыванне людзей у адной супольнасці патрабуе наяўнасці якой-небудзь мовы (акрамя роднай) у якасці сродкаў камунікацыі, якія служаць асновай для ўзаемаразумення членаў шматнацыянальнага сацыума на працягу доўгага перыяду эканамічнага і сацыяльнага развіцця. Сацыяльную значнасць для любой супольнасці мае двухмоўе, якое не прадугледжвае аднолькава вольнага валодання двума рознымі мовамі, але дастатковага для ўзгаднення дзеянняў прадстаўнікоў розных нацыянальнасцяў у працэсе працоўнай і грамадскай дзейнасці. Гісторыя кожнай мовы самым цесным чынам звязана з гісторыяй народа, які з'яўляецца яго носьбітам.

Вывучэннем гэтай з'явы займаліся розныя навукоўцы (лінгвісты, псіхалагі, псіхалінгвісты, метадысты), напрыклад: У. Вайнрайх, В. Матэзіус, Б. Гавранэк, Й. Вахек, Ф. Боас і Э. Сэпір. Значны ўнёсак у тэорыю моўных кантактаў зрабілі савецкія навукоўцы 20-х гадоў XX стагоддзя Б. Ларын, Л. Якубінскі, У. Вінаградаў, Г. Вінакур, В. Жырмунскі, Л. Цэрба, якія схіляліся да вывучэння агульных тэарэтычных пытанняў, даследавання праблем вывучэння іншаземных моў. Іх працы вылучаліся тэарэтычнай глыбінёй, грунтоўнасцю, аднак не пазбеглі пэўнай аднабаковасці, тэндэнцыінасці поглядаў, павярхоўнасці ў разглядзе пытання сужыцця нацыянальных моў з рускай. Найноўшыя даследаванні беларуска-рускага білінгвізму на аснове нацыянальнага моўнага матэрыялу належаць пярэ такіх айчынных вучоных, як А. М. Бардовіч, М. В. Бірыла, А. А. Гіруцкі, Дз. М. Дубініна, А. І. Жураўскі, Н. І. Маскаленка, А. Я. Міхневіч, Т. У. Паліева, Н. С. Старжынская, А. Я. Супрун, Л. В. Чарнышова, П. П. Шуба [5, с. 3].

У. Вайнрайх казаў пра тое, што дастаткова цяжка даць поўнае вызначэнне феномену білінгвізму, паколькі адна з найбольш значных рыс двухмоўя (шматмоўя) – ступень валодання кожнай дадзенай мовай – не толькі не з'яўляецца адзінай у розных двухмоўных індывідаў, але нават не можа лічыцца стабільнай характарыстыкай ў аднаго і таго ж, хто гаворыць на розных стадыях засваення мовы [1].

Тэрмін “білінгвізм” паходзіць з лацінскай мовы і складаецца з двух частак: *bi* – “дваіны” і *lingua* — “мова”. Білінгвізм дазваляе свабодна мець зносіны з носьбітамі абедзвюх моў, выкарыстоўваць іх у працы, вучобе, масавай інфармацыі і г. д.

Білінгвы – гэта людзі, якія свабодна валодаюць дзвюма мовамі адразу, а таксама з’яўляюцца носьбітамі дзвюх культур. Гэта важная асаблівасць: многія людзі вучаць замежныя мовы і валодаюць імі на дастаткова высокім узроўні. Аднак гэта не робіць іх білінгвамі. Напрыклад, можна свабодна размаўляць на рускай, але разумець толькі павольную англійскую мову. А білінгвы не толькі ведаюць дзве мовы, але і аднолькава добра валодаюць абедзвюма.

Навукоўцы (Л.Л. Касаткін, Л.П. Крысін, М.Р. Львоў і інш.) выдзяляюць некалькі тыпаў білінгвізму. Па колькасці засвоеных дзеянняў размяжоўваюць рэцэптыўны (чалавек разумее, але не размаўляе на іншай мове) і прадуктыўны (чалавек размаўляе на другой мове) білінгвізм. Па сувязі з мысленнем выдзяляюць непасрэдны (білінгв “думае” на другой мове) і апасродкаваны (асоба перакладае з роднай мовы выказванне на няродную мову) білінгвізм. Па ўмовах узнікнення размяжоўваюць натуральны (узнікае найчасцей у раннім дзяцінстве, у шматмоўных сем’ях) і штучны (узнікае ў выніку навучання) білінгвізм. Па колькасці ўдзельнікаў у моўных зносінах білінгвізм падзяляюць на індывідуальны і калектыўны. Білінгвізм у нашай краіне – з’ява натуральная, нацыянальная, якая склалася на працягу многіх стагоддзяў гісторыі беларускага этнасу. Сёння ў Рэспубліцы Беларусь дзве мовы гучаць на тэлебачанні і радыё, у навучальных установах і ў побытавых адносінах [5, с.4].

Паколькі беларуская і руская мовы з’яўляюцца блізкароднаснымі, пры размове на абедзвюх мовах узнікае шэраг інтэрферэнцыйных памылак. Аднак яны не ўплываюць на працэс разумення беларускай і рускай гаворкі. Праблема інтэрферэнцыі для беларуска-рускіх білінгваў – гэта праблема беларуска-рускай культуры ва ўмовах білінгвізму.

У лінгвістычным плане інтэрферэнцыя разумеецца як адхіленне ад нормаў мовы. Гэта асаблівы тып уплыву адной мовы на другую, які ўсталёўваецца ў вусным і пісьмовым маўленні шматмоўнага індывіда.

Праблема інтэрферэнцыі не з’яўляецца толькі лінгвістычнай, бо інтэрферэнцыя – не толькі адзін з фактаў мовы, а з’ява, якая мае глыбокія псіхалагічныя і, у канчатковым рахунку, сацыяльна-гістарычныя карані.

Беларуска-руская і руска-беларуская інтэрферэнцыя – шырока распаўсюджаная з’ява, якая закранае ўсе сферы моўнай сістэмы: фанетыку, акцэнтацыю, марфалогію, лексіку, сінтаксіс. Такім чынам вылучаюць наступныя віды інтэрферэнцыі: марфалагічная, сінтаксічная, фанетычная, лексічная, словаўтваральная, акцэнтная.

Што тычыцца сінтаксічнай інтэрферэнцыі, у беларускай мове існуюць сінтаксічныя нормы для правільнай пабудовы словазлучэнняў і сказаў. Гэтыя сінтаксічныя нормы заснаваныя як на правілах сувязі паміж дзейнікамі і выказнікамі, слоў у словазлучэннях (дапасаванне, кіраванне, прымыканне), так і на сінтаксічных асаблівасцях і семантыцы асобных слоў. Сінтаксічныя нормы ў славянскіх мовах амаль аднолькавыя, але менавіта ў словазлучэннях выяўляюцца нацыянальны характары і ўнікальнасць кожнай мовы.

Напрыклад, у беларускай мове пыталыя сказы пачынаюцца часціцай *ці* (*Ці памятаеце вы пра заўтрашнюю нараду?*), а ў рускай мове пыталы сказ утрымлівае часціцу *ли*, якая размяшчаецца пасля дзеяслова (*Помните ли вы про завтрашнее совещание?*). Асаблівасці кіравання і дапасавання ў беларускай мове заключаюцца ў тым, што некаторыя дзеясловы і назоўнікі, спалучэнні назоўнікаў з асобнымі лічэбнікамі адрозніваюцца ад рускай мовы найперш у склонавых формах і / ці ўжыванні прыназоўнікаў (*параўн. белар. дзякаваць сябру, смяяцца з другіх, паслаць па бацьку, захварэць на грып, два сталы, дакрануцца да рукі, ісці лесам, з прычыны занятасці, ісці ў ягады, ажаніўся з аднакурсніцай, усміхацца праз сон, памыліўся праз цябе – руск. благодарить друга, смеяться над другими, послать за отцом, болей гриппом, два стола, прикоснуться к руке, идти по лесу, по причине занятости, идти за ягодами, женился на однокурснице, улыбаться сквозь сон, ошибся из-за тебя*). Структура сказаў таксама мае некаторыя адрозненні: *рус. В одном из переулков встретились ему два друга – бел. У адным завулку ён сустрэў двух сяброў; рус. – Приятно ходить по новым местам, всматриваться в картины, встречающиеся на пути – бел. Прыемна было хадзіць па новых мясцінах, углядацца ў малюнкi, што трапляюцца ў падарожжы*) [4, с.106].

Прычына інтэрферэнцыі заключаецца ў тым, што аперацыйная структура ў розных мовах розная, у працэсе фарміравання маўлення на няроднай мове маўленчае выказванне ўскладняецца тым, што пры адборы моўных сродкаў у сілу старых трывалых навыкаў афармлення выказвання ўсплываюць наміналы і граматычныя правілы роднай мовы, гэта значыць адбываецца накладанне двух сістэм падчас гаворкі, што, у сваю чаргу, так ці інакш, прыводзіць да інтэрферэнцыі.

Трэба адзначыць, што пад моўнай інтэрферэнцыяй мы разумеем унясенне ў сістэму гаворкі і ў сістэму мовы элементаў роднай гаворкі і роднай мовы пры засваенні і выкарыстанні другой мовы. Гэтыя элементы роднай мовы пераносяцца ў іншую мову білінгва ў выглядзе звыкласці для яго выкарыстання дадзеных формаў і значэнняў у сваёй роднай мове. У гэтым выпадку інтэрферэнцыя разумеецца як занясенне элементаў адной мовы ў іншы, якія ў сваю чаргу завуцца інтэрферуемымі элементамі. Яны могуць датычыць вымаўлення, граматыкі, лексікі і семантыкі. Запазычаныя могуць быць аказіанальнымі, адзінкавымі, а інтэрферэнцыя мяркуе інтэнсіўныя кантакты і масавыя запазычаныя.

У нашы дні білінгвізм стаў адной з важных праблем, таму гэты феномен неабходна вывучаць не толькі лінгвістам, але і культуралагам, сацыёлагам, псіхалагам, педагогам і іншым навукоўцам.

Прынцыпова важна планамернае павелічэнне аб'ёмаў выкарыстання нацыянальнай мовы, а таксама пашырэння сфер яго ўцягнутасці, паколькі з вопыту двухмоўных краін відавочна, што гвалтоўнымі рэзкімі мерамі мэтазгоднасць не ўяўляецца магчымым. Важна павялічваць аб'ёмы прадстаўленасці беларускай мовы ў такіх сферах, як культурна-дасугавая дзейнасць і адукацыя, культывуючы тым самым шчырае пачуццё гонару за сваю краіну. Веданне моўных асаблівасцей дапаможа пазбегнуць маўленчых памылак.

Трэба адзначыць, што пад моўнай інтэрферэнцыяй мы разумеем унясенне ў сістэму гаворкі і ў сістэму мовы элементаў роднай гаворкі і роднай мовы пры засваенні і выкарыстанні другой мовы. Элементы роднай мовы пераносяцца ў іншую мову білінгва ў выглядзе звыкласці для яго выкарыстання дадзеных формаў і значэнняў у сваёй роднай мове. У гэтым выпадку інтэрферэнцыя разумеецца як занясенне элементаў адной мовы ў іншы, якія ў сваю чаргу завуцца інтэрферуемымі элементамі. Яны датычаць вымаўлення, граматыкі, лексікі і семантыкі. Запазычаныя могуць быць аказіанальнымі, адзінкавымі, а інтэрферэнцыя мяркуе інтэнсіўныя кантакты і масавыя запазычаныя.

Такім чынам, пад білінгвізмам лагічна разумець суіснаванне ў свядомасці індывіда двух моўных сістэм, якія знаходзяцца ў пэўных адносінах, часцей за ўсё субардынацыйнага білінгвізму. Тэрмін “білінгвізм” характарызуе лінгвістычны і псіхалінгвістычны аспекты маўленчай дзейнасці індывіда.

### Спіс выкарыстаных крыніц

1. Вайнрайх, 1972 Вайнрайх У. Одноязычие и многоязычие / У. Вайнрайх // Новое в лингвистике. – Вып. VI. Языковые контакты. М., 1972. С. 25-60.
2. Гируцкий, А.А. Белорусско-русский художественный билингвизм: типология и история, языковые процессы / А.А. Гируцкий. – Минск : Университетское, 1990. – 175 с.
3. Жураўскі, А.І. Двухмоўе і шматмоўе ў гісторыі Беларусі / А.І. Жураўскі // Пытанні білінгвізму і ўзаемадзеяння моў. – Мінск : Навука і тэхніка, 1982 – 262 с.
4. Зразікава, В.А. Беларуская мова. Прафесійная лексіка для эканамістаў: вучэб. Дапам. / В.А. Зразікава, А.В. Губкіна. – Мінск : Вышэйшая школа, 2016. – 383 с.
5. Смаль, В.М. Білінгвальнае навучанне дашкольнікаў у Беларусі: практыкум / В.М. Смаль. – Брэст: Выд-ва БрДУ імя А.С. Пушкіна, 2012 – 47 с.

УДК 323.2

### О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Евстафьев Валентин Александрович, старший преподаватель**

**Полесский государственный университет**

Evstafiev Valentin Alexandrovich, senior lecturer

Polesky State University, evstval@tut.by

**Аннотация.** Статья раскрывает факторы совершенствования работы с молодежью на предприятии и структурно-функциональное описание модели, соответствующей данной трансформации.

**Ключевые слова:** работающая молодежь, предприятие, трудовой коллектив, работа с молодежью на предприятии.

Весомую по своему удельному составу подгруппу белорусской молодежи, которая объективно обладает социально значимыми характеристиками, предопределяющими ее стратегическую значимость для страны, представляет собой работающая молодежь. В аспекте ресурсного подхода данная молодежная страта традиционно рассматривается в качестве основного социального резерва развития общества. Общественный статус работающей молодежи детерминируется совокупностью политических, социально-экономических, социокультурных и иных факторов и их актуальной спецификой.

В общем перечне данных факторов, определяющих и формирующих реальные позиции работающей молодежи в социальной структуре, необходимо выделить содержание используемых подходов в рамках текущей государственной политики, адресованной работающей молодежи, их фактическая масштабируемость и системная реализация в пространстве повседневной профессиональной деятельности рабочей молодежи, использование в механизмах принятия государственных решений профессионально-трудовых, гражданско-политических, и социально-психологических характеристик данной социально-демографической группы.

Вместе с тем одновременно с факторами актуализации моделирования работы с молодежью в среде ее профессиональной самореализации, исходящими из представлений о непосредственной социальной актуальности, необходимо принимать во внимание императивы, смыслы которых выходит за пределы ординарной утилитарности, реализуемой в повседневных социальных взаимодействиях.

Реализация целей продвижения в своем историческом развитии далее своих предшественников, предполагает от новых поколений молодежи не только расширения генерирования и накопления материальных ценностей, но и активную деятельность по сохранению и развитию духовной, культурно-исторической составляющей общественного развития.

В этой связи перед подсистемой общественного производства нашей страны объективно возникает необходимость формирования и внедрения в общественное сознание молодежи смыслов, активизирующих восходящее направление базовых процессов в социуме, выходящих за пределы экономического прагматизма, а также обеспечивающих уверенное противостояние попыткам разрушения традиционных ценностей, которые навязываются из-за пределов нашей страны.

Работающая молодежь – одна из социально-демографических групп населения страны, обладающая весомыми по своему количественному составу позиции в структуре трудового потенциала белорусского общества. Молодые работники представляют собой важнейший элемент как в социальной структуре общества в целом, так и в социально-профессиональной структуре предприятий и организаций.

Так, например, на 2019 г. удельный вес работающей молодежи в возрасте от 20 до 29 лет в общей структуре занятого населения республики составил 19,5% или в абсолютном исчислении – около 845 тыс. человек [1].

На 2022 г. численный состав данной возрастной группы в стране составлял около 1512 тыс. человек [2].

Значительное влияние на сущность и основные направления процессов профессионального становления современной молодежи оказали произошедшие за последние тридцать лет социально-экономические и общественно-политические преобразования. Качественные характеристики процесса жизненного и профессионального самоопределения молодежи в ходе современных общественных процессов претерпели существенные трансформации.

В условиях сложившейся неблагоприятной динамики восполнения рабочей силы в современном белорусском обществе и в целях достижения более высокого уровня производства, повышения его эффективности и конкурентоспособности становится необходимым совершенствование компетентности молодых работников предприятий и организаций и качества их компетенций. Проявившаяся тенденция постепенного снижения количественных возможностей привлечения занятого населения в сферу профессиональной деятельности из состава молодежи объективно предопределяет формирование качественно новых подходов к воспроизводству и использованию ее человеческого потенциала в сфере профессиональной деятельности [2].

Недостаточный уровень устойчивости социального положения работающей молодежи детерминирует специфику ее социо-профессионального поведения, предопределяя относительную подвижность ее позиций и мнений, повышенную мобильность в системе социальных взаимодействий, а также невысокие статусы в функциональном пространстве предприятия, учреждения и организации.

Одним из наиболее значимых объективных свойств, объективно возникающим в структуре профессиональной активности молодого специалиста при переходе из образовательной среды в сферу трудовой деятельности, является появление фактора его индивидуальной ответственности за вклад в общий результат функционирования коллектива предприятия (организации). Качественные и количественные характеристики этого вклада в немалой степени предопределяются содержанием системной деятельности в трудовом коллективе (в ведомстве, отрасли), по формированию личной профессиональной ответственности молодого работника, как свойства его компетентности. При этом работающая молодежь в силу возрастных особенностей предрасположена к повышенной готовности к социальному и инновационному творчеству в социо-профессиональном пространстве предприятия и организации, к участию в формировании новых производственных и социальных практик, профессиональных статусов, символических конструктов, корпоративных норм, социальных (включая и сетевые) сообществ.

На данном этапе молодежь несет на себе значительную социальную нагрузку неопределенностей структурных перспектив функционирования рынка труда. Молодые работники более чем другие работающие оказываются уязвимыми в аспекте факторов риска от опасностей, присутствующих на рабочих местах предприятий, а также неопределенностями долговременных перспектив потребностей в рабочей силе в административных образованиях по месту их проживания [3].

За последние три десятилетия система социокультурной деятельности предприятий, учреждений и организаций как в отношении общего состава работников, так и в аспекте взаимодействия с целевыми категориями работников, включая и работающую молодежь, в целом претерпела значительные изменения. В силу факторов разрушения единого (в экономике бывшего СССР) комплекса народно-хозяйственных связей, возникновения рыночного экономического уклада и связанного с ним изменения форм собственности, снижения возможностей по поддержанию непроизводственных социальных секторов хозяйствующих субъектов, распада механизмов политического и административного контроля над процессами реализации социопрофессиональных и социокультурных молодежных практик предприятий и организаций, показатели системных характеристик их воспроизводства были снижены.

В Республике Беларусь насчитывается 415 организаций и предприятий различной формы собственности с численностью работников свыше 1000 человек. По состоянию на 1 августа 2022 года на таких предприятиях введено 55 ставок специалистов по работе с молодежью, что составляет около 13% от их численности [4].

Имеющиеся позитивные примеры создания благоприятных условий для профессионального развития и личностного развития работающей молодежи на ряде крупных предприятий и организаций страны обусловлены их устойчивым экономическим положением, наличием материальных, финансовых и технических ресурсов для инвестирования в молодежный человеческий капитал, а также сохранением имеющихся традиций разносторонней поддержки молодых работников.

Необходимо отметить, что в среде аппарата управления предприятиями и организациями в основном сохраняются устойчивые представления о необходимости и значимости системной социально ориентированной деятельности в отношении работающей молодежи, а также о содержании ее основных направлений.

Вместе с тем, к настоящему времени сложилась ситуация, которая характеризуется фактическим отсутствием общего центра и системы управления государственной молодежной политикой в сфере профессиональной деятельности молодежи в стране. Это обстоятельство обуславливает затрудняет выработку общих функциональных и оценочных подходов в эффективной реализации задач государственной молодежной политики в полном объеме на предприятиях и в организациях страны.

В силу данных обстоятельств работа с молодежью на предприятиях и в организациях недостаточно обеспеченная единым, системным государственным управлением и универсальным норма-

тивным-правовым обеспечением приобрела во многом факультативный характер и осуществляется в значительной части случаев на автономных и самостоятельных организационных началах. Несмотря на имеющуюся определенную активизацию методического и организационного обеспечения подсистемы взаимодействия с работающей молодежью, сохраняется потребность в систематизации и универсализации подходов к данной деятельности в краткосрочной временной перспективе.

Данное обстоятельство предопределяет необходимость в формировании и реализации интегративных социальных технологий на предприятиях и в организациях, позволяющих управлять процессами производственной адаптации работающей молодежи, выработать инновационные модели профессионального поведения молодых специалистов и обеспечивать их эффективное включение в трудовые сообщества.

В целях реализации данных задач в рамках программы развития работы с молодежью на предприятии (в организации) сформированы системные предложения и инструктивно-методические рекомендации по комплексному совершенствованию взаимодействий с молодыми работниками. В структуре предложенной программы определены 4 направлений (блоков) деятельности, вобравших в свое содержание 17 профильных задач (модулей) [5, с. 3-6].

В рамках первого направления, направленного на достижение целей ресурсно-методического обеспечения развития работы с молодежью на предприятии (в организации) предполагается решение задач нормативное правового обеспечения развития работы с молодежью на предприятии, распределения должностных компетенций и повышение квалификации ответственных исполнителей в системе работы с молодежью предприятия, планирование деятельности в сфере работы с молодежью предприятия, определение и формализация финансовой и материально-технической ресурсной базы работы с молодежью на предприятии, совершенствование социопрофессиональных коммуникаций работающей молодежи, а также формирование подходов к оцениванию результативности и эффективности работы с трудящейся молодежью.

Второе направление деятельности, ориентированное на целеполагание в сфере идейно-воспитательной и социокультурной работы с молодежью на предприятиях, интегрировало в своем содержании задачи по патриотическому воспитанию работающей молодежи и культурно-массовой работы в пространстве ее профессиональной самореализации, а также физкультурно-оздоровительную работу и пропаганду здорового образа жизни среди молодых работников предприятий.

Третий функциональный вектор совершенствования работы с молодежью на предприятии обобщил в своем содержании вопросы обеспечения социально-экономических и профессионально-кадровых гарантий работающей молодежи в среде ее профессиональной деятельности. В перечень задач, решение которых предполагается данным направлением программы включены профессиональная и социально-психологическая адаптация молодых работников, мероприятия по профессиональному развитию и кадровому росту молодых работников, поддержка семей работающей молодежи, материальное и нематериальное стимулирование молодых работников.

Заключительный, четвертый блок программы предусматривает решение задач, направленных на обеспечение субъектности работающей молодежи посредством ее включенности (вовлеченности) в производственные и общественно-политические процессы предприятия в части формирования и функционирования совещательно-коллегиальных молодежных структур на предприятии, а также мероприятий по обеспечению инициативной проектной производственной и социальной деятельности рабочей молодежи [5].

#### **Список использованных источников:**

1. Труд и занятость в Республике Беларусь : статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь ; редкол.: И.В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. - 316 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c17/c1758aafc21ec069dafba92b27dea768.pdf>. – Дата доступа: 02.04.2024.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2022 / редкол.: И.В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2022. – 374 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public\\_compilation/index\\_57394/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_57394/) – Дата доступа: 02.04.2024.

3. Молодые работники особенно уязвимы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gazeta.naftan.by/molodye-rabotniki-osobenno-uyazvimy>. – Дата доступа: 06.06.2023.

4. Инструктивно-методическое письмо по организации работы с молодежью. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://xn--d1acdre9i.xn--90ais/upload/npa/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE\\_%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5\\_%D0%BF%D0%B8%D1%81%D1%8C%D0%BC%D0%BE\\_%D0%BF%D0%BE\\_%D0%93%D0%9C%D0%9F.pdf](https://xn--d1acdre9i.xn--90ais/upload/npa/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE_%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D0%B8%D1%81%D1%8C%D0%BC%D0%BE_%D0%BF%D0%BE_%D0%93%D0%9C%D0%9F.pdf). – Дата доступа: 05.06.23.)

5. Практическое руководство по развитию работы с молодежью на предприятиях и в организациях Республики Беларусь / Е.С.Игнатович [и др.] ; под. ред. Е.С.Игнатович. – Минск : РИВШ, 2023. – 234 с.

УДК 378.147(476):94“1941/1945”

**СТИМУЛИРОВАНИЕ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ  
ПО КУРСУ «ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА СОВЕТСКОГО НАРОДА  
(В КОНТЕКСТЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ)»**

**Еленская Ирина Эдуардовна, к.ист.н., доцент**

**Полесский государственный университет**

**Jelenskaja Irina Eduardovna, PhD of History, Polessky State University, ilenska@list.ru**

**Аннотация.** В статье показаны теоретические подходы и разработки практических заданий для студентов вузов, используемые с целью вовлечения аудитории в активную работу на семинарских занятиях, закрепление учебного материала по курсу и усиления контроля за успеваемостью.

**Ключевые слова:** военная история, нацизм, геноцид, подвиг, стимулирование активности, контроль успеваемости.

Изучение истории Великой Отечественной войны необходимо каждому гражданину Республики Беларусь, так как без знания прошлого, без правильных оценок исторических событий и процессов нельзя понять настоящее, осознать свои национальные интересы и строить будущее страны. Современный человек должен обладать историческим мышлением. Знание отечественной истории формирует своего рода иммунитет в условиях постоянных информационных атак на массовое сознание. В последние годы особенно серьезным вызовом являются попытки реабилитации нацизма. Подростающее поколение должно быть привержено ценностям, соответствующим историческому опыту и исторической памяти белорусского народа. Трагедия геноцида и вклад наших предков в Победу – это тот особый культурно-исторический код, который позволяет укреплять идентичность белорусов и противостоять попыткам переоценки итогов Великой Отечественной и Второй мировой войн. Именно исторические дисциплины позволяют студентам обращаться к изучению истории семьи и биографий своих предков, формировать на этой основе чувство сопричастности к судьбе страны и своего народа [1; 2].

Одной из главных проблем практических занятий по дисциплине ”Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)” является нехватка учебного времени для рассмотрения основных тем дисциплины. Задача преподавателя в связи с тем, что в учебных планах в большинстве случаев предусмотрено всего 5 семинарских (практических) занятий, как можно более рационально и эффективно использовать учебное время. Для этого следует поддерживать высокий темп работы, проверяя знания студентов по заданной теме и расширяя их представления о событиях войны, раскрывая новые аспекты, не затронутые в ходе изложения лекционного материала. Таким образом, сценарий практического занятия должен быть тщательно продуман.

Еще одной проблемой в ходе проведения практических занятий является достаточно низкий уровень базовых знаний по истории Великой Отечественной войны выпускников средней школы и в целом недостаточно ответственное отношение к подготовке к занятиям, что влечет за собой проблему пассивности и невысокой успеваемости студентов.

Выход из ситуации, при которой в устном обсуждении темы в каждой учебной группе могут полноценно участвовать всего несколько студентов, состоит в том, чтобы на каждом занятии вовлекать в активную работу всех без исключения. Апробированы следующие приёмы активизации учебной деятельности студентов:

1. Использование раздаточного материала с последующим выполнением устных и письменных заданий.

2. Работа в команде.

3. Письменный опрос по вариантам.

Общие условия для использования указанных приемов: студенты получают четкие указания преподавателя, не пользуются мобильными устройствами, преподаватель контролирует регламент выполнения заданий.

В качестве раздаточного материала на занятиях по истории Великой Отечественной войны используются выдержки из документов и материалов, на основании ознакомления с которыми студенты формулируют в устной и письменной форме ответы на вопросы преподавателя. На первом семинарском (практическом) занятии студенты изучают выдержки из Закона Республики Беларусь “О недопущении реабилитации нацизма” от 14 мая 2021 г., получив разъяснение, что работа над документом будет вестись в устной и письменной форме, при этом каждый студент получит индивидуальную отметку. Далее в группе в устной форме идет обсуждение вопросов о причинах принятия данного закона; об опасности идей нацизма и неонацизма; разбираются примеры действий, которые подпадают под определение реабилитации нацизма; рассматривается принцип неотвратимости наказания за нарушение закона. Как правило, студенты достаточно активно участвуют в обсуждении, цитируют текст закона, приводят собственные примеры и аргументацию. После возвращения преподавателю раздаточного материала студенты в письменной форме отвечают на вопрос об основных направлениях профилактики реабилитации нацизма в Республике Беларусь. На выполнение письменного задания дается 5-7 минут. Результаты проверки письменных ответов практически всегда показывают хороший уровень усвоения материала.

Еще одним примером использования раздаточного материала с последующим обсуждением является изучение выдержек из текста выступления президента Федеративной Республики Германия Франка-Вальтера Штайнмайера по случаю 80-й годовщины нападения нацистской Германии на Советский Союз. В речи немецкого президента приведены многие примеры нацистских преступлений на оккупированных территориях СССР, в том числе на белорусской земле, раскрыты планы Третьего рейха в отношении населения Советского Союза. После ознакомления с текстом, студенты устно отвечают на вопросы:

– Какую оценку президент ФРГ, как официальное лицо, дает действиям Третьего рейха?

– Какое личное отношение к нацистской политике на оккупированных территориях СССР и событиям Великой Отечественной войны высказал Ф.-В. Штайнмайер?

– Как он оценивает уровень знаний современных граждан ФРГ о нацистских преступлениях на территории Беларуси и всего Советского Союза?

Для студентов вузов Республики Беларусь важно понять, как воспринимается тема геноцида белорусского народа в современной Германии, сравнить уровень изучения и осмысления событий Великой Отечественной войны в странах ЕС и Республике Беларусь.

Следующий текст, с которым знакомятся студенты в рамках изучения темы “Оккупационный режим. Геноцид белорусского народа” – это краткое “Обращение Президента Беларуси по случаю 80-летия трагедии в Хатыни”. Вместе со студентами обсуждаем, как следует понимать долг каждого гражданина Республики Беларусь перед жертвами нацизма. На этом же занятии студенты получают для изучения текст Закона Республики Беларусь “О геноциде белорусского народа” от 22 января 2022 г. с предупреждением о необходимости в письменной форме ответить на вопросы по тексту закона. После чего по вариантам проводится письменная работа (продолжительность выполнения – 5-7 минут). Студентам предлагается ответить на один из вопросов:

– В чем причина принятия данного закона в Республике Беларусь?

– Какие действия в военный и послевоенный период определяются как геноцид белорусского народа?

– Какие действия подпадают под определение отрицания геноцида белорусского народа? Какая ответственность предусмотрена за эти действия?

– Какие меры предусмотрены в законе для дачи справедливой оценки злодеяниям нацистских преступников и их пособников?

Работа с текстами документов позволяет каждому студенту глубже вникнуть в тему по военной истории и сопоставить события прошлого с процессами в современном мире. Кроме того, использование подобного приема обеспечивает вовлечение в учебную деятельность всех студентов без исключения, позволяет выставить отметки за устные и письменные ответы.

Работа в команде создает для студентов благоприятные возможности, чтобы объединить усилия для достижения общей цели – выполнения полученного задания. Для тех студентов, которые не имеют высокого уровня подготовленности к занятиям и/или избегают участвовать в устном обсуждении темы, предоставляется шанс проявить себя, сделать свой вклад в совместный результат. В составе команды от 2 до 4 студентов, что способствует развитию коммуникативных навыков, естественным образом вовлекает всех участников в активное обсуждение задания. Каждая команда получает конверт с карточками, которые надо разложить в соответствии с заданием. По теме «Начало Второй мировой войны. События в Беларуси» разработаны задания на соотнесение, например:

– Задание собрать из трех карточек данные об одном из исторических деятелей периода Второй мировой войны (Иосиф Сталин, Невилл Чемберлен, Уинстон Черчилль, Бенито Муссолини, Франклин Рузвельт, Адольф Гитлер, Эдвард Бенеш, Эдуард Даладье, император Сёва (Хирохито), Филипп Петен, Йон Антонеску, Курт Шушнинг, Игнаций Мосцицкий). Принцип соотнесения карточек: портрет – имя – биографические данные.

– Задание собрать из трех карточек данные об историческом событии. Принцип соотнесения карточек: дата – название события – краткая информация о сути события.

– Задание собрать из трех карточек данные о месте и времени исторического события. Принцип соотнесения карточек: название государства – дата события – результат события.

Для усложнения работы над заданиями в конвертах находятся лишние карточки, что помогает проверить устойчивость знаний по теме.

Каждая команда получает оценку за выполненное задание, после чего аудитории предлагаются вопросы для устного обсуждения темы. В ходе обсуждения студенты могут опираться на материалы выполненных заданий.

Эффект работы в команде, более свободная форма поведения и хорошая оценка за успешно выполненное задание делает студентов более уверенными и вдохновляет их на продолжение достаточно активного участия в обсуждении вопросов по теме. Поскольку команды получают разные задания, в ходе устного обсуждения у каждого есть возможность услышать дополнительный материал и показать свои знания по разным аспектам темы. Участие в устном обсуждении оценивается отдельно в индивидуальном порядке. Таким образом, каждый студент получает отметку как участник команды и имеет шанс заработать еще одну отметку персонально, повысив тем самым свой личный результат.

Письменный опрос по вариантам предлагается в качестве старта практического занятия и позволяет определить степень подготовки каждого студента. Такой прием используется на втором занятии по теме «Начало Великой Отечественной войны. Оборонительные бои на территории Беларуси». Письменная работа рассчитана на 10 минут и включает в себя часть заданий в виде тестов. Пример одного из вариантов:

1. Объясните, что такое блицкриг и определите причины его срыва в 1941 г.
2. Соотнесите главные цели наступления групп армий вермахта в начале Великой Отечественной войны. Определите, какая группа армий двигалась через территорию Беларуси:

А) Группа армий «Север»	1. Киев
Б) Группа армий «Центр»	2. Ленинград
В) Группа армий «Юг»	3. Москва
3. 26 июня 1941 года экипаж советского бомбардировщика совершил огненный таран на дороге Молодечно — Радошковичи и поразил механизированную колонну врага. За совершенный подвиг звание Героя Советского Союза посмертно было присвоено командиру экипажа, белорусу:

а) Николаю Гастелло;	б) Ивану Флёрову;
в) Минаю Шмырёву;	г) Марату Казею.
4. Первый в Великой Отечественной войне и во Второй мировой войне партизанский бой произошёл 28 июня 1941 г. недалеко от:

а) Бреста;	б) Пинска;	в) Витебска;	г) Полоцка.
------------	------------	--------------	-------------

5. Один из героев обороны Брестской крепости:

а) Минай Шмырёв; б) Семён Кутепов; в) Пётр Гаврилов; г) Василий Корж.

После проведенной письменной работы проводится устное обсуждение темы, в ходе которого выясняются правильные ответы на вопросы, сформулированные в письменных заданиях. Таким образом, студенты сразу могут узнать о сделанных ошибках, это позволяет сэкономить время и не возвращаться к комментированию результатов проверки работы на следующем занятии.

Комбинирование приёмов, направленных на активизацию учебной деятельности студентов на семинарских занятиях, вносит разнообразие в учебную жизнь, стимулирует более качественную подготовку по темам со стороны студентов к следующим занятиям, помогает закрепить учебный материал по курсу, способствует накоплению отметок, повышает успеваемость, развивает способности к аналитическому и критическому мышлению, осмыслению героических и трагических страниц истории Великой Отечественной войны, формирует уважение к подвигу советского народа, частью которого были белорусы.

#### **Список использованных источников**

1. Еленская, И.Э. Подвиг. Трагедия. Память: студенты ПолесГУ о судьбах родных в годы Великой Отечественной войны: методическая разработка / И.Э. Еленская. – Пинск: УВО «Полесский государственный университет», 2023. – 17 с.

2. Еленская, И. Методические разработки по курсу «Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)» / И. Еленская // Государства Центральной и Восточной Европы в исторической перспективе : сб. научн. ст. / Полес. гос. ун-т ; под ред. В.И. Дуная, Р.Б. Гагуа и др. – Пинск : ПолесГУ, 2023. – Вып. 8. – С. 126–130.

УДК 947.6 : 004

### **ГЕНЕЗИС ДЕВИАНТНОГО УЧЕБНОГО ПОВЕДЕНИЯ В ОБЩЕМ СРЕДНЕМ ОБРАЗОВАНИИ**

**Зинович Ольга Юрьевна, преподаватель, Полесский государственный университет**  
Zinovich Olga Yurievna, Polesky State University, zinovich.o@polessu.by

**Аннотация.** В статье раскрываются особенности генезиса и развития девиантного учебного поведения, предопределенные влиянием условий информационно-образовательной среды на ступени общего среднего образования. Автором анализируются аспекты возникновения растущей динамики проявлений девиантного учебного поведения и формирования готовности учащихся к нарушению этических норм, принятых в учреждениях. Учет выводимых в исследовании положений будет способствовать решению задач по разработке превентивных мер деструктивных проявлений изучаемого предмета комплексного междисциплинарного исследования предназначенных для осуществления более качественной профессиональной подготовки молодых специалистов в Республике Беларусь.

**Ключевые слова:** генезис; смешенное обучение; информационно-образовательная среда; цифровизация; девиантное учебное поведение.

Направленность исследования проблемы генезиса девиантного учебного поведения и его технологизации актуально с позиций осмысления процессов интеграции в образование информационных технологий и развития информационно-образовательной среды (ИОС) учреждений высшего образования (УВО), обеспечивающих решение целого ряда задач по повышению эффективности системы образовательной сферы, наращивания качества человеческого потенциала, обеспечения высокой степени конкурентоспособности и готовности молодых специалистов в условиях нарождающейся эпохи цифровизации. В рамках совершенствования системы национального образования цифровизация интенсифицирует модернизацию и расширение ИОС, в условиях которой, как показывают исследования, получают свое развитие ряд негативных явлений, связанных с нарушениями академических норм. В условиях динамичного совершенствования технических средств обучения качественного изменения информационно-коммуникационного пространства проявления девиантного учебного поведения студентов эволюционируют и осуществляются на более высоком уровне. Зачастую студенты обладают большей информационной осведомленностью о наличии и методике использования технических устройств и приложений, которые могут

неэтично оптимизировать выполнение самостоятельных, контрольных работ, написание сочинений, эссе, рефератов, курсовых и дипломных проектов, магистерских исследований. Проблема динамического роста и расширения масштабов проявлений девиантного учебного поведения студентов УВО и учащихся учреждений общего образования требует пересмотра существующих подходов к контролю сформированности ключевых компетенций в образовательной деятельности, а также анализа влияния последствий масштабирования проблемы на общество и отдельные группы. В контексте вышеизложенной проблемы рассмотрение аспектов генезиса девиантного учебного поведения школьников выступает в качестве актуального направления научного исследования.

Вопросам, связанным с областью психолого-педагогической проблематики генезиса и развития девиантного учебного поведения посвящены научные изыскания О. В. Дремовой, Е. В. Змановской, В. Л. Лоцицкого, Л. Б. Шнейдера, Е. А. Ярошевич [1-5]. В контексте проблематики исследования целесообразно упомянуть работу Е. Б. Манаховой, в которой автор отмечает, что исследуемый вид девиации «... можно условно разделить на два типа: обман с помощью различных ухищрений и приспособлений (наушник, «умные часы», плохой свет в помещении, где находится компьютер студента во время ответа, искусственно создаваемый сторонний шум, очки с полупрозрачными линзами и т. д.) и коллаборация с более подготовленным студентом, который делает подсказки из «слепой зоны» [6, с.140]. Вместе с тем, факторы, способствующие развитию процесса формирования студенческого девиантного учебного поведения можно проследить на более ранних ступенях образования, что предполагает изучение проблемы генезиса в условиях общего среднего образования.

На первой ступени общего среднего образования списывание является самым эффективным методом выработки грамотности, эстетичности и скорости письма. Эффективность данного метода обусловлена точным следованием алгоритму, что способствует повышению концентрации внимания ребенка и активизации работы кратковременной памяти. Нарушение последовательности, изменение или пренебрежение некоторыми его этапами нарушает процесс целостного восприятия графической формы слова и его значения, превращая метод в бесполезное техническое копирование. Переписывая слова по буквам, ребенок стремится не допустить пропуска, неправильной расстановки букв по невнимательности и лишним исправлениям, избегая получения отрицательной отметки и критических замечаний взрослых, однако данный подход к обучению не способствует формированию навыков грамотности. Контрольное списывание превращается в лишь способ проверки сформированности умения дублировать печатный или рукописный текст, находить границы предложений и правильно оформлять их на письме. От степени овладения вышеупомянутыми навыками зависит успех освоения ребенком учебного материала. Ребенок, не овладевший базовыми навыками, лежащими в основе более высоких ступеней обучения, будет испытывать трудности и отставание в учебе.

Обучение на второй ступени общего среднего образования характеризуется появлением методов, таких как изложение и сочинение, направленных на контроль уровня грамотности, а также на развитие мышления и способности создавать текст на заданную тему, характеризующийся смысловой цельностью и завершенностью, логической связностью и стилистическим единством, совершенствование речевые навыки. С изменением условий информационно-образовательной среды и требований, предъявляемых к учащимся пятых классов, школьники продолжают использовать методы обучения, усвоенные на первой ступени общего образования. Создается фрустрационная ситуация, обусловленная резким снижением толерантного отношения учителей к списыванию, ранее являвшимся одним из основных методов обучения и контроля сформированности навыков и умений. В условиях ограниченности времени, отсутствия понимания целей и результатов обучения школьник ориентируется на получении высокой количественной отметки, определяющей целерациональный выбор методов и средств в пользу нарушения этических принципов учебного поведения.

Девиантное учебное поведение на уровне общего среднего образования может проявляться в списывании при выполнении домашних заданий, самостоятельных, лабораторных, проверочных работ, применении подсказок, шпаргалок и технических устройств с доступом в сеть Интернет, некорректное цитирование при написании сочинений, эссе, рефератов и выполнении творческих заданий и проектов на мероприятиях текущего, промежуточного и итогового контроля. В условиях высокой учебной нагрузки самостоятельная работа учащихся, включающая выполнение до-

машного задания, способствует закреплению знаний, полученных на уроке, и контролю степени качества их усвоения. С увеличением учебной нагрузки и дальнейшей профориентацией школьник ощущает острую необходимость отбора учебных предметов, необходимых ему для продолжения обучения в учреждении высшего образования. Использование пособий и сайтов, публикующих зачастую некачественные решения домашних заданий, рассматриваются учащимися не как возможность проверить правильность решений и сделать работу над ошибками, а как способ оптимизировать прилагаемые усилия и временные ресурсы. Учащие активно применяют инструментарий ИКТ при нарушении этических принципов учебного поведения. Школьники используют смартфоны, с заранее подготовленным теоретическим материалом или доступом в сеть Интернет, наушники, оснащенные маленьким микрофоном, смарт-часы, цифровые руки и блокноты. В условиях смешанного обучения активно развивается сфера услуг по предоставлению готовых домашних учебных работ: написанию сочинений, эссе, рефератов, разработке презентаций и проектов. Обладая неограниченным доступом в сеть Интернет, школьник может не только получить интересующую его информацию, но и перепоручить выполнение задания за умеренную плату. Навыки мошенничества и толерантное отношение к нарушениям этических норм школьники и студенты продолжают применять на более высокой ступени обучения, а также при выполнении трудовых обязанностей на первом рабочем месте в государственном учреждении.

Растущий темп технической модернизации сопряжен с повышенными требованиями к личности молодого специалиста. Обновление общественных связей, создание и поддержание благоприятного социально-психологического климата и целенаправленность общественных отношений особенно остро проявляется в современном обществе. Наблюдается динамика тенденции преемственности проявлений девиантного учебного поведения, выражающаяся в процессе совершенствования и усложнения форм проявлений девиантного учебного поведения на разных ступенях получения образования. Понимание особенностей генезиса девиантного учебного поведения приобретает особую важность при разработке коррекционных мер образовательной политики в системе образования процессе сокращения масштабов деструктивных проявлений и их профилактики.

#### **Список использованных источников**

1. Дремова, О. В. Академическое мошенничество студентов: обзор теоретических концепций и мер предотвращения / О. В. Дремова // Педагогика и психология образования. – 2020. – № 2. – 93–111 с.
2. Змановская, Е. В. Девиантное поведение личности и группы / Е. В. Змановская, В.Ю. Рыбников. – СПб. : Питер. – 2010. – 352 с.
3. Лозицкий, В. Л. Девиантное учебное поведение учащихся и студентов в условиях цифровой трансформации образования и его динамичной технологизации / В. Л. Лозицкий // Адукацыя і выхаванне. – 2023. – № 8. – С. 11–19.
4. Шнейдер, Л. Б. Психология девиантного и аддиктивного поведения детей и подростков : учеб. пособие / Л. Б. Шнейдер. – Изд. 2-е. М. : Юрайт, 2023. – 219 с.
5. Ярошевич, Е. А. Девиантность и виктимность личности в генезисе и развитии девиантного поведения / Е. А. Ярошевич // Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А. А. Куляшова. Сер. Д. Эканоміка, сацыялогія, права. – 2016. – № 2 (48). – 53–59 с.
6. Манахова, Е. Б. Проявление девиаций в студенческой среде и их влияние на уровень подготовки будущих специалистов / Е. Б. Манахова // Мир науки, культуры и образования. – 2002. – №5 (96) – 139 – 142 с.

## РИСКИ И УГРОЗЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ В АСПЕКТЕ ПРОБЛЕМАТИКИ ПРЕДИКТИВНОГО ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Лоцицкий Вячеслав Леонтьевич, к.пед.н., доцент

Полесский государственный университет,

Lozitsky Vyacheslav Leontyevich, PhD in Pedagogik, Associate Professor

Polesie State University, bakalaur@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы осуществления предиктивного анализа психолого-педагогической проблематики цифровой трансформации сферы образования в Республике Беларусь. Определены важные направления исследования технологизации образовательной сферы в условиях вызревания рисков и угроз цифровизации.

**Ключевые слова:** цифровизация образования, методология исследования, предиктивный анализ, риски и угрозы цифровизации образования

Динамика модернизационных изменений в образовательной сфере во взаимосвязи с качественными переменами в информационно-коммуникационном пространстве обуславливают необходимость в системном научном анализе, одним из направлений которого является прогнозирование вызреваемых рисков и угроз цифровизации образования с учетом психолого-педагогической проблематики осуществляемого исследования. Ошибки в оценивании их значимости и последствий воздействия как на систему, так и на личность являются реальной угрозой в принятии стратегических решений при учете краткосрочных и долгосрочных перспектив развития образования.

В контексте осуществляемой научной рефлексии предиктивный анализ является методом прогностического исследования процессов цифровизации образования, опирающийся на анализе накопленных и систематизированных данных (параметров) во взаимосвязи с их интерпретацией. С позиций методологии исследования реализация данного метода должна опираться на учет факторов, которые в своей детерминированности определяют темпы и своеобразие процессов цифровизации образования. К таковым детерминантам мы отнесем: динамизм социокультурных изменений, вызванный интеграцией инновационных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в бытие личности и социума; качественные перемены информационно-коммуникационного пространства и формирование новых условий развития системы образования; разработка теоретико-методологических подходов, обосновывающих инновационные модели организации образования с учетом взаимодействия науки, образования, производства и бизнеса; совершенствование обеспечивающей нормативно-правовой базы цифровизации образования; развитие педагогической практики и опыта обеспечения преемственности уровней образования в Республике Беларусь и на постсоветском пространстве в условиях цифровизации.

В таком понимании организационно-педагогическими основами осуществления анализа в оценивании рисков и угроз цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь нами определены:

- сбор, систематизация и обобщение регистрируемых данных (показателей) с учетом их максимизации и определяющего влияния на полноту осуществляемой аналитики;
- учет тенденций развития системы образования в условиях цифровизации, а также факторов, детерминирующих процессы цифровой трансформации образовательной сферы;
- положения разработанных теоретико-методологических подходов, определяющих в своей практической направленности процессы развития цифровизации образования на его системных уровнях;
- обобщение этапных и окончательных результатов реализации положений Концепции цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь на 2019-2025 годы [1] с учетом приоритетов Дорожной карты по реализации целей устойчивого развития [2];
- наличие ресурсной обеспеченности (теоретико-методологической, нормативно-правовой, кадровой, технико-технологической, учебно-методической и дидактической) эффективной реализации мероприятий по цифровой трансформации в сфере образования в Республике Беларусь;
- учет психолого-педагогического аспекта реализации цифровизации образования в сочетании с пониманием рисков технологизации образовательной деятельности, а также ограничений, свя-

занных с ролью человеческого фактора в педагогическом взаимодействии субъектов – педагогов и обучающихся;

- полный цикл интерпретации систематизированных и обобщенных данных с выявлением закономерностей, проявляющихся отклонений и моделированием процессов.

Понятийное значение «цифровая трансформация образования» указывает на качественный переход определяемого объекта в новое состояние, его преобразование в результате целенаправленных внутренних и внешних изменений. В своем триединстве (по аналогии с феноменом цифровизации образования) цифровая трансформация образования сущностно объединяет в себе процессуальное и результирующее начала, а также само условие качественного системного преобразования. Такая трактовка важна для определения терминов «угроза цифровизации», «риск цифровой трансформации».

Применительно к общественной безопасности угроза есть вероятностное выражение возможного негативного (с позиций интересов личности, общества или государства) воздействия на сами интересы, условия и возможности их реализации, на систему отношений, выраженных данными интересами [3, с. 27]. В такой взаимосвязи риски цифровой трансформации образования определяются нами как совокупность прогнозируемых результатов субъектной деятельности – неопределенностей (событий или условий), следствием которых является положительное или отрицательное влияние на достижение целей развития цифровизации образовательной сферы. С позиций психолого-педагогической рефлексии к таким рискам мы отнесем:

- опасность недооценки технотронного воздействия на когнитивные функции субъектов образовательной деятельности;

- угроза процессам качественной коммуникации с уменьшением доли непосредственного живого общения – важнейшего звена процессов и механизмов трансляции и усвоения социального опыта;

- опасность неконтролируемого влияния результатов использования платформ искусственного интеллекта (AI-технологии) в образовательной деятельности;

- возрастание неравенства в доступе к инновационным ИКТ (ситуация «цифрового разрыва»);

- распространение отставания субъектов образовательной деятельности в освоении информационных компетенций от темпов технологизации (функционально-технологический разрыв);

- нерешенность проблемы защиты информации и персональных данных в условиях разрастания масштабов кибератак и преступных действий компьютерных мошенников;

- опасность расширения технологизации девиантного учебного поведения в практике списывания и подказок, плагиата и иных форм академического мошенничества.

С позиций понимания предиктивного анализа своей научной рефлексии требует исследование когнитивных рисков, проявляющихся в условиях цифровой трансформации образовательной сферы (информационное перенасыщение когнитивной сферы; девальвация возможностей механизмов памяти; снижение уровня критического мышления, способности самостоятельно создавать интеллектуальный продукт) [4, с. 17]. Важным направлением исследования представляется психолого-педагогическое исследование проблематики активизации простых и сложных паттернов в деятельности субъектов педагогического взаимодействия, детерминированных цифровизацией образования. Требует своего решения комплекс вопросов, связанных с общей проблемой информационно-психологической безопасности субъектов образовательной деятельности – студентов и преподавателей в условиях интеграции инновационных ИКТ в образование.

Отметим важность минимизации рисков и решения задач процессов цифровой трансформации в сфере образования через учет и выполнение ряда условий, представленных следующими требованиями императивного характера:

- четкое понимание пределов развития процессов цифровизации образования при осмысленном восприятии глубины развития цифровизации, ее целевой направленности и перспектив;

- разработанность психолого-педагогического аспекта детерминирующего влияния интеграции инновационных ИКТ в образование в процессе реализации мероприятий цифровизации при учете данных положений в практике организации и осуществления образовательной деятельности на всех уровнях системы образования;

- осуществление управления процессами цифровой трансформации сферы образования с учетом проявляемых вызовов, рисков и угроз, а также динамики их изменения и направленности вектора развития;
- обеспечение сформированности информационной культуры субъектов педагогического взаимодействия при их ориентации на постоянное саморазвитие и повышение профессиональных требований к себе, своей деятельности и ее результатам;
- целенаправленность и динамичность образовательной деятельности, ее поступательно-восходящий характер развития;
- субъект-субъектность педагогического взаимодействия и конструктивность образовательной деятельности педагогов и учащихся в системе образования в условиях цифровизации;
- обеспечение преемственности уровней системы образования в Республике Беларусь в условиях реализации обеспечивающего ресурсного технико-технологического и дидактического потенциала образовательного сегмента РИОС;
- разработка и применение эффективных моделей осуществления образовательной деятельности через преодоление объективных противоречий дидактического и воспитательного процесса в условиях технологизации;
- применение форм, методов, средств организации и осуществления образовательной деятельности, адаптированных к требованиям информационно-коммуникационного пространства и информационно-образовательной среды учреждения образования.

Метод предиктивного анализа становится чрезвычайно значимым инструментом научного изучения процессов цифровой трансформации в образовательной сфере в силу возможности получения реального видения фактического состояния системы на основе аналитики больших баз данных, а также прогнозирования ее развития во времени на представляемую перспективу. Роль предиктивного анализа в принятии стратегических решений в определении направленности развития системы образования в его краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах с учетом процессов цифровизации и связанных с ними рисков и угроз актуализирует значимость системного изучения вопросов, составляющих проблемное поле прогнозирования в данной области научного поиска. В условиях стремительно развивающегося, взаимозависимого и технологизируемого обществакратно возрастает значимость решений, основанных на верно сформулированных теоретико-методологических и практикоориентированных положениях. Качественно осуществленные анализ системы, а также прогнозирование ее развития на основе собранных и интерпретированных показателей позволяют минимизировать или вообще избежать кризисных ситуаций. С развитием инструментов платформ нейросетей и технологий работы с большими базами данных внимание к предиктивной аналитике усилилось в различных сферах жизни социума на пути его становления и развития к ситуации цифровой зрелости – статусному состоянию ИТ-общества.

В решении задач предиктивного анализа важен учет организационного, социально-философского и психолого-педагогического аспектов рассмотрения феномена цифровизации и цифровой трансформации образовательной сферы для четкого определения социокультурных и цивилизационных пределов с учетом общей направленности тенденций развития как на постсоветском пространстве, так и в глобальном масштабе. Учет выведенных положений по проблематике осуществления предиктивного анализа в оценивании рисков и угроз цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь целесообразен с позиций определения пределов и перспектив цифровизации образовательной сферы в рамках продолжения направленности исследования и развития научной полемики.

#### **Список использованных источников**

1. Концепция цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь на 2019–2025 годы [Электронный ресурс] : утв. Министром образования Респ. Беларусь 15.03.2019. – Режим доступа: [https://drive.google.com/file/d/1T0v7iQqQ9ZoxO2IiwR\\_OlhqZ3rjKVqY-/view](https://drive.google.com/file/d/1T0v7iQqQ9ZoxO2IiwR_OlhqZ3rjKVqY-/view). – Дата доступа: 15.03.2024.
2. Зубрилина, И.В. Цифровизация образования в контексте приоритетов Дорожной карты по реализации ЦУР в Республике Беларусь / И.В. Зубрилина // Адукацыя і выхаванне. – 2023. – № 8. – С. 11–19.
3. Лозицкий, В.Л. Цифровая трансформация образования: проблемы, риски и перспективы развития / В.Л. Лозицкий // Вестник БарГУ. Серия: «Педагогические науки. Психологические науки. Филологические науки (литературоведение)». – 2024. – № 1. – С. 25–32.

4. Храпов, С.А. Философия рисков цифровизации образования: когнитивные риски и пути создания безопасной коммуникативно-образовательной среды / С.А. Храпов, Л.В. Баева // Вопросы философии. – 2021. – № 4. – С. 17–26.

УДК 159.9

## СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДИКТОРЫ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ЦИНИЗМА

Микелевич Елена Болеславовна, к. психол.н., доцент

Полесский государственный университет

Mikelevich Elena Boleslavovna, PhD in Psychol.

Polesky State University, mikelena06@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается организационный цинизм с точки зрения анализа его предикторов, а также последствий. На основании теоретического анализа сделан вывод о мультифакторной природе организационного цинизма.

**Ключевые слова:** цинизм, организационный цинизм, предикторы, личностные факторы, организационные факторы.

На современном этапе развития организационной психологии активизируются исследования, связанные с выяснением предпосылок, эффектов и последствий организационного цинизма, который определяется как негативное отношение к организации-работодателю, основанное на убеждении, что организации недостает добросовестности [5]. *Когнитивный* компонент организационного цинизма формируется на знаниях и представлениях о том, что принципы честности, справедливости и искренности приносятся в жертву целесообразности и прагматичности, а недобросовестное поведение является нормой. Работники с циничными убеждениями уверены в том, что у руководства приоритетным является достижение личных интересов, поэтому присутствуют скрытые мотивы и обман. *Аффективный* компонент цинизма предполагает возникновение сильных негативных эмоций, включая презрение, гнев, горе и стыд. Неспособность организации достичь высоких показателей может вызывать высокомерное удовольствие, подтверждая недоверие циников. *Поведенческий* компонент организационного цинизма представлен склонностью к пренебрежительному и критическому поведению в организации [5], вплоть до контрпродуктивного поведения и вандализма [5].

Исследования показывают, что значительное количество сотрудников в разных странах крайне цинично относятся к своим организациям [3]. Междисциплинарное осмысление проблемы приводит к формулированию вывода о том, что циническое мировоззрение проникает во все сферы современной жизни, действует не только как мировоззрение, но и как способ существования человечества [1]. Современный человек в принципе становится все более циничным... «циническому поведению сопутствует мировоззрение, которое отрицает такие мотивы поведения, как стыд, вина, совесть, сострадание, сочувствие как не соответствующие эгоистическому интересу индивида» [1, с. 68].

Циничные убеждения и негативные эмоции сотрудников могут выражаться как открыто, так и скрыто посредством резкой критики организации. Прямые заявления о непорядочности организации и использование саркастического юмора сочетаются с невербальным поведением («понимающие взгляды», «закатывание глаз» и «ухмылки») [5]. Мотивы организационных действий (инициативы в области качества, участие сообщества и расширение прав и возможностей сотрудников) часто подвергаются сомнению и по поводу их успеха выражается пессимизм.

Циничное отношение может быть направлено на бизнес-организацию в целом, руководителей корпорации или другие объекты на рабочем месте [3]. Проявления цинизма могут быть обусловлены и спецификой самой профессиональной деятельности: распространяться либо на организацию в целом (организационный цинизм), либо на содержание своей профессии (профессиональный цинизм). Организационный цинизм связан с амбивалентным отношением к возможным переменам: цинизм понимается как убеждение в тщетности перемен и негативные оценки всего, что способствует развитию организации [3].

Возникает резонный вопрос о том, у каких сотрудников и в каких организациях чаще возникает организационный цинизм. По сути, речь идет о применении основных принципов социальной психологии – диспозиционизма и ситуационизма. Личностные корреляты организационного цинизма изучены недостаточно. Сведения о половых различиях в выраженности организационного цинизма противоречивы. В данных, полученных на российской выборке, установлено, что степень выраженности всех аспектов организационного цинизма у мужчин и женщин не различается [3]. Вместе с тем, обнаружен отрицательный возрастной тренд: чем старше человек и чем больше опыт работы, тем ниже все показатели организационного цинизма. Это объясняют тем, что по мере накопления опыта трудовых отношений люди становятся более терпимыми к тем организационным решениям, которые в молодости могут восприниматься как нечестные, люди меньше раздражаются и становятся более сдержанными в своем критическом поведении по отношению к организации [3].

В поисках ответа на вопрос о личностных коррелятах организационного цинизма А. Chudzicka-Czupala с коллегами установили, что высокий уровень организационного цинизма связан с низкой вовлеченностью в работу. Однако, отмечают авторы, причинно-следственные связи неоднозначны: либо человек, менее преданный работе, имеющий слабую мотивацию к ее выполнению, предрасположен испытывать цинизм, либо наоборот – цинизм снижает приверженность. Возможно, здесь срабатывает механизм «порочного круга». Кроме того, цинизм связан с низким уровнем нормативной и аффективной приверженности. Здесь также низкая привязанность может способствовать цинизму, а цинизм может снизить степень эмоциональной и нормативной привязанности и, таким образом, оказать негативное влияние на уровень идентификации с организацией [4].

Высокий уровень цинизма означает меньшую интенсивность трудовой этики, низкий уровень ценности труда, меньшую готовность действовать в соответствии с нормами морали. Более низкий уровень трудовой этики может быть результатом цинизма, но этот результат можно объяснить и тем, что высокая трудовая этика является фактором, противодействующим росту цинизма за счет увеличения обязательности и привязанности [4].

Включая в анализ предикторов организационного цинизма фактор организационной справедливости М. Маско и соавторы подтвердили гипотезу об отрицательной связи между чувством организационной справедливости и цинизмом. В организациях, оцененных как недобросовестные, доверие к работодателю также существенно снижается. Организация, честно относящаяся к своим сотрудникам, может рассчитывать на положительные оценки политики компании и участие в ее продвижении и дальнейшем укреплении [6]. В рамках подшкал анализируемых переменных самая слабая связь наблюдается при корреляции распределительной справедливости с цинизмом. Это значит, что, вопреки распространенному мнению, размер заработной платы имеет наименьшее значение среди всех видов организационной справедливости для развития циничного отношения [6].

Важное значение имеет оценка несправедливости назначенных наказаний. Сотрудники становятся более циничными и неохотно идут на изменения в организации, если считают, что они в любом случае пострадают от неблагоприятных последствий внедрения новшеств в организации. Цинизм возрастает в связи с уверенностью, что в случае неэффективности достижения предполагаемых командных целей они могут стать «козлами отпущения», которых будут обвинять в неудачах независимо от фактических вкладов в общее дело и фактических обязательств [6].

Последствием организационного цинизма может быть организационный вандализм, под которым понимается деструктивное поведение: порча, разрушение, деформация, преобразование персоналом организационной среды (материальной, информационной, культурной), наносящее ущерб (экономический, экологический, социальный) организации» [2]. Особый вид организационного вандализма – «циничный» вандализм – образован диадами смежных эмоций: отвращение + ожидание = цинизм [2]. «Циничный» вандализм демонстрируют сотрудники, которые разочаровались в социальных механизмах и авторитетах, проявляют недоверие к организации, ее целям, и не соглашались с ее организационной культурой. Это является причиной накопления собственного отрицательного опыта и невозможности открыто выражать негативные чувства. В этом случае вандализм выступает как реакция на резкие изменения в организации, например, в ситуации инновационной деятельности, как результат разочарования в новых целях, из-за разрыва между идеалами, заявленными как новая ценность, и несоответствующей им реальностью [2].

Изучать организационный цинизм – сложная задача в силу того, что существует тенденция замалчивать существующие трудности, формировать иллюзию организационного единства и благополучия. Из-за этого эффекты организационного цинизма усугубляются и у сотрудников формируется высокий уровень профессионального стресса. Значимую роль в работе по профилактике организационного цинизма, являющейся важной составляющей организационной культуры, играет руководитель организации.

Среди антипредикторов цинизма отмечают взаимное доверие работников, психологический капитал, трансформационное лидерство, вдохновляющее работников на новые успехи; моральное лидерство, интенсивное взаимодействие между руководством и рядовыми работниками, вовлеченность сотрудника в его работу, гарантию личностной автономии и справедливость в организации [3].

Таким образом, цинизм в организации, т.е. убежденность в отсутствии единства и честности в организации, негативное, критическое, а иногда даже презрительное эмоциональное отношение к организации, сарказм и осуждение того, что в ней происходит, является важной частью формирования психологической атмосферы в организации. Отметим, что восприятие и когнитивная оценка рабочей ситуации характеризуется субъективностью, и одна и та же рабочая ситуация по-разному интерпретируется, что влечет разные эмоциональные и поведенческие реакции персонала. Выяснение социально-психологических предикторов цинизма будет способствовать решению разных проблем жизнестойкости организации и работников. Особенно это важно в связи с тем, что сформированные организационные отношения оказывают сильное воздействие на взаимоотношения в обществе в целом.

Природа циничного поведения сотрудников является мультифакторной и связана как с личностными характеристиками сотрудников, так и с определенными организационными условиями. Для возникновения организационного цинизма также важен фактор времени: длительно переживающие организационную справедливость или субъективную трудовую незащищенность работники изменяют в худшую сторону свое отношение к работе и снижают свои трудовые затраты. Требуется дальнейшего исследования связь организационного цинизма с такими личностными характеристиками как локус контроля, самооффективность, диспозиционный цинизм, эмоциональный интеллект, а также с такими организационными как стиль управления персоналом, организация мотивации и стимулирование труда персонала предприятия, организационная структура управления, отношение к риску.

#### **Список использованных источников**

1. Горелова, Т.А. Цинизм как способ существования глобалистской культуры / Т.А. Горелова // Культура и общество. – 2018. – №1. – С. 65–89.
- Кружкова, О.В. Эмоциональная основа организационного вандализма: теоретическая модель / О.В. Кружкова, И.В. Девятковская, И.В. Воробьева // Российский психологический журнал. 2018. – Т. 15, № 4. – С. 179–205.
1. Павлова, М.В. Шкала организационного цинизма: адаптация русскоязычной версии / М.В. Павлова, М.М. Дзюбенко, С.К.Нартова-Бочавер // Социальная психология и общество. – 2022. – Т. 13. № 3. – С. 184–200.
2. Chudzicka-Czupała, A. Kto bywa cyniczny w pracy? Zaangażowanie w pracę, przywiązanie do organizacji i etyka pracy a cynizm organizacyjny / A. Chudzicka-Czupała, D. Grabowski, D. Adamek // Zarządzanie Zasobami Ludzkimi. – 2017. – №1(114). – S. 69–86.
3. Dean, J.W. Organizational Cynicism / J.W. Dean, P.Brandes, R.Dharwadkar // The Academy of Management Review. – 1998. – Vol. 23. № 2. – P. 341–352.
4. Macko, M. Rola poczucia sprawiedliwości i cynizmu organizacyjnego w inicjowaniu pozytywnych i negatywnych zachowań wobec pracodawcy / M.Macko, A.Grudziński // Edukacja Ekonomistów I Menedżerów. – 2014. – №31(1). – S.77–92.

**ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ, КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ  
УСПЕШНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА**

**Пфлюг Вера Павловна, к. пед. н., доцент**

**Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, Россия**

**Pflug Vera Pavlovna, PhD, Associate Professor,**

**Perm State Humanitarian Pedagogical University, Russia, vera-pflug@pspu.ru**

**Аннотация.** Модернизация общества играет решающую роль в развитии страны. А для быстрого и устойчивого развития стране нужны сильные финансовые ресурсы, успех формирования которых зависит, в том числе, и от уровня финансовой грамотности населения. В статье описано содержание финансовой грамотности, представлена краткая хронология продвижения идей повышения финансовой грамотности населения России, а также приведены результаты мониторинга уровня финансовой грамотности россиян, проводимого ЦБ РФ в течение последних шести лет.

**Ключевые слова:** финансовая грамотность, финансовые знания, финансовое поведение, финансовые установки.

Одним из условий устойчивого развития общества, повышения качества и уровня жизни граждан является модернизация, заключающаяся в глубоком обновлении социально-экономических, политических, культурно-духовных основ жизни общества посредством различных нововведений и усовершенствований. В качестве одного из направлений модернизации современного российского общества является повышение уровня его финансовой грамотности и формирования финансовой культуры.

Рассмотрим кратко хронологию роста внимания к вопросам повышения финансовой грамотности населения в Российской Федерации:

- 2006 год – Россия в рамках председательства в «G-8» выступила инициатором включения вопроса повышения финансовой грамотности населения в повестку дня международных встреч. Предложение поддержано.

- 2008 год – Утверждена «Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года».

- 2009 год – Федеральная служба по финансовым рынкам России утверждает «Основные направления деятельности, направленной на повышение уровня финансовой грамотности населения».

- 2011 год – Минфин РФ совместно с Всемирного банка реализует проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

- 2012 год – Центральный Банк РФ начинает работу по созданию и реализации образовательных моделей повышения уровня финансовой грамотности населения, обобщению лучших образовательных инициатив, доработке учебников и созданию учебных пособий по основам финансовой грамотности, а так же разработка методологии оценки уровня финансовой грамотности населения.

- 2017 год – разработана и утверждена «Стратегия повышения финансовой грамотности РФ на 2017 – 2023 годы».

- 2019 год – включение в федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования (ФГОС СПО) компетенции ОК-11 «Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере».

- 2020 год – включение в федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) компетенции УК-9 «Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность».

- 2021 год – включение в ФГОС начального общего и основного общего образования элементов финансовой грамотности.

- 2023 год – разработана и утверждена «Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года».

В рамках данного исследования будем опираться на определение финансовой грамотности, данное Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР): комбинация осведомленности, знаний, навыков, установок и поведения, которые необходимы для принятия правильных финансовых решений и достижения индивидуального финансового благополучия. При этом финансовые знания включают владение информацией о простом и сложном проценте, инфляции, диверсификации, стоимости денег. Финансовое поведение предполагает умение планировать бюджет, склонность к сбережениям, своевременность оплаты счетов, баланс бюджета, осознанность выбора услуги. А финансовые установки – это финансовое планирование, ориентация на траты или сбережения, гедонизм. С учетом российской специфики [3, с. 4], финансовые знания включают сведения о системе страхования вкладов, об организациях, занимающихся защитой прав потребителей, различение понятий выгодности и надежности. Финансовое поведение предполагает пользование финансовыми услугами, владение алгоритмами выбора финансовой компании, умение определять признаки пирамиды, наличие подушки финансовой безопасности. Финансовые установки – ответственность, доверие финансовым компаниям, склонность к риску.

В Приказе Федеральной службы по финансовым рынкам России от 24.09.2009 № 09-237/ пз «Об утверждении Основных направлений деятельности, направленной на повышение уровня финансовой грамотности населения» [1] дается содержание финансовой грамотности, в котором делается упор именно на деятельностную составляющую понятия, предполагающую способность граждан России:

- 1) эффективно управлять личными финансами;
- 2) осуществлять учет расходов и доходов домохозяйства и осуществлять краткосрочное и долгосрочное финансовое планирование;
- 3) оптимизировать соотношение между сбережениями и потреблением;
- 4) разбираться в особенностях различных финансовых продуктов и услуг (в т. ч. инструментов рынка ценных бумаг и коллективных инвестиций), иметь актуальную информацию о ситуации на финансовых рынках;
- 5) принимать обоснованные решения в отношении финансовых продуктов и услуг и осознанно нести ответственность за такие решения;
- 6) компетентно планировать и осуществлять пенсионные накопления.

В рамках реализации «Стратегии повышения финансовой грамотности РФ на 2017 – 2023 годы» Банком России системно проводится мониторинг уровня финансовой грамотности населения: в 2017 г., 2018 г., 2020 г. и 2022 г. При этом, для оценки уровня финансовой грамотности используется индекс финансовой грамотности, отражающий способность человека к разумному управлению личными финансами и состоящий из нескольких отдельных компонентов: знаний в области финансов, навыков управления финансами, установок в отношении финансов. Индекс принимает значения в диапазоне от 1 до 21 балла. По итогам мониторинга [3, с. 10], для России значение индекса составило в 2017 году – 11,8 баллов, в 2018 году – 12,12 балла, в 2020 году – 12,4 балла. Как видим, в РФ наблюдается небольшой рост показателей ОЭСР. При этом российские показатели незначительно ниже среднего по показателю ОЭСР равного в 2020 году 12,7 баллам.

В целом, с начала исследований в 2017 году большинство ключевых показателей финансовой грамотности россиян выросло, причем некоторые – значительно. Так, например, количество граждан, осведомленных об организациях, занимающихся защитой прав потребителей, выросло на 13%, граждан, понимающих суть процентного процента, стало на 7% больше; осознание обязательности платежей выросло на 4% и т.д. В целом за 2020 – 2022 годы повысился уровень финансовых знаний (понимание сути процентов и инфляции, информированность об организациях, защищающих права пользователей финансовых услуг). Заметный рост показали индикаторы, характеризующие грамотное финансовое поведение (наличие денежного запаса, умение жить по средствам, самостоятельность в принятии финансовых решений и другие) и финансовые установки (ответственность в отношении долгового поведения). За период мониторинга финансовое поведение граждан стало более осознанным: увеличилось число людей, которые самостоятельно принимают решения, связанные с деньгами, сравнивают разные варианты при выборе финансовых услуг, ответственно относятся к выплатам по кредитам. Стабильными остались в 2022 году показатели достаточности доходов для покрытия расходов и наличия финансовой подушки безопасности. Одна-

ко исследование [4, с. 1] показало снижение установок на накопление сбережений – в условиях неопределенности гражданам стало труднее планировать свое будущее.

В рамках проведенного мониторинга [5, с. 10] также был определен «портрет» финансовограмотного россиянина. Это мужчины и женщины в возрасте 30 – 45 лет, работающие, семейные, с 1 – 2 детьми, проживающие в городах-миллионниках и активно пользующиеся финансовыми продуктами и услугами.

Особое внимание при проведении мониторинга отводится анализу уровня сформированности финансовой грамотности у молодежи. Как показали исследования [3; 4], российский индекс финансовой грамотности молодежи вырос на 2 пункта и составил 57 баллов. Среди основных изменений можно назвать изменения финансового поведения и частично установок. Также выявлено:

- изменение финансового поведения (субиндекс вырос с 40 до 45 баллов);
- расширение доли пользующихся финансовыми услугами (с 19 до 22% – счетов в банке, с 12 до 31% – дебетовых карт, с 1 до 3% – инвесторов в акции и другие ценные бумаги);
- расширение доли граждан, осуществлявших платежи, с 44 до 54% – через интернет-банк, с 34 до 52% – через мобильный банк;
- усиление осознанности финансового поведения: рост доли граждан, осознанно выбирающих финансовую услугу, с 18 до 25%, ищущих информацию о финансовой услуги в интернете – с 14 до 21%, в офисе или на сайте финансовой организации – с 17 до 20%;
- рост доли граждан, делавших сбережения, с 54 до 57%.

Так же было выявлено, знания у молодежи меняются разнонаправленно: повышается информированность о ссудном проценте, но при этом снижается понимание простого процента, сути инфляции и ценности денег во времени, сути диверсификации активов. Немного улучшились установки на сбережение: на 4% выросла доля предпочитающих сбережения тратам. Кроме того, молодые люди чаще сравнивают варианты при выборе финансовых услуг и в целом демонстрируют большую осознанность в своем финансовом поведении и установках, нежели остальные потребители.

Кроме того, цифровыми финансовыми услугами молодежь также пользуется гораздо активнее (91%), чем основная группа респондентов (66%). При этом если среди всего населения 19% потребителей цифровых финансовых услуг никак не защищают свои финансы в Интернете, то среди молодежи таких только 8%.

К перспективам применения результатов измерения уровня финансовой грамотности можно отнести следующие:

- управление факторами, определяющими изменения в финансовых знаниях, установках и поведении взрослого населения и молодежи, выявленными в процессе анализа;
- коррекция уровня финансовых знаний по отдельным темам, а также негативного финансового поведения и финансовых установок представителей разных социальнодемографических групп в соответствии с выявленными особенностями;
- стимулирование грамотных моделей поведения и ограничение ошибочных, рискованных;
- корректировка образовательных программ и информационной политики с учетом выявленных проблемных точек;
- усиление информированности потребителей финансовых услуг об организациях, защищающих их права.

Кроме того полученные в результате проведенных мониторингов результаты были учтены при разработке в 2023 году Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года [2]. Указанная Стратегия вступила в силу 01.01.2024 г. и ее целью стало уже не только повышение общего уровня финансовой грамотности, но и формирование у большинства граждан РФ ключевых элементов финансовой культуры (ценностей, установок и поведенческих практик), способствующих финансовому благополучию гражданина, семьи и общества, в том числе через формирование компетенций по финансовой грамотности, расширение практических навыков и опыта принятия финансовых решений, обеспечение надежности функционирования финансовой системы.

В заключение отметим, что повышение уровня финансовой грамотности и формирование финансовой культуры населения будет служить интересам общества в целом, способствовать повы-

шению благосостояния граждан, решению приоритетных задач модернизации, достижению национальных целей развития Российской Федерации.

#### Список использованных источников

1. Российская Федерация. Приказы. Приказ Федеральной службы по финансовым рынкам России от 24.09.2009 № 09-237/пз «Об утверждении Основных направлений деятельности, направленной на повышение уровня финансовой грамотности населения» [Текст]. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/70362990/> (дата обращения 15.03.2024)

2. Российская Федерация. Стратегии. Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 октября 2023 г. № 2958-р. [Текст]. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/407787147/> (дата обращения 15.03.2024)

3. Измерение уровня финансовой грамотности. [Текст]. – Электронный ресурс. – Режим доступа: [https://fincult.info/upload/iblock/4ef/izmerenie\\_urovnja\\_fin\\_gr.pdf](https://fincult.info/upload/iblock/4ef/izmerenie_urovnja_fin_gr.pdf) (дата обращения 17.03.2024)

4. Исследование уровня финансовой грамотности: четвертый этап. [Текст]. – Электронный ресурс. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Content/SaveToPdf/Page?url=%2Fanalytics%2Fszzp%2Ffin\\_literacy%2Ffin\\_ed\\_4%2F](https://cbr.ru/Content/SaveToPdf/Page?url=%2Fanalytics%2Fszzp%2Ffin_literacy%2Ffin_ed_4%2F) (дата обращения 18.03.2024)

5. Представлен первый рейтинг финансовой грамотности регионов России // Информационный бюллетень. – № 12. – март 2019. [Текст]. – Электронный ресурс. – Режим доступа: [https://vashifinancy.ru/upload/docs/bulletin\\_03\\_19.pdf](https://vashifinancy.ru/upload/docs/bulletin_03_19.pdf) (дата обращения 10.04.2024).

УДК37.014.5

#### INCORPORATING THE SDGS INTO HIGHER EDUCATION CURRICULA FOR STUDENTS OF ECONOMIC UNIVERSITIES

Сласси Мутабир Светлана Анатольевна, старший преподаватель  
Белорусский национальный технический университет  
Slassi Moutabir Svetlana Anatolievna, senior lecturer  
Belarusian National Technical University, slassie@bntu.by

**Аннотация.** В данной статье исследуется необходимость трансформации учебных программ высшего образования для студентов экономических специальностей, направленной на решение текущих и будущих задач в рамках устойчивого развития общества, что в свою очередь создает основу для развития профессиональных навыков. Демонстрируя практические способы того, как высшие учебные заведения интегрируют идеи устойчивого развития в основную учебную программу, в статье описываются общие подходы и направления, отвечающие основным требованиям современного общества.

**Ключевые слова:** Цели устойчивого развития, экономический университет, учебные планы, высшее образование, образовательные учреждения.

The ongoing shifts in the economic and socio-political landscape, accompanied by evolving social circumstances, have intricately intertwined the 8 tasks, necessitating fresh demands across all educational domains. Addressing these demands effectively requires a modernized educational setting, with a focal point on the pivotal role of educators [1]. Consequently, the revamping of pedagogical institutions, responsible for training teachers, emerges as a paramount objective within the governmental educational agenda.

The pivotal significance of teacher education in the modernization of the complete educational structure derives from its unique attributes. This educational entity fulfills multiple essential functions. Initially, it serves as a critical source for replenishing and enhancing education itself, acting as a strategic reservoir of skilled personnel. Additionally, akin to the wider educational framework, teacher training institutions function as custodians and transmitters of society's socio-cultural principles, nurturing individual socialization processes. Lastly, teacher education shapes individuals who will bear the responsibility for perpetuating these values among the upcoming generation and fostering their growth. Sustainable Development Goals (SDGs) are of real importance for universities. They play a critical role in achieving a sustainable future and addressing social, economic, and environmental concerns. Universities integrate SDGs

into their activities through various means such as incorporating sustainability themes into course content, raising awareness on sustainability, and engaging in social activities related to sustainability [2].

In academic settings, institutions of higher education generate knowledge and promote understanding of the Sustainable Development Goals (SDGs) among students. These institutions also equip students with essential economic competences which are pivotal for SDG implementation incorporating strategic foresight, innovative problem-solving, social accountability, interdisciplinary cooperation and the ability to anticipate challenges. Hence, incorporating the SDGs into higher education can furnish prospective professionals with the indispensable knowledge, resources and proficiencies to tackle effectively the intricate interconnected issues of the future. This can be achieved through mutual learning opportunities, interdisciplinary collaborations, and problem-solving exercises within academic environments. Integrating the SDG into university presents both opportunities and challenges.

On the one hand, prioritizing specific goals requires understanding local contexts, institutional strengths, and alignment with the university mission engaging in dialogue with stakeholders to set clear priorities. Achieving target goals can be challenging due to existing infrastructure and resource limitations, thus redirecting efforts towards investing in renewable energy and eco-friendly behavior on campus. Effective collaboration and communication among universities is essential, establishing interdisciplinary working groups and fostering partnership. What is more, sociocultural factors raise awareness through workshops, community engagement and responsibility. On the other hand, standardized protocols prevent from integrating indicators into existing assessment systems and encouraging transparent reporting. The bureaucratic nature of rigid structures and slow decision-making processes hinders administrative procedures, highlighting the need for agile mechanisms to effectively implement new initiatives.

Exploring the current landscape of incorporating Sustainable Development Goals (SDGs) into university curricula within economic institutions reveals a noteworthy trend. Economic universities worldwide are increasingly recognizing the significance of integrating SDGs into their academic programs, particularly in areas like environmental economics, social entrepreneurship, and responsible business practices. The ongoing shifts in economic and social infrastructures, while incorporating social dynamics, have introduces complexities to tasks and presented new requirements across various educational asserts where the role of educational institution prevails. Professors and students are actively engaged in research paper publishing with the aim to share insights of economic analyses in academic journals.

Those initiatives (such as workshops and clubs, workshops and case competitions that are led by students) have become efficient instruments in nurturing innovative solutions and raising awareness.

Interdisciplinary collaboration is the feature that leverages economic expertise in the formation of a sustainable mindset among student community. Whereas economic universities are in progress to incorporate SDGs into their academic programs, focusing on research, collaboration and engagement. While considerable results have been achieved, continuous efforts are essential to ensure comprehensive coverage and impactful implementation of SDGs.

The deep essence of SDGs at academic levels empowers economic students to think globally, act locally and make meaningful contributions to a more equitable and sustainable world. By providing a comprehensive framework for addressing pressing global issues, this approach encourages further examination of a wider spectrum of challenges from poverty eradication to fostering economic growth across various contexts. By meaningful appreciation of the interconnectivity of the goals nurtures both critical thinking skills and problemsolving abilities, embracing environmental and social welfare issues.

The ongoing shifts in economic and socio-political landscapes, coupled with evolving societal dynamics, have added layers of complexity to the eight tasks and introduced fresh demands across various educational domains. Meeting these demands necessitates a revamped educational infrastructure, with a spotlight on the pivotal role of educators. Consequently, the modernization of teacher training institutes emerges as a primary objective within the state's educational agenda [3].

The paramount significance of teacher education in revitalizing the entire educational framework is underscored by its distinct functions. These institutes serve as critical hubs for enhancing educational practices, acting as a vital wellspring of skilled professionals. Moreover, akin to broader educational institutions, they function as custodians and disseminators of societal values, facilitating individual integration into society. Lastly, teacher education programs shape individuals who are entrusted with nurturing these values within the next generation, thereby fostering societal progress. The pivotal significance of teacher education in overhauling the entire educational framework is underscored by its distinctive attributes.

These institutes serve multiple critical functions. Firstly, they serve as crucial contributors to the perpetual enhancement of education itself, serving as a strategic reservoir of proficient personnel. Secondly, akin to the broader educational domain, pedagogical institutions function as custodians and disseminators of societal socio-cultural norms, facilitating individual integration into society. Lastly, teacher education molds individuals who will shoulder the responsibility of nurturing these values in subsequent generations and fostering their progression [4].

Integrating SDGs aligns with many universities mission statements emphasizing social responsibility, environmental stewardship and community engagement. Inclusion of SDGs encourages curricular innovation, fostering the development of interdisciplinary programs that address real-world challenges and promote a holistic approach to education.

SDGs offer a framework for research initiatives, fostering collaboration across disciplines and providing opportunities for universities to contribute to sustainable development through research and innovation. Thus, it opens the new horizons to partnerships with other educational institutions and establishments, allowing influential business players to be fully committed to sustainable development, expanding networking opportunities and knowledge spectrum.

University special courses dealing with and incorporating Sustainable Development Goals into their framework may gain access to extra funding sources, grants, and scholarships targeted towards initiatives that promote sustainable development. Incorporating SDGs into the learning environment can enhance student engagement, motivating them to take an active role in addressing global challenges and promoting a sense of belonging within the university community [5].

Professional development opportunities provide beneficial roles for staff members related to sustainability education, promoting job satisfaction and a sense of contribution. Campus Sustainability efforts, which are frequently initiated upon embracing SDGs, aim to decrease economic footprint, advance energy efficiency, minimize waste and promote sustainable practices in economics. Academic Institutions focusing on SDGs play a crucial role in societal advancement by educating upcoming leaders, visionaries, and advocates of sustainable solutions and social accountability.

By integrating SDGs into the learning process, universities not only enrich the educational experience for students but also position themselves as moderators in sustainable development, incentivizing a culture of responsible innovation implementation and engagement within the academic community and beyond.

The published studies of the 2030 Agenda are globally distributed mainly by European Universities (Spain, United Kingdom). The detailed analysis of geographic distribution counts up to 38 nationalities. From 2012 the number of published articles has increased greatly [6].

Considering the above mentioned, the aim of the article is to give the account of the studies, underlining fundamental aspects and to give preliminary evaluation of their future contribution the SDGs in the university scope of subjects within the economic studies.

## References

1. Tahmid, Hassan Bhuiyan. Universities' Contribution to the Achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) [Electronic Resource]. Mode of access: <https://medium.com/@tahmidbh/universities-contribution-to-the-achievement-of-sustainable-development-goals-sdgs-ed69e4a86ce0>. – Date of access: 10.04.2024
2. A framework for the implementation of the Sustainable Development Goals in university programmes [Electronic Resource]. // *Journal of Cleaner Production*. – Volume 299. – 2021. Mode of access: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095965262101134>. – Date of access: 10.04.2024 .
3. Integrating the United Nations sustainable development goals into higher education globally: a scoping review [Electronic Resource]. Molina, Ángela & Helldén, Daniel & Alfven, Tobias & Niemi, Maria & Leander, Karin & Nordenstedt, Helena & Rehn, Carita & Ndejjo, Rawlance & Wanyenze, Rhoda & Biermann, Olivia. (2023). // *Global Health Action*. 16 (1). – Mode of access: DOI:10.1080/16549716.2023.2190649. – Date of access: 10.04.2024.
4. Relevant Transformative Teacher Education for Future Generations [Electronic Resource] // *Front. Educ.*, 10 March 2022 Sec. Teacher Education Volume 7 – 2022// – Mode of access: <https://doi.org/10.3389/feduc.2022.806495>. – Date of access: 06.04.2024.
5. Сагинова, О. В. Устойчивое развитие университета / О. В. Сагинова, Ю. Л. Сагинов, А. И. Гришин // *Вестник Казанского технологического университета*. – 2012. – Т. 15, № 21. – С. 214-218.
6. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development . [Electronic Resource] // Department of Economic and Social Affairs (un.org) – Mode of access: <https://sdgs.un.org/2030agenda>. – Date of access: 06.04.2024.

**ВОСПРИИМЧИВОСТЬ К ОРГАНИЗАЦИОННОМУ СТРЕССУ СПЕЦИАЛИСТОВ  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ****Толкач Ирина Фёдоровна, к.искусствовед., доцент****Белорусский государственный аграрный технический университет**

Tolkach Irina, PhD in Art History, Associate Professor

Belarusian State Agrarian Technical University, 3141516@tut.by

**Аннотация.** Статья содержит результаты исследования организационного стресса. Выявлены уровни восприимчивости к стрессу. Определены показатели по шкалам: способность самопознания, широта интересов, принятие ценностей других, гибкость поведения, активность и продуктивность.

**Ключевые слова:** организационный стресс, поведение типа «А», стрессоустойчивость.

Существенным фактором, снижающим эффективность трудовой деятельности и способствующим профессиональному выгоранию, является стресс. Среди его разновидностей именно организационный стресс оказывает сильное влияние на здоровье и работоспособность человека. Организационный стресс, по мнению Н.Водопьяновой, представляет собой психическое напряжение, которое проявляется в связи с несовершенными организационными условиями труда, высокими нагрузками при выполнении профессиональных обязанностей, постоянно возникающими форс-мажорными ситуациями, требующими незамедлительных неординарных решений [1, с. 58-59].

Исследователи выделяют разные причины, вызывающие организационный стресс. Так, Е. Кузьмин отмечает нарушение чувства комфорта и безопасности труда; дефицит времени для завершения плановых заданий; трудные и ранее незнакомые производственные задачи; чрезвычайные происшествия, стихийные бедствия, несчастные случаи; конфликты с вышестоящими руководителями, с подчиненными, потеря руководителем своего авторитета и управляющего влияния на коллектив; длительную работу без отдыха, переутомление; несправедливые наказания, незаслуженное осуждение или пристрастная критика, лишение вознаграждения [1, с. 60]. В. Дибшлаг называет интенсивность работы; доминирование фактора времени; недостаточность или высокую интенсивность общения; монотонию; различные внешние воздействия; резкое нарушение обычной системы (порядка) работы [1, с. 61]. Очевидно, что данные причины в современных условиях являются постоянными составляющими любой профессиональной деятельности, и, как следствие, способствуют увеличению количества стрессовых ситуаций у работников. Таким образом, в настоящий момент изучение данной проблемы представляется особенно своевременным и актуальным. Этим обусловлен интерес к данной теме.

Исследование организационного стресса проводилось с помощью методики «Шкала организационного стресса, ШОС» А. Маклина в адаптации Н. Водопьяновой [3]. Методика позволяет выявить общий уровень организационного стресса и дополнительные данные по пяти субшкалам, отражающим способность самопознания, широту интересов, принятие ценностей других, гибкость поведения, активность и продуктивность. В исследовании приняли участие 18 магистрантов экономической специальности заочной формы обучения Белорусского государственного аграрного технического университета.

Согласно результатам тестирования низкий уровень (20-39 баллов) организационного стресса выявлен у 17% респондентов, средний уровень (40-49 баллов) определен у 33%, а высокий уровень (50-100 баллов) – у 50%. Низкий уровень восприимчивости свидетельствует о высокой толерантности к организационному стрессу. Средний уровень говорит о средней устойчивости к стрессу. Высокий уровень указывает на предрасположенность к стрессу. Следует отметить, что результаты высокого уровня в данной группе опрашиваемых находятся в низких пределах значений (от 50 до 62 баллов). При этом общее среднее значение восприимчивости к организационному стрессу у магистрантов составляет 49,16 балла, и находится на границе среднего и высокого уровня восприимчивости.

В целом, авторы методики связывают организационный стресс с такими факторами, как недостаточное умение общаться, неприятие ценностей других людей, неадекватная оценка ситуаций, переоценка собственных сил и здоровья, ригидность поведения, игнорирование активного отдыха

и восстановления организма. Высокий уровень организационного стресса исследователи связывают со склонностью к поведению типа «А» (по М. Фридману и Р. Розенману).

Для поведения типа «А» характерны повышенная энергичность, импульсивность, инициативность, непрерывная потребность в деятельности, постоянное напряжение, сверхвовлеченность, стремление все делать быстро, соревновательность, желание доминировать, неумение отвлечься от работы, отсутствие отдыха и каких-либо увлечений, постоянная неудовлетворенность достигнутыми результатами [2, с. 319-320]. Данная модель поведения способствует быстрому возникновению стресса у сотрудников и провоцирует риск возникновения сердечно-сосудистых заболеваний. По результатам теста у половины респондентов выявлена предрасположенность к поведению типа «А». Такой тип поведения требует определенных личностных усилий и организации со стороны руководства мероприятий для формирования стрессоустойчивости.

Для организации мероприятий по формированию стрессоустойчивости можно использовать результаты по показателям пяти субшкал данного теста. Средние значения, находясь в пределах от 5 до 20 баллов по каждой шкале, распределились следующим образом. Лучший результат (8,72 балла) магистранты продемонстрировали по шкале способности к самопознанию. Так, респонденты достаточно хорошо знают свои сильные и слабые стороны и используют это в работе, правильно расставляют приоритеты, умеют отстаивать собственную точку зрения и планировать рабочее время. Среднее значение по шкале широты интересов составляет 9,56 балла. Специалистам удается иметь различные хобби и увлечения не связанные со сферой профессиональной деятельности; испытывать интерес к работе; кроме решения профессиональных вопросов поддерживать с коллегами по работе дружественные и доверительные отношения. По шкале активности и продуктивности опрашиваемые показали результат 9,78 балла. Они в целом довольны своей работой, испытывают от нее удовольствие и удовлетворение, не выражают беспокойства по поводу потери рабочего места, умеют не только продуктивно работать, но и активно отдыхать. Среднее значение по шкале принятия ценностей других составляет 10,06 балла. Респонденты с уважением относятся к разным точкам зрения коллег, способны выслушать и понять иное мнение, не вступают в спор в случае несогласия, получают удовольствие от встречи с людьми, имеющими отличающиеся взгляды. Худший результат показали специалисты по шкале гибкости поведения – 10,61 балла. Это связано с определенной медлительностью при решении проблем, некоторыми трудностями при поиске выхода из сложных рабочих ситуаций, желании работать только с приятными людьми в комфортных условиях, неумении принять отрицательные результаты работы.

Данные по субшкалам, разделенные на уровни (низкий, средний, высокий), дают более широкую информацию о возможных направлениях развития стрессоустойчивости (таблица).

Таблица – Факторы, влияющие на толерантность к стрессу (по уровням в процентном соотношении)

	Способность самопознания	Широта интересов	Принятие ценностей других	Гибкость поведения	Активность и продуктивность
низкий уровень	61	39	44	39	28
средний уровень	39	61	56	61	72

Как видим, высокий уровень значений по шкалам выявлен не был.

Средний уровень значений наибольшее количество респондентов (72%) показало по шкале активности и продуктивности. Меньшее количество – по шкалам широта интересов и гибкость поведения (по 61%) и по шкале принятия ценностей других (56%). Наименьшее количество (39%) оценили на среднем уровне способность самопознания.

Низкий уровень значений продемонстрировали 61% специалистов по шкале способности к самопознанию, 44% – по шкале принятия ценностей других, 39% – по шкалам широты интересов и гибкости поведения. Меньше всего (28%) отметили магистранты свою активность и продуктивность.

Итак, большинство испытуемых достаточно высоко оценили свои способности к самопознанию, и гораздо ниже определили личную активность и продуктивность.

Обобщая вышеизложенное, следует отметить, что в данной группе специалистов 50% респондентов имеет высокий уровень организационного стресса. Данный тип поведения ведет к множеству негативных последствий, как для здоровья, так и для профессиональной деятельности. Это снижение работоспособности, мотивации, дисциплины, хроническая усталость, профессиональное выгорание. Поэтому умение пересмотреть и скорректировать собственное поведение, а также реализация мероприятий по регулированию восприимчивости к организационному стрессу может значительно повысить стрессоустойчивость, а, следовательно, и успешность и эффективность нашей деятельности.

#### **Список использованных источников**

1. Водопьянова, Н. Е. Психодиагностика стресса / Н. Е. Водопьянова. – СПб. : Питер, 2009. – 336 с.
2. Фетискин, Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – М. : Изд-во Института Психотерапии, 2002. – 490 с.
3. Шкала организационного стресса, ШОС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psytests.org/stress/shors.html>. – Дата доступа: 04.10.2023.

УДК 159.9.072

### **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРФЕКЦИОНИЗМА У СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ С РАЗНЫМИ УЧЕБНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ**

**Шульга Марина Леонидовна, Полесский государственный университет**  
Shulga Marina Leonidovna, Polesky State University, MarinaLSh@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема психологических особенностей перфекционизма у студентов с различными учебными стратегиями, разной профессиональной направленностью на разных этапах обучения. На примере студенческой выборки показано, что отдельные составляющие перфекционизма взаимосвязаны с различными учебными стратегиями.

**Ключевые слова:** учебные стратегии, когнитивные стратегии, метакогнитивные стратегии, перфекционизм

Множество работ, как зарубежных, так и отечественных авторов посвящено изучению связи перфекционизма с различными личностными особенностями и эмоциональными нарушениями.

Особый интерес представляет изучение влияния различных структурных составляющих перфекционизма на учебную деятельность студентов. Перфекционизм может препятствовать установлению межличностных контактов, способствовать возникновению конфликтов в студенческих группах, порождать нездоровые конкурентные отношения, что может негативно сказываться на учебной деятельности и освоении будущей профессии. [1]

Несмотря на наличие различных подходов к изучению перфекционизма, можно отметить недостаток исследований, направленных на установление взаимосвязи различных проявлений перфекционизма и стратегий учебной деятельности, что несомненно важно для периода вузовского обучения.

С целью изучения особенностей проявления перфекционизма у студентов с разными учебными стратегиями, использовался «Дифференциальный тест перфекционизма А.А. Золотаревой» и «Многомерная шкала перфекционизма П.Л. Хьюитта и Г.Л. Флетта».

В исследовании приняли участие студенты 1 и 4 курса факультета экономики и финансов Полесского государственного университета. Выборка испытуемых – 200 человек.

Так как, различные проявления перфекционизма могут отличаться у студентов 1 и 4 курса разной профессиональной направленности, был проведен сравнительный анализ с помощью U-критерия Манна-Уитни.

Установлены достоверные различия в показателях нормального перфекционизма, перфекционизма, ориентированного на других, социально предписанного перфекционизма и интегрального показателя перфекционизма у студентов экономической профессиональной направленности 1 и 4 курса. Полученные результаты представлены в таблице.

Таблица – Сравнительный анализ различных проявлений перфекционизма у студентов 1 и 4 курса факультета экономики и финансов

Шкалы	Курс	Средний балл	Уровень статистической значимости
Нормальный перфекционизм	1 курс	61,91	0,002
	4 курс	58,78	
ПОД	1 курс	55	0,000
	4 курс	49,68	
СПП	1 курс	59	0,048
	4 курс	55,08	
ИПП	1 курс	185	0,000
	4 курс	175,24	

Примечание - 1 курс n=100; 4 курс n=100; ПОС – перфекционизм, ориентированный на себя, ПОД - перфекционизм, ориентированный на других, СПП – социально предписанный перфекционизм, ИПП – интегральный показатель перфекционизма

У студентов экономической профессиональной направленности к концу обучения наблюдается понижение уровня «нормального перфекционизма», перфекционизма, ориентированного на других, социально предписанного перфекционизма и интегрального показателя перфекционизма. Таким образом, студенты 4 курса менее склонны предъявлять чрезвычайно высокие требования к окружающим, не считают требования окружающих к себе слишком завышенными. С другой стороны, снижение уровня нормального перфекционизма, представляющего позитивные последствия стремления к совершенству, могут приводить к негативным последствиям как в общении с окружающими, так и вызывать определенные трудности в учебной деятельности. Золотарева А.А. отмечает, что нормальный перфекционизм представляет собой личностный потенциал, позволяющий сохранять психическое благополучие личности. [2, с.15]

Таким образом, у студентов-экономистов наблюдаются заметные изменения в структуре перфекционизма, которые могут негативно сказываться на учебной деятельности студентов, их психологическом самочувствии и провоцировать конфликтные отношения с окружающими.

Для организации эффективной учебной деятельности студентов представляет интерес ответ на вопрос: как различные учебные стратегии взаимосвязаны со структурными характеристиками перфекционизма?

С этой целью был проведен корреляционный анализ Спирмена, задачей которого было выделение наиболее значимых для развития учебных стратегий структурных составляющих такой психологической особенности личности, как перфекционизм.

Первый этап корреляционного анализа проводился между показателями методики «Учебные стратегии» и «Дифференциального теста перфекционизма А.А. Золотаревой» на выборке 1 и 4 курса факультета экономики и финансов. [2, с.19; 3, с.93-94]

В результате проведенного корреляционного анализа у студентов 1 курса экономического факультета была обнаружена отрицательная взаимосвязь между метакогнитивной стратегией «наблюдения» и «Нормальным перфекционизмом» ( $r=-0,20$ ;  $p\leq 0,05$ ), т.е. чем более выражены показатели «Нормального перфекционизма», тем менее студенты склонны к отслеживанию качества усвоения учебного материала, меньше внимания уделяют самоконтролю собственных учебных действий.

У студентов 4 курса факультета экономики и финансов отмечается положительная взаимосвязь между когнитивной стратегией «повторения» и нормальным перфекционизмом ( $r=0,232$ ;  $p\leq 0,05$ ) и отрицательная корреляционная зависимость между метакогнитивной стратегией «наблюдения» и показателями патологического перфекционизма.

Студентам 4 курса, склонным к отслеживанию качества усвоения учебного материала, группировке содержания, его классификации и упорядочиванию в меньшей степени свойственны негативные последствия стремления к совершенству (патологический перфекционизм), в то время, как у первокурсников данное стремление может способствовать возникновению отклонений от показателей нормального перфекционизма и вызывать негативные последствия стремления к совершенству.

Второй этап корреляционного анализа включал в себя определение взаимосвязи между показателями учебных стратегий и данными методики «Многомерная шкала перфекционизма».

У студентов 1 курса экономической направленности отмечается положительная взаимосвязь между перфекционизмом ориентированным на себя и метакогнитивной стратегией «планирования» ( $r=0,204$ ;  $p\leq 0,05$ ), общим уровнем когнитивных учебных стратегий ( $r=0,262$ ;  $p\leq 0,01$ ) и общим уровнем учебных стратегий ( $r=0,236$ ;  $p\leq 0,05$ ). Учебная стратегия «регулирования» преимущественно положительно взаимосвязана с перфекционизмом ориентированным на других ( $r=0,261$ ;  $p\leq 0,01$ ), социально предписанным перфекционизмом ( $r=0,244$ ;  $p\leq 0,05$ ) и интегральным показателем перфекционизма ( $r=0,338$ ;  $p\leq 0,01$ ). Социально предписанный перфекционизм положительно связан с общим уровнем метакогнитивных ( $r=0,275$ ;  $p\leq 0,01$ ) и общим уровнем учебных стратегий ( $r=0,259$ ;  $p\leq 0,01$ ). Так же отмечается положительная корреляционная связь между общим уровнем метакогнитивных стратегий и интегральными показателями перфекционизма ( $r=0,26$ ;  $p\leq 0,01$ ).

Первокурсников отличает отрицательная взаимосвязь между когнитивной стратегией «организации учебного материала» и перфекционизмом ориентированным на других ( $r=-0,218$ ;  $p\leq 0,05$ ).

У студентов 4 курса экономического факультета когнитивная стратегия «повторения» положительно коррелирует с показателями перфекционизма ориентированного на себя ( $r=0,263$ ;  $p\leq 0,01$ ).

Перфекционизм ориентированный на себя положительно взаимосвязан с метакогнитивной стратегией «регулирования» ( $r=0,268$ ;  $p\leq 0,01$ ), с общим уровнем когнитивных ( $r=0,21$ ;  $p\leq 0,05$ ) и метакогнитивных учебных стратегий ( $r=0,252$ ;  $p\leq 0,05$ ), а также общим уровнем учебных стратегий ( $r=0,259$ ;  $p\leq 0,05$ ).

Таким образом, на начальном этапе обучения студенты с перфекционизмом, ориентированным на себя более склонны к тщательному планированию своей учебной деятельности, для них характерно использование в учебной деятельности действий, направленных на постановку целей и планирования последовательности продвижения к ним (составление последовательности изложения, подготовка плана, постановка целей, создание и реализация алгоритма продвижения к ним). Они так же больше внимания уделяют усвоению и обработке учебного материала.

Студенты-первокурсники с перфекционизмом, ориентированным на других испытывают сложности с трансформацией учебного содержания в различные формы – схемы, таблицы, графики, но в то же время, они склонны к концентрации внимания, чаще обращаются к преподавателям за консультативной помощью, склонны искать альтернативные источники информации. Те же особенности проявляются у студентов с социально предписанным перфекционизмом. Студенты с социально предписанным перфекционизмом уже на начальном этапе обучения более склонны к организации и управлению своей учебной деятельностью.

Студенты 4 курса, использующие в своей учебной деятельности стратегии «повторения» и «регулирования» более склонны предъявлять чрезвычайно высокие требования к себе, что связано как с повышенным вниманием к обработке и усвоению учебного материала, так и с организацией своей учебной деятельности.

Подводя итоги по данным корреляционного анализа когнитивных, метакогнитивных учебных стратегий, общего уровня учебных стратегий и различных структурных составляющих перфекционизма, можно сделать следующие выводы:

- во-первых, у студентов-экономистов к 4 курсу наблюдается понижение уровня перфекционизма, ориентированного на других, социально предписанного перфекционизма и интегрального показателя перфекционизма, что снижает требовательность к своему социальному окружению, студенты не расценивают требования со стороны социума, как завышенные, но одновременно, у студентов к концу обучения снижается уровень «нормального перфекционизма», что может приводить к определенным трудностям в учебе и общении;

- во-вторых, у студентов-экономистов с социально предписанным перфекционизмом в начале обучения наблюдается положительная взаимосвязь с общим уровнем метакогнитивных стратегий и общим уровнем учебных стратегий, а у студентов 1 курса инженерного факультета эти стратегии отрицательно коррелируют с социально предписанным перфекционизмом.

#### **Список использованных источников**

1. Гараян, Н.Г. Перфекционизм, депрессия и тревога/ Н.Г. Гараян, А.Б. Холмогорова, Т.Ю. Юдеева // Московский психотерапевтический журнал. – 2001. – №4. – С. 18–48.

2. Золотарева, А. А. Диагностика индивидуальных различий перфекционизма личности: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / А. А. Золотарева; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2012. – 26 с.

3. Дворникова, Т.А. Диагностика степени сформированности учебных стратегий у студентов / Т.А. Дворникова, С.Н. Костромина // Вестник Санкт-Петербургского университета. - 2009. - Выпуск 1. - Серия 12. - С.321-332

УДК 159.925

## **ПРИМЕНЕНИЕ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ УСЛОВИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА**

**Ярошевич Леонид Александрович, старший преподаватель**

**Полесский государственный университет**

Jaroshevich Leonid, Senior Lecturer, Polessky State University, jaroshevich.l@polessu.by

**Аннотация.** В статье раскрывается значимость невербальных средств общения между преподавателем и студентом при организации образовательного процесса в учреждениях высшего образования. Поведенческая невербальная информация поможет преподавателю максимально оптимально выстраивать систему межличностных отношений, необходимую для повышения взаимодействия в рамках учебного занятия.

**Ключевые слова:** педагогическая деятельность, коммуникация, преподаватель, студент, кинесика, невербальные средства общения.

В современных условиях динамики развития общества, в том числе и белорусского, актуализируется проблема повышения эффективности обучения студентов в высших учебных заведениях. Поиском и внедрением рациональных педагогических методов, приёмов и форм, в рамках образовательного процесса по учебным дисциплинам, направленным на повышение результативности усвоения содержания учебного материала студентами и эффективности деятельности преподавателя, занимаются учёные – исследователи в таких научных областях, как педагогика и психология. Кроме постоянно возрастающих требований к результативности образовательного процесса в высших учебных заведениях, возрастают требования и качеству подготовки специалистов – профессионалов. Выполнение этих целевых установок требует постоянного психолого – педагогического исследования и самого процесса обучения, так и факторов, определяющих его эффективность, особенно в нынешней постоянной динамике происходящих процессов в современном обществе. На основе этого видится необходимость более широкого применения преподавателями ВУЗов в образовательном процессе невербальной коммуникации как объекта педагогической и психологической науки. Необходимо подчеркнуть и тот факт, что невербальная коммуникация играет значительную роль, в отдельных случаях – определяющую, в деловой коммуникации. Исследуя невербальную коммуникацию учёные, как зарубежные, так и советские, установили, что почти 55 % информации человек получает с помощью мимики и жестов, т.н. неречевая коммуникация, и около 38 % при использовании тембра голоса («повышение» – «понижение» голоса), и, примерно, от 7% до 10 % воспринимается информации в результате самого содержания передаваемого сообщения [1].

На основании вышеизложенного можно констатировать, что рациональность педагогического процесса в ВУЗе, как и педагогическая деятельность преподавателя, во многом зависит от эффективного применения невербального общения. Содержательное наполнение, образность, полнота и интерес к учебному занятию со стороны студента во многом обеспечивается и с помощью умений преподавателя своевременно применять навыки невербальной коммуникации. Это обеспечит эффективно и быстро усваивать студентам новую учебную информацию, повысит продуктивность усвоения ими содержания материала по изучаемым учебным дисциплинам, а, следовательно, улучшит и сам образовательный процесс. Отработка и применение навыков невербальной коммуникации в процессе обучения обеспечит активизации внимания, мышления и представления у студентов на главном, сущностном учебном материале, что также будет способствовать лучшему изучению содержания учебных предметов в рамках их профессиональной подготовки.

Невербальная коммуникация способствует и выработке у студентов определённых невербальных поведенческих установок, направленных на установление обратной связи с преподавателем. Преподаватель, получая определённую поведенческую невербальную информацию, сможет максимально оптимально выстраивать систему межличностных отношений, необходимую для повышения взаимодействия в рамках учебного занятия.

Одновременно, формируя собственные невербальные компетенции, преподаватель обеспечит решение проблемных моментов, имеющихся в системе педагогического взаимодействия со студентами. Сформированность методических принципов невербального поведения обеспечит преподавателю более высокий уровень профессионального мастерства, и, безусловно, будет способствовать более эффективному взаимодействию всех участников образовательного процесса.

В рамках образовательного процесса преподаватель эффективно может применять невербальные средства коммуникации, состоящие из видов и подсистем, включающие определённые смысловые знаковые системы: оптико – кинетическая, пара- и экстралингвистическая, организация пространства и времени коммуникативного процесса, такесика. Каждая из перечисленных систем имеет определённое смысловое содержательное наполнение и выполняет определённые функции.

Система оптико – кинетической подсистемы знаков или кинесики включают: жесты, мимика и пантомимика, в определённой степени [2]. Зрительно воспринимаемый диапазон движений, выполняющих экспрессивно – регулятивную функцию в общении называется кинесикой. Необходимо отметить, что кинесическая подсистема включает в себя внешние имиджевые составляющие (определённый стиль одежды, манера одеваться, причёска и др.) и «язык тела» (жестикуляция, выразительность взгляда, позы, поведенческие слагаемые: подчерк человека, нахождение в состоянии покоя или движение во время занятия) [3].

Чтобы понять важность подструктуры кинесики в невербальном общении, необходимо более детализировано рассмотреть её составляющие:

жест – движение рук или кистей рук. Ряд учёных – исследователей - Р. Уайтсайд, Дж. Фаст, А. Пиз и др. делают вывод о том, что жест является показателем интенсивности переживаний человека. В силу доминирования определённых черт характера жестикуляция человеком может осуществляться произвольно и непроизвольно. Ритмически согласованные с интонацией говорящего, паузами жесты способствуют сосредоточиться слушающим на главных узловых моментах или частях высказывания, выразить эмоциональное состояние коммуникатора к своим мыслям, суждениям, утверждениям и др. Преподаватель должен прибегать к жесту по мере ощущения внутренней необходимости в нём. Важно помнить, что жест, не совпадающий с ритмом речи коммуникатора, может привести к искажению информации, быть неверно понят аудиторией. Неумеренная жестикуляция может утомить и вызвать раздражительную реакцию студентов [4]. На вопрос о количестве допустимых жестов за определённый период общения ряд исследователей высказывает мнение о том, что количество жестов должно укладываться в национально – культурный норматив. Существует незначительное число научных разработок по вопросу предельной допустимости жестов в рамках определённого времени осуществления коммуникации – в переводе на учебное занятие в ВУЗе это примерно от 55 до 65 – 70 жестов. На сегодняшний день этот вопрос является открытым и требует дальнейших научных исследований. Наиболее применяемые жесты в педагогической деятельности: жесты – указания, жесты привлечения внимания, утвердительные и отрицательные кивки головой, жесты – просьбы и запрета. Преподавателями используются специфические «лекторские» жесты, отражающие объединение, перечисление, анализ, противопоставление и др.

Таким образом, преподаватели ВУЗов целенаправленно и осознанно применяют жестикуляцию с целью улучшения взаимодействия со студентами и повышения уровня образовательного процесса.

Мимика – ещё одна составляющая подраздела кинесики. Лицо является важнейшей характеристикой человека. Лицо является показателем экспрессивности и отражением чувств, сигнализирует о состоянии человека [4]. Преподаватель должен строго контролировать выражения своего лица. Мимика и жесты несут в общении около 40 % информации. В зависимости от ситуации мимическое и жестикуляционное сопровождение придаёт речи определённый оттенок, часто противоположный обычному общению [5].

Пантомимика – последняя составляющая подсистемы кинесики, изучающая моторику всего тела. В её основе можно выделить несколько компонентов невербального общения – характерная для человека осанка и типичные позы, которые влияют на характер впечатления, которое о нём складывается у взаимодействующих с ним людей. Определённые позы, по мнению специалистов в области психологии, связываются с определёнными действиями или качествами личности. А. Шефлен один из первых указал на роль позы человека как одного из невербальных средств общения, влияющую на регулирование процесса межличностных отношений [4].

Походка также является одним из компонентов невербального общения и отражает на впечатление окружающих о человеке. Она характеризуется рядом черт: ритмом, скоростью, длиной шага, определенностью направления и изменчивостью. Походке может быть присуща большая или меньшая естественность [5].

Исходя из выше изложенного, можно констатировать, что мимическая и пантономическая выразительность мимическая и пантономическая выразительность преподавателя в неречевом общении является эффективным средством при организации педагогического взаимодействия со студентами.

Важнейшим видом невербального общения является паралингвистическая и экстралингвистическая подсистема знаков. Паралингвистическая подсистема является подсистемой вокализации и включает: качество голоса, голосовой диапазон, тональность, интонации – по исследованиям В. А. Лабунской [4]. Экстралингвистическая система включает в речь паузы, смех и др.

На успешность осуществления образовательного процесса влияют эмоциональные характеристики преподавателя, проявляющиеся в особенностях его речи. М. З. Янковский, проводивший исследования в области речевого воздействия в рамках коммуникационного взаимодействия, доказал, что в условиях эмоционально – экспрессивного предъявления словестного учебного материала, продуктивность кратковременной памяти у большинства студентов повышается от 9 % до 21 %. Приведённые цифры подтверждают постулат о том, что индивидуально – личностные качества, эмоциональная экспрессия преподавателя способствуют раскрытию и активизации познавательного потенциала студентов в процессе обучения. Речевые умения преподавателя являются важнейшим элементом педагогической техники, то есть умение выразительно интонировать свою речь, умение владеть техникой речи (дикция, темп, ритм и др.), умение громко выражать свои мысли и чувства [5]. Неумение или игнорирование паралингвистических факторов речи, незнание специфики их функционирования может привести к коммуникативным неудачам, что является недопустимым в рамках педагогической деятельности.

На основе краткого обзора материала, проведённого в рамках данной статьи, невербальное общение, являющееся самостоятельным видом коммуникации, дополняет речь новыми смысловыми моментами, эмоциональной насыщенностью, что обеспечивает осуществление более эффективного образовательного процесса системе высшего образования.

#### **Список использованных источников**

1. Горелов, И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов ; отв. Ред. В. Н. Ярцева ; предисл. В. И. Карасика. – Изд. 3-е. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2007. – 103 с.
2. Лабунская, В. А. Невербальное поведение : (Социал.-перцептив. подход) / В. А. Лабунская; Отв. ред. И. П. Шкуратова; Рост. гос. ун-т им. М. А. Сушкова. - Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 1986. – 135 с.
3. Петрова, Е. А. Жесты в педагогическом процессе : [Учеб. пособие к курсу «Основы пед. мастерства»] / Е. А. Петрова. – Москва : Моск. Гор. Пед. о-во, 1998. – 223 с.
4. Пиз, А. Язык жестов / А. Пиз ; пер. с англ. – Воронеж: МОДЭК, 2000. – 218 с.
5. Янковский, М. З. Активизация памяти эмоционально – экспрессивным воздействием преподавателя / М. З. Янковский // Высшая школа. – 1999. – № 3 – 4.

# ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

УДК 811

## LEXICO-STYLISTIC FEATURES OF THE TRANSLATION OF ECONOMIC MASS MEDIA DISCOURSE

Астрейко Анастасия Владимировна, магистр филологических наук

Полесский государственный университет, преподаватель

Astreiko Anastasiya Vladimirovna, Master in Philology

Polesky State University, astrejko.a@polessu.by

**Аннотация.** The urgency of the article is determined by the dynamic development of the media economic discourse, which makes it necessary to study its lexical and stylistic features. Moreover, the peculiarities of reproduction of terminological and emotional-evaluate vocabulary in the Russian-English translation have not found enough coverage.

**Ключевые слова:** discourse, communication, mass media, economic text, term, abbreviation, translation, translation transformations

Discourse is examined from various positions in modern concepts of V.G. Borbotko [2], R. Fowler [3]. Its characteristics and varieties are analyzed in details. This term was introduced into scientific linguistic circulation by E. Buissance. He defined it as “speech appropriated by speakers”. And gradually the concept of “discourse” becomes popular not only in linguistics, but also in most of the humanities.

The object of study of this article is economic discourse operating in the field of mass media, and thereby acquiring the distinctive features of media discourse. Among the main linguistic features of modern media texts, researchers highlight the following: the complication of the spheres of modern speech communication in general; democratization of journalistic style of speech, expansion of norms of speech behavior; changing the normative boundaries of the language of mass communication; following speech fashion [1, p.56]. The main difficulty in studying media texts is unanimously recognized as the issue of determining the status of the language of mass communication within the framework of a functional style and describing it in terms of functional and stylistic features. The duality of media texts, expressed, on the one hand, in a certain unity due to the peculiarities of speech use in the field of mass communication, and, on the other, in the stylistic heterogeneity and mobility of mass media texts, allows researchers to be inclined to consider media language as an independent stylistic phenomenon .

Economic texts of mass communication are characterized by logical and standardized narration, a clear presentation of facts and events, detailed statements, formality, and the presence of terminology from certain areas (political, economic, etc.) [2, p.21]. On the other hand, texts of economic media discourse are characterized by the use of emotionally evaluative, expressive lexical units, phraseological units, and the use of figurative means (metaphors, epithets, comparisons), since messages that use emotional influence are “easier to digest and are stored in memory longer” [3, p.191]. An equally important place in economic texts of the media is occupied by the image of the author or his opinion. Thus, the texts of the economic discourse of the media “possess all the features of special texts, at the same time retaining a clearly expressed pragmatic, expressive-evaluative orientation of the statement” [2, p.56-57].

Since the economic discourse of the media is aimed at a wide audience, the language of economic articles should not make it difficult to understand. Such texts are dominated by so-called “popular” economic terms that are well known to ordinary readers: *кредитный рейтинг* (*credit rating*), *дефолт* (*default*), *государственный долг* (*public debt*) and others. In addition, there are terminological combinations borrowed from other areas of knowledge and social life in an “economic” context: *косое смещение* (*tectonic shift*), *тропическая лихорадка* (*dengue fever*).

It should be noted that in the 21st century, the Russian language has been filled with many English economic terms that were previously unknown due to the absence of certain types of activities in the past. The emergence of a market economy became 5th reasons of new economic realities, and, accordingly, terms. Of course, there was a spontaneous borrowing of the economic terminology system by the Russian language, which could not but affect the Russian-language economic media discourse:

*При этом стоимость фьючерса на нефть с поставкой в июле 2020 года на бирже ICE в Лондоне выросла на 2,4% - до \$70,2 за баррель [4]. Oil futures with settlement in July 2020 grew by 2,4% on the London's ICE to \$70,2 per barrel [5].*

A particular difficulty when translating Russian terms into English occurs with the polysemy and variability of terms. Let's consider this statement using the example of translating the economic term "turnover":

*Вообще-то, конечно, правообладатель не сможет запретить ввоз в Россию товаров, если они были законно введены в оборот – и это предусматривают поправки к Гражданскому кодексу РФ, подготовленные Федеральной антимонопольной службой еще в июне прошлого года [4]. Rights holder will not be able to ban importation of goods to Russia, if those goods were lawfully put into circulation. This is stipulated in amendments to the Russian Civil Code prepared by the Federal Antimonopoly Service in June last year [5].*

*За последние два месяца текущего года оборот существенно увеличился, что свидетельствует о том грандиозном потенциале, которым обладают наши торговые отношения. In the first two months of this year, the turnover has increased significantly, which demonstrates the immense potential that our trade relations have [4].*

*По данным компании, в 2020 году оборот вырос на 40%, до \$327 млн. In 2020, the cash flow of the company increased by 40% to \$327 million [5].*

"Оборот" in the first example is translated as "circulation", in the second as "turnover" and it has a financial and accounting meaning, in the third example, the translator selects the contextual match "cash flow". When translating polysemantic financial and economic terms into Russian, an important condition for understanding the meaning of the term, firstly, is the context, and, secondly, the background knowledge that the translator must have to find the correct translation solution is of particular importance.

The prevalence of abbreviated financial and economic terms is very high in the texts of economic media discourse. Many authors believe that the use of abbreviations along with terminological units "reflects patterns in term formation, determined, on the one hand, by the complexity of concepts for which multi-component terms are used, and on the other hand, by the desire for economy due to the need to speed up the communication process and increasing the flow of information" [3, p.105]. Let's consider some ways of broadcasting Russian abbreviations in the texts of economic discourse in the media.

*Курс рубля в ближайшие 2-3 месяца не восстановится к показателям начала апреля, заявил глава Центра стратегических разработок (ЦСР), бывший министр финансов РФ Алексей Кудрин [4]. Chief of the Center for Strategic Research (CSR) and ex-Finance Minister Alexei Kudrin doesn't expect Russia's national currency to recover to the level of early April [5].*

In the example given, the abbreviation is deciphered by both the author and the translator. This technique of preliminary decoding of initial abbreviations is widespread in the economic media discourse and, as a rule, such initial abbreviations do not receive lexicographical recognition. The choice of method for translating economic terms can be justified by both extralinguistic reasons (the purpose of translation, the presence of theory in the relevant field) and intralinguistic reasons (the presence of equivalents in both languages, the internationality of the term).

There should be special mention of words and expressions belonging to the category "economics and finance", which are based on erased metaphors, the so-called "economic clichés". If the image coincides, then the metaphors have correspondences in the two languages. If there are differences in the image of meanings in two languages, due to discrepancies in the picture of the world, the translation will be based only on the interpretation of the feature.

In this case, a replacement image can be used, for example: *Премьер-министр летал объяснить Дятлову, как прятать концы в воду и как скрывать факты махинаций с африканскими бюджетными средствами [4]. When Prime-Minister flew to Uganda the last day, he explained Dyatlov how to cover the traces and conceal machinations with the African budget means first of all [5].*

*После этого на уровне его руководства происходит дальнейший распил [4]. Then local authorities divided them further [5].*

In the analyzed economic media texts, there is a combination of different style elements, namely: along with lexemes of the official, book style, colloquial vocabulary, professional jargon, phraseological units of different structural types and different stylistic colors, which make the presentation of the material more confidential and facilitate understanding.

As can be seen from the above example, the original text uses the jargon “cut”. The English translation of this article uses neutral analogues. It should be noted that in this example there is a significant shift at the stylistic level: in the original text there is an additional negative evaluation that is absent in the translated text.

Summing up the research, we can draw the following conclusions:

The economic media discourse has features of both journalistic and scientific functional styles.

The economic term systems of the Russian and English languages do not coincide. Most of the economic terms appearing in the Russian language are unmotivated, which is explained by the absence of concepts corresponding to a market economy in the Russian language. Most often economic terms are translated using phonetic (transcription and transliteration), as well as lexical tracing, as the study has shown.

If there are differences in the image of meanings in two languages, translation can only rely on the interpretation of the feature underlying the image of the metaphor. In this case, image replacement can be used. If it is impossible to find a similar image, a descriptive translation is used.

In the analyzed economic media texts, there is a combination of elements of different styles, which makes the presentation of the material more trustworthy and facilitates understanding. The articles use expressive and evaluative vocabulary, jargon, and phraseological units that are used in relation to the economic problems and situations described. When translating these lexical means from Russian into English, regular and contextual correspondences, as well as descriptive translation, can be used.

#### **List of sources used**

1. Algina, O.V. Functional and stylistic features of a newspaper article in the aspect of translation / O.V. Algina. – M.: Gnosis, 2017. – 207 p.
2. Borbotko, V.G. Principles of discourse formation: from psycholinguistics to linguistic synergetics / V.G. Borbotko. – M.: Book house “Librokom”, 2011. – 288 p.
3. Fowler, R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press / R. Fowler. – London, New York, 1991. – 254 p. [Electronic resource]. Mode of access : URL: <http://www.twirpx.com/look/32173>
4. Experts: how the United States is preparing to cripple the ruble (Pravda.Ru). - [Electronic resource]. – URL : <https://www.pravda.ru/news/economics/26-04-2018/1382696-usa-0/#>
5. USA is ready to bring Russian ruble down further (Pravda.ru). – [Electronic resource]. – URL: [http://www.pravdareport.com/news/business/finance/26-04-2018/140866-russian\\_ruble-0/](http://www.pravdareport.com/news/business/finance/26-04-2018/140866-russian_ruble-0/)

УДК 004.853

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

**Гирина Евгения Юрьевна, преподаватель, Полесский государственный университет**  
Hiryna Yauheniya Yuryeuna, university teacher, Polesky State University, girina.e@polessu.by

**Аннотация.** В статье рассматриваются возможности использования нейросетей в процессе обучения иностранным языкам студентов неязыковых специальностей. В статье анализируется потенциал внедрения нейросетей в современный образовательный процесс с целью повышения его эффективности на примере чат-ботов, виртуальных образовательных платформ, онлайн-переводчиков.

**Ключевые слова:** нейросети, образовательные технологии, искусственный интеллект, студенты неязыковых специальностей, иноязычное общение, машинное обучение, GPT Chat.

В настоящее время информационные технологии, ввиду своей многозадачности и доступности, являются неотъемлемой частью современной реальности и широко используются в различных сферах, включая образовательную. Активное внедрение информационных интернет-технологий в современный образовательный процесс способствует коренному преобразованию и модернизации методов обучения иностранному языку. В рамках современной парадигмы образования наиболее эффективными и перспективными инструментами в данной области является технология искусственного интеллекта AI и технология нейросетей, использование которых позволяет создавать уникальное иноязычное образовательное пространство с неограниченным количеством функций как для преподавателей, так и для студентов.

Особую актуальность использование нейросетей приобретает в процессе обучения студентов неязыковых специальностей, который характеризуется практической направленностью, является профессионально ориентированным и осуществляется в сжатые сроки, как правило, в рамках относительно небольшого количества аудиторных часов, предусмотренных учебной программой, по сравнению с языковыми специальностями. В данном случае перед преподавателем иностранного языка стоит непростая задача: максимально эффективно организовать образовательный процесс таким образом, чтобы адаптировать его под потребности студентов определенной специальности, повысить мотивацию обучающихся к овладению профессиональным иноязычным общением не только на занятиях, но и в рамках самостоятельной работы. Как результат, траектория обучения приобретает персонализированную практическую направленность: требует расширения активного словарного запаса по определенным лексическим темам, работы над текстами специальной профессиональной тематики, моделирования коммуникативных ситуаций, возникающих в рамках профессионально ориентированного иноязычного общения будущих специалистов. В решении вышеперечисленных задач незаменимым помощником преподавателя иностранного языка становятся технологии нейросетей, преимуществом которых является их самообучаемость и доступность, относительная простота применения, повсеместность использования и неограниченность возможностей.

Прежде, чем рассматривать особенности применения отдельных нейросетей в процессе обучения иностранному языку, необходимо раскрыть сущность данной технологии, определить ее основные характеристики. Термин “искусственная нейросеть” (“artificial neural network”) или просто “нейросеть” (“neural network”) впервые стал использоваться американскими исследователями У. Маккалоу и У. Питтсом в 1944 году. В 1957 году психологом Ф. Розенблатт была продемонстрирована первая обучаемая одноуровневая нейросеть. С развитием компьютерных технологий совершенствовались нейросети: они стали самообучаемыми. На современном этапе нейросеть представляет собой технологию искусственного интеллекта в виде современной многофункциональной самообучающейся компьютерной программы, имитирующую работу человеческого мозга. [1]

Нейросети, выступая связующим звеном между традиционными и современными методами обучения иностранному языку, являются эффективным инструментом формирования и совершенствования иноязычной коммуникативной компетенции у обучающихся неязыковых специальностей. Они способствуют расширению образовательного пространства, вовлеченности студентов, повышению их мотивации и, как следствие, автономности. Использование нейросетей не ограничено местом и временем, не требует обязательного присутствия преподавателя, наличия сложных технических устройств, высокого уровня компьютерной грамотности. Вышеперечисленное свидетельствует не только о доступности данной образовательной технологии для всех участников образовательного процесса, но и ее перспективности и тенденции к повсеместному использованию.

Перейдем к рассмотрению конкретных нейросетей, которые представляют наибольший интерес и потенциал, при этом могут быть эффективно применены в процессе преподавания иностранного языка в высших учебных заведениях.

В первую очередь, учитывая специфику учебной дисциплины “Иностранный язык”, рассмотрим нейросети, главной функцией которых является осуществление машинного перевода. По мнению экспертов, к лучшим *нейросетям-переводчикам* на данный момент можно отнести *Google Translator*, *Яндекс переводчик*, *DeepL*, *Reverso Context*, *Bing Microsoft Translator*, *Thesaurus*, *Merriam-Webster*. Они являются многофункциональными: знают большое количество языков, могут переводить не только слова, но и тексты (документы, изображения), способны распознавать речь, показывать примеры употребления переведенного слова в контексте (синонимы/антонимы), могут содержать грамматический и лексический комментарий, а также игры по запоминанию слов. Среди перечисленных нейросетей следует выделить нейросеть *DeepL*, которая способна исправлять ошибки в тексте и даже корректировать по запросу его стиль. Грамотное использование нейросетей-переводчиков на занятиях по иностранному языку способствует сокращению времени на поиск нужного эквивалента при переводе профессиональной лексики или текстов специальной тематики. [3]

К следующей группе нейросетей относятся *виртуальные образовательные платформы*, созданные на их основе, которые могут использоваться обучающимися посредством мобильных приложений для закрепления пройденного лексического и грамматического материала вне ауди-

торных занятий. Данные мобильные приложения *Duolingo, Babbel, Rosetta Stone, Lingvist, Memrise, и др.* разработаны на основе принципов машинного обучения, характеризуются интерактивностью и персонализированной образовательной траекторией. По сути, мобильные приложения такого плана ориентированы на начальный и средний уровни владения иностранным языком, выступают в роли виртуального учителя и, как правило, являются наиболее эффективными при их комбинировании с аудиторными занятиями. В контексте образовательного процесса в высшей школе такие нейросети могут применяться факультативно в группах студентов неязыковых специальностей с низким и средним уровнем сформированности иноязычной коммуникативной компетенции.

К третьей группе целесообразно отнести *нейросети*, выступающие, главным образом, в качестве *инструментов для подготовки и разработки дидактических материалов* для занятий по иностранному языку. Такие нейросети способны генерировать *текст (Chat GPT, YandexGPT, GigaChat, CharacterAI и др.), изображения (Шедеврум, DALL-E, Kandinsky 2.2b Midjourney, TattoosAI и др.), аудио и музыку (Krisp, Auphonic, Adobe Enhance Speech, Audo Studio и др.)*. Современные нейросети дают возможность преобразовать текст в аудио и наоборот. Следует отметить, что при озвучивании текста существует опция выбора пола, национальности и других характеристик оратора. Отдельного внимания в данной категории заслуживает нейросеть *Twee*, которая разработана специально для преподавателей иностранного языка. Она предоставляет многофункциональный инструмент для создания различного рода виртуальных заданий с целью совершенствования всех видов иноязычной речевой деятельности обучающихся: говорения, чтения, аудирования, письма. [5]

В рамках данного исследования к четвертой отдельной группе нейросетей, наиболее распространенной и многозадачной, относим чат-боты, которые по сути объединяют функции трех предыдущих. Наиболее популярными на данный момент являются *GPT Chat, Bing, Bard, Giga Chat, Jasper Chat, Socratic, Chatsonic и др.* Имея доступ к обширным базам данных, они способны осуществлять быстрый поиск информации, выполнять любого рода задания по запросу, включая написание текстов, составление различного рода заданий, глоссария по заданной тематике, тестов и т.д.

Уникальность чат-ботов состоит в специфике общения. Данная нейросеть строит его по принципу моделирования коммуникации с реальным человеком. Это и представляет особую ценность данной нейросети в процессе изучения иностранного языка, особенно английского, так как для нейросети он является родным. У обучающихся появляется возможность приобретения опыта построения реального общения с “носителем языка”, применения на практике полученных в ходе практических занятий знаний, умений и навыков иноязычного общения. Это помогает в свою очередь преодолеть психологический языковой барьер, страх совершить ошибку. Общение с таким собеседником интересно тем, что оно имеет своеобразный персонализированный характер, то есть именно обучающийся определяет тему разговора и ход беседы. Обучающиеся могут использовать чат-боты как на занятиях в качестве языковой разминки, так и вне аудитории для практики навыков общения на иностранном языке. [4]

Таким образом, изучив основные виды и функции нейросетей, справедливо утверждать, что потенциал их применения в рамках современной парадигмы образования, наряду с традиционными методами, огромен и еще не до конца изучен. Для студентов неязыковых специальностей использование технологий нейросетей в образовательном процессе особенно актуален ввиду их доступности, интерактивности, простоте использования и высокой эффективности. Для грамотного построения образовательной траектории обучающихся неязыковых специальностей необходимо постепенное внедрение данных технологий, четкий анализ и контроль результатов на начальных этапах применения.

Многофункциональность, многозадачность, быстрый доступ и поиск информации, способность распознавать человеческую речь, переводить, генерировать текст, картинки музыку, имитировать живое общение, выполнять любого рода задания свидетельствует о практически неограниченных возможностях нейросетей. Однако, несмотря на это, данные технологии в настоящее время выступают в образовательном процессе в качестве вспомогательных наряду с традиционными.

### Список использованных источников

1. Всё, что вам нужно знать об ИИ – за несколько минут. – Habr, 2018. – Режим доступа : <https://habr.com/ru/articles/416889/>. – Дата доступа : 15.04.2024.
2. Каллан, Роберт. Основные концепции нейронных сетей/ Роберт Каллан / – Издательский дом «Вильямс», 2001. – 928 с.
3. Нейросети в образовании: как они помогают учиться [Электронный ресурс]// <https://neiroseti.tech/interesnoe/neiroseti-v-obrazovanii-kak-oni-pomogayut-uchitsya/>
4. Хайкин, Саймон. Нейронные сети. Полный курс. / Саймон Хайкин / – Издательский дом «Вильямс», 2006. – 486–488 с
5. A.I. Powered Tools For English Teachers. – Twee, 2023. – Режим доступа : <https://twee.com/>. – Дата доступа : 14.04.2024.

УДК 334.722-0552

## ГЕНДЕРНАЯ АССИМЕТРИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Голякович Юлия Олеговна, аспирант, Полесский государственный университет

Гендерная асимметрия – это социальное явление, отражающее объективную закономерность количественного распределения мужчин и женщин в социальной структуре общества и во всех сферах его жизнедеятельности, а также качественные социальные последствия этого явления [1, с.20].

В основе гендерной асимметрии лежат как биологические и физиологические различия полов, так и конкретные экономические, социальные и политические условия, реальная демографическая ситуация в обществе.

Количественная характеристика гендерной асимметрии имеет и выражает исторически сложившуюся демографическую ситуацию, обострившуюся в результате войн, социально экономического и политического кризисов 90-х годов XX столетия. В результате возник численный перевес женщин в структуре населения. В Беларуси проживает 4 929 249 женщин (53,8%) и 4 226 729 (46,2%) мужчин [2]. Поэтому можно говорить о современном обществе как о гендерно асимметричном в «пользу» женщин.

Исследованием гендерного неравенства, в частности различий в жизненных приоритетах мужчин и женщин, занимались А. Андерсон [3], Т. А. Дипрете [4], С. Пойразли [5], Е. Крзаклевска, С. Крупник [6], Э. Н. Лостеттер [7], С. Сумер [8], А. Дж. Трайс [9]. Дж. Нидиффер, К. Т. Башо оценивают возможности женщин в достижении высших должностей в сфере управления образованием.

При сравнении уровня образования женщин и мужчин по данным национальной статистики Республики Беларусь можно констатировать, что он выше у женщин (рисунки 1 и 2).



Рисунок 1. – Доля женщин в возрасте 25-49 лет с высшим образованием, %

Источник: [10].

Среди занятых женщин 39,4% имеют высшее образование, 27,3% — среднее специальное. На 1000 мужчин в возрасте 10 лет и старше приходилось 224 мужчины с высшим образованием против 270 женщин, такая же тенденция наблюдается и во всем мире. При этом сохраняется неравенство в сфере социально-трудовых отношений, в сфере оплаты труда.



**Рисунок 2. - Доля мужчин в возрасте 25-49 лет с высшим образованием, %**

Источник: [11]

Несмотря на схожий общий уровень образования и опыт работы у женщин и мужчин, в Беларуси присутствует значительный гендерный разрыв в уровне оплаты труда, считают белорусские исследователи. Согласно официальной статистике, средний разрыв в уровне месячной зарплаты между мужчинами и женщинами в 1995 году составил 20,9%, в 2000 году он снизился до 19%, в 2011 году вырос до 26,3%. Потом последовал тренд на снижение и в 2016 году разрыв составил 21,5%. Однако затем гендерное неравенство только увеличивалось. По итогам 2020 года разрыв в уровне зарплаты между мужчинами и женщинами достиг 26,7%.

Это происходит из-за того, что мужчины обычно заняты в отраслях с более высокой оплатой труда и поэтому их средняя зарплата выше. Кроме того, женщины чаще работают в бюджетных организациях, где уровень оплаты ниже, чем в частном секторе. Например, в образовании и здравоохранении. Наука, технологии, инженерия и математика повышают шансы на построение успешной карьеры, которая сопровождается более высоким уровнем оплаты труда, считают исследователи [12].

Несмотря на выше представленные факторы, положение женщин в обществе неизменно улучшается. Одной из целей устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2030 г., зафиксированной в Национальном плане действий по обеспечению гендерного равенства на 2017–2020 гг., названо обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин. В документе подчеркивается, что «прогресс государств по достижению всеобщего процветания и благополучия для всех напрямую будет зависеть от их целенаправленных усилий по дальнейшему продвижению фактического равенства мужчин и женщин во всех сферах жизнедеятельности общества».

Женское предпринимательство относится к числу социальных феноменов, развитие которых активизировались лишь в последние десятилетия, при том, что предпринимательская деятельность как таковая давно и широко распространена в мире, являясь опорой экономики всех развитых стран. Развитие женского предпринимательства играет значительную роль в этом процессе, позволяя женщинам достигать успеха и самореализации в бизнесе.

В 2024 году уровень вовлеченности женщин в сферу предпринимательства в Беларуси составляет 36,4% [13].

Фактором, сдерживающим возможности для занятости молодых женщин, в литературе обозначено наличие малолетних детей. Рассмотрим, на рисунке 3, динамику занятого населения в возрасте 25-49 лет по возрасту младшего ребенка.

Год	Оба пола, 0-2 лет	Женщины, 0-2 лет	Мужчины, 0-2 лет
2015	25.3	22.6	28.4
2016	27.5	25	30.5
2017	27.6	25.2	30.7
2018	26.1	23.4	29.4
2019	24.8	22.8	27.4
2020	22.8	20.7	25.3
2021	20.3	18.3	22.9
2022	19.5	17.3	22.1
2023	18.0	16.0	20.4

**Рисунок 3. – Занятое население в возрасте 25–49 лет по возрасту младшего ребенка, %**  
Источник: [14]

Согласно данным официальной статистики Национального статистического комитета Республики Беларусь, структура занятого населения в возрасте 25-49 лет по возрасту младшего ребенка выглядит следующим образом:

1. Занятые без детей:
  - Доля - 38,4%
2. Занятые, имеющие ребенка в возрасте:
  - До 3 лет - 19,3%
  - 3-6 лет - 19,9%
  - 7-17 лет - 22,4%

Наибольшая доля занятых приходится на тех, у кого младший ребенок в возрасте 7-17 лет (22,4%). Около 39% занятых в возрасте 25-49 лет имеют детей дошкольного возраста (до 6 лет). Доля занятых без детей составляет более трети (38,4%) от общего числа занятых в этой возрастной группе.

Во время нахождения в декретном отпуске некоторые женщины переосмысливают свою жизнь. Понимают, что не хотят/не имеют возможности возвращаться на работу с графиком восьми до пяти. Именно поэтому в этот период многие также начинают успешные бизнес-проекты.

Таким образом, можно говорить о том, что развитие женского предпринимательства является не только вопросом гендерного равенства, но и одним из факторов устойчивого экономического развития страны. Развитие женского бизнеса способствует экономическому росту стран, расширению возможностей для женщин, сокращению разрыва в уровне оплаты труда, а также диверсификации взглядов и появлению новых идей на рынке.

Присутствие женщин среди лиц, принимающих решения, оказывает положительное воздействие на уровень эффективности и инновационности, а также на рост прибыльности компании. По оценкам Всемирного Банка особая ценность женщин - предпринимателей состоит в том, что, в отличие от мужчин, женщины в большей степени нацелены на повышение качества жизни и уровня человеческого капитала не только своих детей, но и общества в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Гендерная асимметрия как фактор социально-профессиональной мобильности специалистов финансово-банковской сферы в условиях перехода к рынку / Отв.ред. Силласте Г.Г. – М., 2002. – С. 19-25.

2. Брестский вестник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bvn.by/2024/05/12/belstat-nazval-srednij-voznrast>. – Дата доступа: 10.04.2024.
3. 2Anderson, A. Women and Cultural Learning in Costa Rica: Reading the Contexts / A. Anderson. – DOI 10.36366/frontiers.v9i1.114 // Frontiers: the Interdisciplinary Journal of Study Abroad. – 2003. – Vol. 9, no. 1. – Pp. 21–52. – URL: <https://www.frontiersjournal.org/index.php/Frontiers/article/view/114>. – Дата доступа: 19.12.2023.
4. Diprete, Th. A. Gender-Specific Trends in the Value of Education and the Emerging Gender Gap in College Completion / Th. A. Diprete, C. Buchmann. – DOI 10.1353/dem.2006.0003 // Demography. – 2005. – Vol. 43, issue 1. – Pp. 1–24. – URL: <https://link.springer.com/article/10.1353/dem.2006.0003>. – Дата доступа: 19.12.2023.
5. Poyrazli, S. International Students' Race-Ethnicity, Personality and Acculturative Stress / S. Poyrazli, R. K. Thukral, E. Duru // Journal of Psychology and Counseling. – 2010. – Vol. 2, no. 8. – Pp. 25–32. – URL: [https://academicjournals.org/article/article1380360045\\_Poyrazli%20al.pdf](https://academicjournals.org/article/article1380360045_Poyrazli%20al.pdf). – Дата доступа: 19.12.2023.
6. Krzaklewska, E. The Experience of Studying Abroad for Exchange Students in Europe. Erasmus Student Network Survey (in Partnership with Petrus Communications): Research Report / E. Krzaklewska, S. Krupnik. – 2005. – URL: <http://www.agence-erasmus.fr/docs/rapport-petrus.pdf>. – Дата доступа: 19.12.2023.
7. Lostetter, E.N. Gender Differences of Students' Experiences of Study Abroad: Thesis / E. N. Lostetter. – 2010. – 15 p. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/36685479.pdf>. – Дата доступа: 19.12.2023.
8. Sumer, S. International Students' Psychological and Sociocultural Adaptation in the United States / S. Sumer. – 2009. – URL: [https://scholarworks.gsu.edu/cps\\_diss/34/](https://scholarworks.gsu.edu/cps_diss/34/) – Дата доступа: 12.2023.
9. Trice, A. G. Faculty Perspectives Regarding Graduate International Students' Isolation from Host National Students / A. G. Trice // International Education Journal. – 2007. – Vol. 8, issue 1. – Pp. 108–17. – URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ841723.pdf>. – Дата доступа: 19.12.2023.
10. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Гендерная статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gender.belstat.gov.by/education/120?type=map&reg=\(F\):\(T/BR/VI/GO/GR/GM/MI/MO\)](http://gender.belstat.gov.by/education/120?type=map&reg=(F):(T/BR/VI/GO/GR/GM/MI/MO)). – Дата доступа: 10.04.2024.
11. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Гендерная статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gender.belstat.gov.by/education/120?type=map&reg=\(M\):\(T/BR/VI/GO/GR/GM/MI/MO\)](http://gender.belstat.gov.by/education/120?type=map&reg=(M):(T/BR/VI/GO/GR/GM/MI/MO)). – Дата доступа: 10.04.2024.
12. Онлайн-сервис готовых правовых решений iLex [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/pochemu-zhenshhiny-prodolzhayut-zarabatyvat-menshe-muzhchin/>. – Дата доступа: 15.01.2024.
13. Цели устойчивого развития Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdgs.by/news/zhenskoe-predprinimatelstvo-odna-iz-klyuchevykh-tochek-rosta-malogo>. – Дата доступа: 15.01.2024.
14. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Гендерная статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gender.belstat.gov.by/education/120?type=map&reg=\(F\):\(T/BR/VI/GO/GR/GM/MI/MO\)](http://gender.belstat.gov.by/education/120?type=map&reg=(F):(T/BR/VI/GO/GR/GM/MI/MO)). – Дата доступа: 10.04.2024.

УДК 81-25

## К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ ПАССИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

**Жилевич Ольга Фёдоровна, к.фил.н., доцент**

**Полесский государственный университет**

Jilevich Olga, PhD in Philology, Polesky State University, jilevitch@gmail.com

**Аннотация.** В статье анализируются наиболее релевантные способы перевода пассивных конструкций в английском экономическом дискурсе.

**Ключевые слова:** перевод, пассивная конструкция, экономический дискурс, причастная конструкция, возвратный глагол, глагол-связка

Передача конструкций пассивного залога с английского языка на русский в экономических текстах имеет ряд особенностей, которые связаны с употреблением характерной для конкретного текста терминологии и определённых фразовых единиц, с переводом которых могут возникать трудности.

Вопросы перевода различных конструкций стали активно изучаться еще с середины XX века. Огромный вклад в теорию и практику перевода внесли такие лингвисты, как Л.С. Бархударов, Я.И.

Рецкер, В.Н. Комиссаров, И.А. Зражевская, Л.М. Беляева, А.В. Клименко, Т.Н. Мальчевская, А.М. Колчерин, Д.А. Муртазина, О. Jespersen, R. Frank, G. Palmer и др. Несмотря на большое количество научных работ, посвященных способам перевода страдательного залога, следует отметить, что до сих пор существует ряд пробелов в данном вопросе.

*Цель настоящего исследования* – выявить основные способы перевода пассивных конструкций с английского на русский язык на основе экономических текстов.

*Материалом исследования* послужили выборки английских предложений с пассивными конструкциями и их переводов на русский язык из экономических текстов. Всего выявлено 100 предложений с употреблением 108 пассивных конструкций.

Нами были выделены следующие способы перевода пассива в текстах экономического направления

1. Употребление краткой формы причастия с/без глагола-связки «быть» – 36 конструкций (33%);

2. Передача пассива при помощи возвратных глаголов, оканчивающихся на «сь/ся» – 44 конструкции (41%);

3. Замена глагола в страдательном залоге на другую часть речи или фразу – 16 конструкций (15%);

4. Употребление глаголов в действительном залоге:

4.1. в форме 3-го лица мн.ч., имеющих неопределённое значение – 1 конструкция (1%);

4.2. имеющих определённое значение – 7 конструкций (6%);

5. Использование причастных или деепричастных конструкций – 3 конструкции (3%);

6. Способ опущения глагола – 1 конструкция (1%).

Рассмотрим более детально данные способы перевода, а также предложения с пассивными конструкциями:

1. *Употребление краткой формы причастия с/без глагола-связки «быть»*

▪ Although many derivatives and advanced financial products have been maligned in the wake of the Great Recession, the fact remains that many of these instruments were designed to address and solve market demands and needs. – Хотя многие деривативы и прогрессивные финансовые продукты оппорочены вследствие Великой рецессии, остаётся фактом, что многие из этих инструментов были разработаны для реагирования и решения запросов и потребностей рынка. [26]

В этом предложении употребляются сразу 2 конструкции с краткими причастиями и глаголом-связкой «быть». Ещё одним способом перевода второй конструкции может стать использование возвратного глагола «разрабатывались».

2. *Передача пассива при помощи возвратных глаголов, оканчивающихся на «сь/ся»*

В 44 случаях можно встретить возвратные глаголы, оканчивающиеся на «сь/ся». Примеры:

▪ Trends are also perpetuated by market participants who were wrong in their analysis; being forced to exit their losing trades pushes prices further in the current direction. – Также, тенденции могут долгое время сохраняться усилиями тех участников рынка, которые ошиблись в своём анализе, и чтобы выйти из своих убыточных сделок, они толкают цены дальше в текущем направлении. [31]

В этом примере использован предлог *by*, который указывает на субъект действия. Однако передать данное предложение можно совсем иначе, используя действительный залог: «Участники рынка, которые ошиблись в своём анализе, могут долгое время сохранять тенденции; а чтобы выйти из своих убыточных сделок, они толкают цены дальше в текущем направлении».

▪ Typically they reach a compromise solution which is written into a new contract. – Как правило, они достигают компромиссного решения, которое прописывается в новом контракте. [32]

Данное предложение я нашла в одном из текстов сборника «Английский язык для экономистов». Так как перевод статьи не прилагался, я перевела этот пример самостоятельно, используя возвратный глагол «прописывается»

▪ The loop eventually ends, and the last investors in are left hanging with the worst positions. – Цепь, в конце концов, заканчивается, и последние инвесторы остаются висящими в наихудшем положении. [33]

Из 3 примеров можно заметить, что способ перевода пассива с употреблением возвратных глаголов чаще всего используется в настоящем времени, однако встречаются предложения в прошедшем и будущем временах.

### 3. Замена глагола в страдательном залоге на другую часть речи или фразу

Furthermore, they are rarely challenged or audited because most senior executives, board members, and investors don't take them very seriously. – Более того, они редко подвергаются критическому рассмотрению или проверке, потому что большинство старших руководителей, членов правления и инвесторов не придают им большого значения. [34]

В данном примере глаголы заменяются на существительные «рассмотрению» и «проверке». Также при переводе автор использует метод добавления, употребляя возвратный глагол «подвергаются».

This could occur because of scarcity of raw materials, an increase in the cost of labor and/or an increase in the cost of importing raw materials and labor (if they are overseas), which is caused by a depreciation in their home currency. – Это может случиться из-за дефицита сырья, увеличения стоимости трудовых ресурсов и/или повышения цен на импортируемое сырье и трудовые ресурсы (если они находятся за границей) вследствие обесценения отечественной валюты. [29]

Здесь пассивная конструкция «is caused» заменена предлогом «вследствие».

A higher exchange rate can be expected to lower the country's balance of trade, while a lower exchange rate would increase it. – Более высокий обменный курс, как можно ожидать, снизит торговый баланс страны, в то время как более низкий обменный курс может повысить его. [27]

При переводе данного предложения автор заменил страдательный залог глагола *to expect* на вводное словосочетание «как можно ожидать». Однако я бы предпочла более простой способ перевода с употреблением возвратного глагола: «Ожидается, что более высокий обменный курс снизит торговый баланс страны, в то время как более низкий обменный курс может повысить его».

### 4. Употребление глаголов в действительном залоге:

#### 4.1. Глаголы в действительном залоге в форме 3-го лица мн.ч., имеющих неопределённое значение - 1 конструкция (1%)

They were traded on exchanges in Dutch towns and cities. – Ими торговали на биржах в больших и малых голландских городах. [33]

При переводе данного предложения наилучшей конструкцией для передачи пассива на русский язык является употребление глагола в форме 3 лица множественного числа «торговали». В зависимости от времени она может изменяться на «торгуют» или «будут торговать».

#### 4.2. Глаголы в действительном залоге, имеющие определённое значение - 7 конструкций (6%)

It was conceded by many economists after him that Keynes' idea was accurate. – Многие экономисты, жившие после Кейнса, признавали, что его идея была верной. [25]

В данном примере глагол «признавали» имеет определённое значение, так как относится к существительному «экономисты». Ещё одним способом перевода может стать использование вводной конструкции, и предложение будет выглядеть так: «По признаниям многих экономистов, живших после Кейнса, его идея была верной».

### 5. Использование причастных или деепричастных конструкций

Here we look at the assumptions and calculations underlying the QTM, as well as its relationship to monetarism and ways the theory has been challenged. – В этой статье мы рассмотрим предположения и расчеты, лежащие в основе QTM, а также её отношение к монетаризму и аргументы, оспаривающие эту теорию. [25]

При переводе глагола *to challenge* в настоящем перфектном времени автор использует действительное причастие множественного числа «оспаривающие».

The theory also assumes that the quantity of money, which is determined by outside forces, is the main influence of economic activity in a society. – Теория также предполагает, что количество денег, определяемое внешними силами, является основным источником воздействия экономической активности в обществе. [25]

Globalization is defined as a process that, based on international strategies, aims to expand business operations on a worldwide level, and was precipitated by the facilitation of global communications due to technological advancements, and socioeconomic, political and environmental developments. – Глобализация определена как процесс, основанный на международных стратегиях, имеющий целью расширение деловых операций на мировом уровне, и ускоренный развитием глобальных коммуникаций вследствие технического прогресса, а также социально-экономического, политического и экологического развития. [30]

В этом примере используются 2 конструкции страдательного залога. Первая переведена формой краткого причастия (1 способ перевода), а вторая причастием мужского рода единственного числа в винительном падеже страдательного залога.

#### б. *Отпущение глагола*

Данный способ перевода наблюдается лишь в 1 примере:

▪ When the seller deposits it in his or her bank, the bank is automatically granted an increased reserve balance with the Fed. – Если продавец размещает чек на депозит в своём банке, то сальдо резерва этого банка в ФРС автоматически увеличивается. [24]

Английский глагол *to grant* имеет значение «предоставлять». Однако в переведённом русском предложении он отсутствует. Вместо того, чтобы использовать следующую конструкцию: «банку предоставляется увеличенное сальдо резерва», автор пропускает глагол *to grant* и использует возвратный глагол «увеличивается», который непосредственно относится к существительному «сальдо резерва».

Представим релевантные способы перевода пассивных конструкций в виде рисунка.



Рисунок – Анализ способов перевода пассивных конструкций. Собственная разработка

Таким образом, наиболее распространёнными способами перевода пассивных конструкций среди отобранных мной примеров являются: передача пассива при помощи возвратных глаголов, оканчивающихся на «сь/ся»; употребление краткой формы причастия с/без глагола-связки «быть» и замена глагола в страдательном залоге на другую часть речи или фразу.

#### Список использованных источников

1. Володько, С.М. Неличные формы глагола и страдательный залог: особенности перевода с английского языка на русский / С.М. Володько // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2012. – № 1. – С. 58-61.
2. Bank of England says it will act on inflation [Электронный ресурс] // www.bbc.com – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/business-58951983>. – Дата доступа: 27.03.2024.

УДК 81-13

#### К ВОПРОСУ О ТЕРМИНЕ КАК ОБЪЕКТЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Изотова Лариса Александровна, преподаватель, Полесский государственный университет

Izotova Larisa Alexandrovna, lecturer, Polessky State University, lar-izotova@ya.ru

**Аннотация.** Данная статья посвящена рассмотрению термина как объекта лингвистического исследования. Раскрывается понятие экономического термина, его классификация, свойства, семантика и функционирование в публицистическом тексте.

**Ключевые слова:** термин, терминология, лингвистика, перевод, текст, лексическая единица.

Язык любой области человеческого знания, в том числе и экономики, невозможно представить без использования специализированной терминологии. На сегодняшний день экономические термины прочно вошли в жизнь не только специалистов, занятых в различных сферах экономики, но и простых людей, не обладающих специальными знаниями. Это связано с тем, что экономика за-

трагивает всех и каждого, а результатом является спрос на публицистику экономической направленности, следовательно, экономический термин постепенно выходит за границы сферы узкоспециального употребления.

При обращении к зарубежной специальной публицистической литературе экономической направленности возникает потребность в квалифицированном и адекватном переводе. Профессионально-ориентированный перевод требует от переводчика знания специальных терминов, широко используемых в сфере бизнеса и экономике, способности ориентироваться в экономической науке в целом, то есть иметь представление об этапах и тенденциях её развития, а также об отрасли экономики, которой посвящён перевод, в частности. В противном случае качественный перевод становится невозможен, и нарушается такое необходимое в современной экономике взаимопонимание и равновесие.

Проблематика перевода исследуется в трудах таких учёных-лингвистов, как В.Н. Комиссаров, Я.И. Рецкер, Л.С. Бархударов, З.И. Комарова, Б.Н. Головин, Л.В. Александровская, В.П. Даниленко, Т.Р. Кияк, И.Л. Петрова, Л.А. Капнадзе, В.М. Лейчик, С.В. Гринёв-Гриневиц и другие.

Проблема определения термина является предметом научных исследований представителей различных терминологических школ. Становление теории термина было долгим и непростым, поэтому в лингвистической литературе неоднократно отмечалось отсутствие общепринятой дефиниции данного понятия. Каждая наука вкладывает своё понимание и признаки в определение термина. С точки зрения такой науки, как логика, термин – это любое слово, при условии наличия у него строгой дефиниции. С точки же зрения лингвистики, термин – это именование понятия, а дефиниция – это его (термина) развёрнутое толкование. Так, при определении термина О.С. Ахманова указывает, что это слово или же словосочетание специального языка, принимаемое с целью точного выражения специальных предметов и понятий [1, с. 89].

Терминология каждой науки представляет собой систему, которая отличается от терминологии других наук не только содержанием понятий, выраженных терминами, но и чисто лингвистическими признаками.

Выделяя терминологический сектор, А.А. Реформатский отмечает, что «терминология – это замкнутый словарный контекст, границы которого обусловлены определенной социальной организацией действительности. В отличие от обыденной лексики терминология имеет социально-обязательный характер. Хотя термины любой научной терминологии четко противопоставлены общим словам, все же следует опасаться проникновения в терминологию обывательских смыслов слов» [2, с. 164].

Таким образом, терминология – совокупность терминов определённой отрасли производства, науки, деятельности, представляющая собой особый пласт лексики, наиболее доступный для сознательного упорядочения и регулирования.

Согласно С.В. Гриневу-Гриневицу, термин нужно рассматривать неразрывно от основной единицы языка – слова. Термин по своей природе в первую очередь — это слово, а его (термина) принадлежность к специальной лексике вторична. Также учёный выделяет такие свойства термина, как специфичность употребления, содержательную точность, дефинированность, стилистическую нейтральность, независимость от контекста, однозначность, конвенциональность и номинативный характер термина [1, с. 90].

Под специфичностью употребления и содержательной точностью подразумевается отношение термина к какой-либо специальной области в связи с тем, что он обозначает специальное понятие, и его ограниченность значения и чёткость. В свою очередь, дефинированность термина предполагает наличие у определенного понятия чётких границ, которые устанавливаются с помощью дефиниций, то есть научных определений, являющихся и определением значения термина. Стилистическая нейтральность как свойство термина указывает на недопустимость порождения термином каких-либо побочных ассоциаций, тогда как конвенциональность подчеркивает длительный этап развития термина, тщательный выбор названия термина из ряда определений, которые возникают в процессе научных дискуссий, осмысления проблемной темы.

Поскольку экономические термины характеризуются большим разнообразием, существует значительное число подходов к их классификации. Одна из распространенных классификаций основана на структурном анализе термина, под которым подразумевается количественный состав лексических единиц, образующих данный термин. При отражении языковой картины специального

публицистического текста представляется возможным исследовать терминологический пласт анализируемого публицистического текста, выделяя слова-термины и терминологические словосочетания, которые, в свою очередь, имеют отличия по количеству составных компонентов. Так, терминологические сочетания, используемые в публицистической литературе, могут быть двух-, трёх-, четырёхкомпонентными по принадлежности к различным частям речи [3, с. 225].

Например, среди двухкомпонентных словосочетаний в публицистической литературе экономической направленности встречаются такие структуры, как «прилагательное + существительное» (effective demand, industrial espionage, annual report, national currency, international trade, etc); «существительное + существительное» (currency exchange, brand identity, product differentiation, price stability, production facilities, trade deficit, consumer market, etc); «причастие + существительное» (personalized promotion, applied economics, untied aid, accumulated savings, developing countries, etc), а также предложные словосочетания (cost of living, balance of payments, the law of demand, economies of scale, Board of directors, cost of production, etc).

В структурной классификации трёхкомпонентных словосочетаний можно выделить такие словосочетания, как «наречие + прилагательное + существительное» (highly concessional loans, socially responsible investment, environmentally sustainable manner, etc); «прилагательное + прилагательное + существительное» (total national output, gross national product, diminishing marginal utility, international monetary system, etc); «прилагательное + существительное + существительное» (checking account deposit, blue chip borrower, foreign exchange operations, human resource management, etc); «существительное + предлог + существительное + существительное» (lack of management support, dignity at work policy, etc).

Среди четырёхкомпонентных терминологических словосочетаний можно выделить такие структуры, как «причастие + существительное + существительное + предлог + существительное» (discounted percentage rate of deposits); «прилагательное + прилагательное + прилагательное + существительное» (external social networking site, etc); а также «прилагательное + существительное + союз + существительное + существительное» (International Securities and Exchange Commission, etc) [4, с. 69].

С другой стороны, в семантической классификации первостепенным критерием выступает значение термина, таким образом, термины могут подразделяться на однозначные, с промежуточным типом лексем, с многозначной семантической структурой, а также с гетерогенной семантической структурой.

Кроме того, необходимо отметить, что термины в публицистическом тексте экономической направленности имеют различные функции и не только служат для обозначения какого-либо понятия, но и вступают во взаимодействие с реципиентом, оказывая на него определённое воздействие. В современной лингвистике выделяют такие функции терминов, как номинативная, сигнификативная, коммуникативная или информационная, прагматическая, эвристическая и когнитивная (как результат дискурса). Так, когнитивная функция заключается в процессах познания сущности явлений и предметов окружающей действительности, где итогом выступает появление новых терминов в результате многочисленных дискуссий; прагматическая же функция подчеркивает цель коммуникации и ту установку, которую избирает говорящий по отношению к слушающему и т.д.

Таким образом, трудности перевода экономических текстов, как правило, связаны с переводом терминов. Большое количество изданных терминологических словарей, которые относятся к различным областям экономики, финансов и бизнеса, способствуют успешному решению проблемы передачи смыслового значения экономического термина. Однако для достижения адекватного перевода переводчику необходимо не только передать смысл исходного выражения, но и его стилистику, а также и прагматическое значение.

#### **Список использованных источников**

1. Яковлева, А.А. К вопросу о понятии «термин» в современной лингвистике / А.А. Яковлева // *Интерэкспо Гео-Сибирь*. – 2014. – № 2. – С. 88-94.
2. Реформатский, А.А. Мысли о терминологии / А.А. Реформатский // *Современные проблемы русской терминологии*. – М.: Наука, 1986. – С. 163-198.

3. Брыкина, С.В. Английские экономические термины: структура, семантика, перевод / С.В. Брыкина // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2012. – № 27. – С. 223-229.

4. Mascull, B. Business Vocabulary in Use / B. Mascull // Cambridge University Press, 2017. – 172 p.

УДК 811.111-26

## ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ЧУЖОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРОЦЕССЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Корженевич Юлия Вячеславовна, Полесский государственный университет  
Korzhenevich Yuliya, Polesky State University, korzhenevich.u@polessu.by

**Аннотация.** Статья посвящена проблемам изучения чужой культуры в процессе межкультурной коммуникации. В данной статье рассматриваются приемы работы по обогащению словарного запаса студентов лингвистических специальностей в рамках изучения дисциплины «Страноведение (на базе иностранного языка I)». Особое внимание уделяется географическим и культурным реалиям страны изучаемого языка.

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация, культура, реалия, страноведение, фоновые знания.

Сегодня нельзя представить жизнь современного общества без активного взаимодействия различных стран, народов и их культур.

Как отмечает Т.Б. Фрик, вступление в международные контакты приводит людей к неизбежному столкновению с представителями других культур, которые, существенно отличаются друг от друга не только языком или национальной кухней, но и нормами общественного поведения и отношением к миру и другим людям. Как правило, эти различия приводят к тому, что международные контакты становятся крайне затрудненными, а то и совсем невозможными. Следовательно, для того, чтобы минимизировать степень недопонимания и сделать общение между представителями разных культур более успешным, необходимо целенаправленно обучаться эффективной межкультурной коммуникации [3, с.6].

Прежде всего, обратимся к определению межкультурной коммуникации.

Так, И.Н. Хохлова рассматривает межкультурную коммуникацию как «адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [4].

Т.Б. Фрик предлагает следующее определение: «межкультурная коммуникация – совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам» [3, с.52].

Исходя из выше представленных определений, можно сделать вывод о том, что межкультурная коммуникация подразумевает не что иное, как общение между представителями разных культур и национальностей, главной целью которого является достижение взаимопонимания между участниками процесса коммуникации.

По мнению Д.П. Зылевич, объектом изучения теории межкультурной коммуникации является процесс естественной коммуникации между представителями различных лингвокультур [1, с.5].

Процесс познания чужой культуры является довольно сложным и, как показывает практика, не сводится только к изучению иностранного языка. Даже самые глубокие знания иностранного языка могут оказаться недостаточными для эффективного общения с его носителем, так как каждое слово другого языка отражает другой мир и другую культуру [4].

Приоритетная задача в изучении иностранных языков как средства коммуникации заключается в том, что языки должны изучаться в неразрывном единстве с миром и культурой народов, говорящих на этих языках [4].

Целью данной статьи является анализ трудностей процесса изучения чужой культуры в рамках межкультурной коммуникации на примере дисциплины «Страноведение (на базе иностранного языка I)».

Следует отметить, что уровень освоения и владения иностранным языком отражает общий уровень конкурентоспособности будущего специалиста на мировом рынке труда, от чего, в свою очередь, зависит возможность его самореализации в избранной профессии. Поэтому одной из прио-

ритетных задач высшего образования является подготовка специалистов, готовых к постоянному самообразованию, и формирование достаточного для подобного автономного развития профессиональных качеств уровня коммуникативной компетенции.

Поставленная задача актуализирует необходимость поиска путей формирования и развития у студентов способности к межкультурному общению и готовности к познавательной деятельности посредством перехода от изучения иностранного языка как учебного предмета к его практическому применению в общении [2, с.49]. В связи с этим особенно важно уделить должное внимание отбору и использованию таких образовательных методов и технологий, которые резко повышают качество процесса обучения, делают его более производительным, действенным и результативным.

Одной из ключевых дисциплин в системе подготовки специалистов по направлению «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)» является дисциплина «Страноведение (на базе иностранного языка I)». Данная дисциплина предполагает изучение иностранного языка как средства межкультурного взаимодействия, совершенствования иноязычной коммуникативной компетенции студентов, а также более глубокого осознания студентами поликультурности современного мира.

Преподавание учебной дисциплины «Страноведение (на базе иностранного языка I)» построено на специально отобранных учебных материалах, содержащих сведения об истории, культуре и государственном устройстве страны изучаемого языка, а также о национально-культурной специфике речевого общения жителей страны.

Целью обучения в рамках данного курса является формирование у студентов социолингвистической коммуникативной компетенции на основе изучения страноведческих фактов и реалий; овладение необходимым объемом фоновых знаний для эффективного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурного взаимодействия.

В процессе познания другой культуры на занятиях по страноведению студенты получают сведения о национальном своеобразии, образе жизни наций и народностей стран изучаемого языка, исторических фактах, природно-географических особенностях, государственном устройстве, экономике и т.д. Однако, знакомство со страноведческими реалиями зачастую вызывает множество трудностей. Рассмотрим некоторые из них на конкретных примерах.

Одна из первых тем, которая доставляет значительные трудности, является тема «Географическое положение Великобритании». При изучении данной темы встречается огромное количество имен собственных, имеющих свою специфику, как в плане произношения, так и в плане перевода на русский язык.

Так, *“the English Channel”* переводится на русский язык определенным географическим названием «Ла-Манш». Другие примеры:

*The Strait of Dover* – Па-де-Кале или Дуврский пролив;

*The Channel Islands* – Нормандские острова;

*The Cumbrian Mountains* – Камберлендские горы;

*The Channel Tunnel* – Евротоннель или тоннель под Ла-Маншем.

Как видно из приведенных примеров, недостаточная работа со словарями, также как и с географическими картами для получения фоновых знаний, могут привести к обилию ошибок. Чаще всего студенты просто пытаются перевести названия, не прибегая к поиску эквивалентов, существующих в языке перевода.

Не менее сложным для изучения является материал по теме «Культура и традиции», который также изобилует культурными реалиями, понимание которых иногда требует не просто перевода, а толкования. Рассмотрим некоторые примеры.

**Union Jack** - название, которое иногда используется для обозначения национального флага Союзного Королевства, официально называемого флагом Британского союза.

**Eisteddfod** - фестиваль валлийской культуры, который ежегодно проводится в разных частях Уэльса и включает в себя конкурсы прозы, поэзии и пения.

**The Ceremony of the Keys** - ритуал ежедневного запирания Лондонского Тауэра на ночь.

**Boxing Day** – государственный праздник. День вручения небольших рождественских подарков /денег сотрудникам, почтальонам, молочникам и т.д. Время навестить друзей и родственников. Празднуется 26 декабря.

***Shrove Tuesday*** (вторник на масленой неделе – последний день масленицы).

День перед Пепельной средой (среда на первой неделе Великого поста) в феврале, который когда-то считался последним днем веселья перед Великим постом в христианском году. Многие люди до сих пор традиционно едят блины на масленицу (название происходит от редкого глагола “*shrive*”, что означает “исповедоваться”, то есть исповедоваться в своих грехах священнику перед Великим постом).

Подводя итог, следует отметить, что изучение чужой культуры в рамках межкультурной коммуникации требует от студентов дополнительных усилий в виде получения фоновых знаний в различных областях, работы со специальными словарями и изучения дополнительных источников. По нашему мнению, одной из важных форм работы на занятиях по страноведению является составление тематических глоссариев, которые будут включать в себя изученные географические, исторические и культурные реалии страны изучаемого языка. Преподавателям же, в свою очередь, рекомендуется применять на занятиях такие наглядные материалы, как карты, картинки, презентации и т.п., а также проводить лекции в видео формате.

#### **Список использованных источников**

1. Зылевич, Д.П. Межкультурная коммуникация : курс лекций для магистрантов, обучающихся по специальности 1-23 80 05 «Журналистика» / авт.-сост. Д. П. Зылевич. – Минск : БГТУ, 2019. – 86 с.
2. Корженевич, Ю.В. Использование интерактивных компьютерных программ при обучении деловому общению на иностранном языке / Ю. В. Корженевич // София : электронный научно-просветительский журнал. – 2018. – № 1. – С. 49-56.
3. Фрик, Т.Б. Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие / Т.Б. Фрик // Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 100 с.
4. Хохлова, И.Н. Межкультурная коммуникация. Понятие, уровни, стратегии / И.Н. Хохлова. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). – Пермь : Меркурий, 2012. – С. 98-101.

УДК 372

### **БУДУЩЕЕ ОБРАЗОВАНИЯ: КАК НЕЙРОННЫЕ СЕТИ ИЗМЕНЯЮТ ПРОЦЕСС ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ**

**Лускин В.В., преподаватель**

**Полесский государственный университет**

Luskin V.V., teacher, Polesky State University, luskin.v@polessu.by

В последнее время мы все чаще слышим про успехи в сфере искусственного интеллекта (далее ИИ). Еще каких-нибудь 5 лет назад сама мысль о том, что ИИ станет неотъемлемой частью нашей жизни вызывала лишь легкую усмешку: слишком уж несовершенны были тогдашние разработки. Однако сегодня мы можем воочию наблюдать поразительное в своей стремительности развитие технологий ИИ: начиная от значительного улучшения языковых моделей и заканчивая генерацией ультра-реалистичных видео по одному лишь описанию на естественном языке.

Уже на текущем этапе инструменты, основанные на технологиях ИИ, представляют для нас большой интерес в профессиональной деятельности. Какие же возможности открываются для нас в сфере преподавания иностранных языков?

В первую очередь, ИИ позволяет значительно ускорить подготовку к учебным занятиям благодаря возможности в кратчайшее время сгенерировать необходимые нам материалы, оставляя преподавателю больше времени на планирование и продумывание более творческих и уникальных заданий. Словарь, диалог, текст по заданной теме, задания к ним – все это может быть сгенерировано в течение нескольких секунд. Помочь нам с этим могут как популярные чат-боты вроде ChatGPT или YandexGPT, так и более узкоспециализированные инструменты, например, Twee.com, позволяющие в дополнение ко всему вышеперечисленному транскрибировать аудио и видео материалы.

С генерацией изображений нам могут помочь такие инструменты как DALL-E, Stable Diffusion, Шедеврум или Kandinsky. Если еще пару лет назад качество генерируемых изображений вызывало вопросы, то сейчас такие изображения практически неотличимы от реальных фотографий (если только вы не захотите получить более стилизованные результаты, например, в стиле советской

мультипликации или живописи, что тоже возможно). В текущем своем виде генераторы изображений являются неплохой альтернативой фотостокам, хотя и вызывают определенные противоречия [1].

Одной из наиболее интересных и перспективных возможностей, предоставляемых ИИ, является озвучение текста реалистичными голосами. Эта технология может применяться как для озвучения любых необходимых вам текстов, так и в качестве альтернативы живого общения с носителями изучаемого языка для обучающихся. Примерами данной технологии могут послужить разработки ElevenLabs или NaturalReader.

Также не стоит умалять способность ИИ натолкнуть вас на дельную мысль или креативную идею. ИИ-ассистент может стать незаменимым помощником во время мозгового штурма или планирования, предлагая варианты, о которых вы сами могли бы и не задуматься. С этим нам могут помочь любые чат-боты, вроде Claude, ChatGPT или YandexGPT.

Помимо упрощения подготовки, ИИ может оказать нам определенную помощь с проверкой письменных работ учащихся. Стоит отметить, однако, что лучше всего он будет справляться с проверкой тестовых и иных заданий, не требующих оценки креативной составляющей работы. В любом случае, результаты работы ИИ могут быть неверны и их всегда следует перепроверять во избежание ненужных ошибок.

Однако важно помнить, что преподаватели не единственные могут пользоваться преимуществами ИИ. Учащиеся могут недобросовестно относиться к выполнению домашних заданий и проектов, чрезмерно полагаясь на помощь ИИ. Для борьбы с подобным поведением существуют инструменты, помогающие определять плагиат или использование ИИ в написании текстов, такие как AIHeatCheck или Originality.ai.

Таким образом, ИИ может стать незаменимым помощником как в вашей трудовой деятельности, гибким и универсальным инструментом, который поможет вам сэкономить время на выполнении рутинной работы и реализовать свои творческие амбиции, так и столь же полезным инструментом для учащихся, при условии, что они не будут им злоупотреблять.

#### Список использованных источников

1. The Problem With AI-Generated Art, Explained: [Электронный ресурс] // Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/danidiplacido/2023/12/30/ai-generated-art-was-a-mistake-and-heres-why/?sh=33a746253fef>. (Дата обращения: 15.04.2024)

УДК 811.112.2

### ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИСЕМАНТИЧЕСКОЙ БАНКОВСКОЙ ЛЕКСИКИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

**Мацкевич В.Н., преподаватель, Полесский государственный университет**  
Matskevich V.N., teacher, Polesky State University, miss.matskevich88@mail.ru.

**Аннотация.** Статья посвящена изучению банковской терминосистемы немецкого языка, в рамках которой рассматриваются особенности формирования немецких банковских терминов. Всего был изучен 851 немецкий термин из глоссария Бундесбанка и 294 термина глоссариев белорусских банков. В данной работе рассматриваются 24 совпавших при переводе полисемантических немецких термина и особенности их формирования.

**Ключевые слова:** язык, межкультурная коммуникация, банковский термин, заимствования, словосложение, аффиксация.

Современная банковская система является неотъемлемой составляющей экономической системы любой страны. Банки являются связующим звеном между промышленностью и торговлей, сельским хозяйством и населением. Развитие банковской системы Республики Беларусь и её взаимодействие с мировой банковской системой требует знания большого количества понятий, используемых в сфере международного бизнеса и финансов. Выбор нужного термина может стать определяющим в принятии важных финансовых и политических решений. За каждым из этих решений стоит человек, языковая личность, существующая в языковом пространстве и являющаяся носителем языкового сознания. Банковская терминология является важной частью системы меж-

культурной коммуникации, поэтому изучение банковской терминологии, в частности в немецком языке, представляется одной из важных и актуальных задач.

Лексику любого языка можно рассматривать как систему систем или как всеобъемлющую систему, состоящую из ряда более мелких подсистем. По мнению Суперанской, словарный состав языка можно разделить на общую и специальную лексику. Итак, что же понимается под специальной лексикой [2, с. 25]?

В исследовании, проведенном В.С. Гриневым-Гриневичем, отмечается, что «специальная лексика – совокупность лексических единиц (в первую очередь терминов) специальных областей знания, образующая особый пласт лексики, наиболее легко поддающийся сознательному регулированию и упорядочению» [1, с. 5].

Банковская терминология как семиотическая система – это тоже неотъемлемая часть современного языка. Однако складывается она на протяжении всей истории существования и эволюции банковских отношений. На пути ее развития от прототерминов до современной терминосистемы возникает и функционирует с разной степенью регулярности и продолжительности множество промежуточных номинаций, фиксирующих смену представлений о сфере банковских отношений, о структуре банковского дела, характере субъектов и объектов данной сферы и т.д., – словом, терминоидов, отражающих становление понятий, связанных с развитием названной сферы.

В.М. Лейчик отмечает в своём исследовании, что для каждой эпохи можно создать историческую классификацию терминов, разработкой которой занимается историческое терминоведение. Данный раздел терминоведения выделяет согласно исторической классификации термины архаизмы, историзмы и неологизмы. Такое же деление терминов приводит в своём исследовании и В.С. Гриневым-Гриневичем. Он отмечает, что если в качестве критерия выступает хронологический статус термина, то выделяют термины-архаизмы, термины-историзмы, устаревшие термины и термины-неологизмы. К терминам-архаизмам относятся давно вышедшие из употребления и потому часто непонятные термины, которые использовались ранее для обозначения существовавшего понятия. Термин-историзм – это термин в хронологически детерминированном значении, который вышел или выходит из употребления в связи с исчезновением называемого им понятия. Устаревшими терминами называются те термины, которые являются выходящими из употребления синонимами более удобных или точных терминов [1, с.62].

К терминам-неологизмам относятся термины, именующие новые понятия, либо предлагаемые в качестве новых наименований для существующих понятий. Согласно мнению Гринёва-Гриневича «с учетом исторического аспекта в первую очередь можно выделить по происхождению термины исконные и заимствованные» Исконными терминами он называет термины «издавна существовавшие или образованные» в определённом языке. Для русского языка это слова индоевропейского, общеславянского, восточнославянского и собственно русского происхождения. Среди исконных терминов он выделяет перенесённые термины, т.е. те, то были перенесены в терминологию из общеупотребительного языка. В зависимости от происхождения исконных терминов Гринёв-Гриневич различает непроизводные и производные. К непроизводным относятся термины, которые перешли в терминосистему из других слоёв языка, не изменив при этом формы, а производные термины были образованы с помощью различных способов словообразования. К таким относятся композитные, эллиптические и аббревиатурные термины [1, с.60].

Далее он подразделяет производные термины на «префиксальные, суффиксальные и термины-усечения», последние были образованы путём усечения части исходного слова (например, метрополитен).

«Заимствованными называются термины, которые полностью или отдельными аспектами (только форма, только содержание, только структура) заимствованы из другого языка» [1, с.62].

Среди заимствованных терминов, в зависимости от вида заимствованного элемента, различают материально заимствованные термины и термины-кальки. Материально заимствованные термины – это термины, форма которых была заимствована из другого языка, а термины-кальки – это те термины, которые имеют заимствованную словообразовательную или синтаксическую структуру, которая возникла в результате перевода по морфемам иноязычного слова, например *небоскрёб* по английской модели *skyscraper*, либо заимствованную семантику, как например появившийся кинематографический термин *картина*, который появился в русском языке в результате изменения значения под влиянием изменения значения слова *picture* в английском языке.

Кроме данных терминов Гринёв-Гриневиц выделяет гибридные термины или гибридо-термины, к которым он относит термины, у которых одна часть переведена или исконная, а другая заимствована. К ним относятся полукальки и полузаимствования. Полукальками являются те термины, одна часть которых заимствована, а другая калькирована, например, *теле (tele)+* видение (*vision*). Полузаимствованиями он обозначает термины, одна часть которых заимствована, а другая исконная [1, с.62].

Формирование терминологии немецкого языка осуществляется по общепринятым законам лингвистики, которые свойственны каждому языку. В немецком языке основными способами формирования являются словосложение, синтаксический способ, аффиксация, конверсия, заимствование, термины-интернационализмы и аббревиация. При исследовании способов формирования терминологии банковского дела в немецком языке было обнаружено, что наиболее продуктивными являются словосложение, синтаксический способ, термины-интернационализмы, заимствование иностранных слов, аффиксация и аббревиация.

Нами были изучены 24 полисемантических немецких термина с точки зрения особенностей образования.

При образовании терминов путем словосложения в немецком языке используются соединительные элементы: *-s-*, *-(e)n-* или *-e-*. Существуют также терминологические единицы, образованные посредством нулевого соединения, т.е. без соединительного элемента. В исследовании совпавших терминов не было выявлено понятий, образованных с использованием соединительного элемента *-s*.

Использование соединительного элемента *-e(n)* обусловлено, прежде всего, формой множественного числа первой части слова. Среди изученных терминов были выявлены следующие лексически единицы, образованное таким путем: 1) *der Aktienmarkt (die Aktie (суц.) акция + n (мн.ч Aktien) + der Markt (суц.) рынок)*; 2) *das Bankensystem (die Bank (суц.) банк + n (мн.ч Banken) + das System система)*; 3) *die Notenbank (die Note (суц.) банкнота + n (мн.ч Noten) + die Bank (суц.) банк)*; 4) *der Warenkorb (die Ware (суц.) товар + n (мн.ч Waren) + der Korb (суц.) корзина)*; 5) *das Annuitätendarlehen (die Annuität (суц.) аннуитет, бессрочный государственный заём) + en (мн.ч Annuitäten) + das Darlehen (суц.) ссуда, заём) (5 единиц - 21% от общего количества)*.

В большинстве случаев слова образуются путем словосложения без соединительного элемента: 1) *das Bargeld (bar (прил.) наличный + das Geld (деньги)*; 2) *die Termineinlage (termin (прил.) срочный + die Einlage вклад)*; 3) *das Festgeld (fest (прил.) фиксированный + das Geld (суц.) деньги, финансы)*; 4) *der Haushalt (das Haus (суц.) дом + halten (глаг.) содержать)*; 5) *der Wechselkurs (wechseln (глаг.) менять + der Kurs (суц.) курс)*; 6) *das Wertpapier (der Wert (суц.) ценность + das Papier (суц.) бумага)*; 7) *die Termineinlage (der Termin (суц.) срок + die Einlage (суц.) вклад) (7 единиц - 29% от общего количества)*.

При синтаксическом способе создаются устойчивые терминологические словосочетания из двух и более слов: существительное + существительное, прилагательное + существительное, предлог + существительное. Большинство терминов, образованных синтаксическим способом, являются словосочетаниями, которые состоят из прилагательного и существительного, например, *Bargeldloser Zahlungsverkehr*, однако в проведенном исследовании подобных терминов обнаружено не было.

Одним из частых способов формирования терминологии является использование терминов-интернационализмов, то есть слов, возникших первоначально в одном языке и затем из него заимствованных в большинство других языков мира. Из списка изученных терминов сайта Бундесбанка к заимствованиям можно отнести: *die Aktiva (лат.), der Bank (ум.), der Bond (англ.), die Börse (лат.), das Clearing (англ.), das Depot (фр.), die Deflation (лат.), das Derivat (лат.), die Devisen (фр.), das Konto (ум.), der Kredit (ум.), die Obligation (лат.) (12 единиц - 50% от общего количества)*.

Также одним из важных способов образования банковских терминологических единиц является аффиксация. Префиксы меняют значение слова. Однако в изучаемом корпусе подобные единицы выявлены не были. Как не были выявлены и термины, образованные еще одним способом – путём аббревиации.

На данный момент можно проследить интенсивное развитие сферы банковского дела, а следовательно, и развитие ее терминосистемы. Анализируя данные, полученные в ходе исследования,

можно сделать вывод, что формирование терминологии банковской сферы подчиняется правилам немецкого языка, но имеет при этом свои особенности. На сегодняшний момент трудно представить человека, который не сталкивался бы с терминологией из области банковского дела. Именно поэтому ее изучение и исследование является актуальной лингвистической проблемой.

#### Список использованных источников

1. Гринев-Гриневич, С.В. Терминоведение: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / С.В. Гринев-Гриневич. – Москва : Академия, 2008. – 302, [1] с. : ил., табл.
2. Суперанская, А.В. Общая терминология: вопросы теории / А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева; отв. ред. Т.Л. Канделаки. – Изд. 6-е. – Москва, 2012. – 243, [3] с. : ил., табл.
3. Deutsche Bundesbank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bundesbank.de/>. – Дата доступа: 12.02.2024.

УДК 81

#### NON-COOPERATIVE COMMUNICATION IN INTERNET-DISOURSE

**Пискун Екатерина Васильевна, преподаватель, Полесский государственный университет**  
Piskun Katsiaryna Vasilevna, Polessky State University, piskun.e@polessu.by

**Abstract.** The article discusses two types of communication: cooperative and non-cooperative. The strategies and tactics used in non-cooperative communication are analyzed in detail.

**Keywords:** Communication, discourse, non-cooperative communication, tactics, strategy.

Communication began to be studied back in the 20th century, defining it as “the means by which people construct and maintain their relationships”. T.N. Astafurova views communication as a three-stage structure, which includes:

1) communication, manifested in the exchange of information; 2) interaction aimed at organizing interaction between communicants; 3) perception, consisting in the sensory perception of information coming from the addresser [1].

A. Yu. Bykov defines communication as: 1) the transfer of information in human society, in the process of human social activity: social communication; 2) transmission of information using various signals in the animal world: biological communication; 3) form of communication and means of communication (radio, television, Internet, etc.); 4) exchange of information in inanimate nature [2, p. 86-97].

Linguists define cooperative and non-cooperative communication. In cooperative communication, the assessments, attitudes, preferences, and attitudes of the communicants are consistent and in accordance with each other, therefore the dialogue is built in the tone of agreement. However, such verbal interaction, which is entirely based on the pragmatic principle of cooperation formulated by G. Grice, takes place only under conditions of ideal communication. In a conversation, people try to influence each other, impose their opinion on the interlocutor, hide facts that are undesirable for themselves, avoid answering questions that are unpleasant for themselves, etc. So, along with the “principle of cooperation,” we can talk about the “principle of non-cooperation” [3, p. 213–225]. In other words, the reactive remark of the interlocutor in the perlocutionary plan does not always correspond to the expectations of the author of the stimulus remark of the dialogue. This is exactly how one can characterize a question that is a reaction to a directive cue-stimulus, or a counter question that is a response to the initiating question.

In general, with non-cooperative (conflict, confrontational) communication, the assessments, positions, and attitudes of the communicants are in conflict, and dialogues are built in the tone of disagreement (objection, refusal, quarrel, abuse, etc.). The term “non-communication” was introduced by T. Kahler to denote the lack of mutual understanding in communication, conflict or passivity of the interlocutor. It was originally used in psychology, but was later borrowed by linguistics to characterize the corresponding situation. T. Kahler identifies three stages of non-communication: the driver stage (5 main drivers: pleasure, effort, perfectionism, bitterness, haste), the mask stage, and the stage of despair [4]. According to the author of this theory, reactions, or drivers of human behavior in response to certain stimuli, are laid down in childhood. Children often copy the behavioral reactions of their parents, close relatives or friends. Knowledge of such reactions is necessary for understanding the actions of communication partners and their possible prediction.

According to N.N. Kirillova, the division of communication into cooperative and non-cooperative is traditional in modern linguistics, however, she believes that confrontational and non-cooperative communication are not synonymous, because “using the term confrontational in relation to them as a synonym is not always correct. Of course, they are based on an authoritarian model, the desire of the initiator of communication to dominate, to be a leader, to subjugate those around him, to create a hierarchy in the system of social relations. Non-cooperative dialogues include dialogues built on violations of the ethical rules of verbal communication – friendly cooperation, sincerity, and adherence to the “code” of trust. She calls representatives of this model of behavior the bearers of a culture of monologue (as opposed to “communicative cooperation”, where dialogue dominates). The reason for this behavior is in upbringing, formed ideological guidelines, and partly in the individual personal characteristics of the communicants. This is hypertrophied egocentrism, opposing oneself to society, rejection of everything that does not meet one’s own standards, etc. However, the social world order is far from ideal: it inevitably contains hierarchy and social roles [5, p.26–33].

Non-cooperativeness can manifest itself in speech and behavior at both the verbal and non-verbal levels. One of the characteristic elements of non-cooperative Internet communication is trolling. As a result of the use of trolling, the discussion turns into an argument, often using reduced and/or invective language.

Thus, the following cooperative strategies can be distinguished: trust, politeness, sincerity, cooperation, compromise, etc. However, the priority of the speaker over the interests of the listener is often observed, i.e. the addressee’s opinion does not always coincide with the recipient’s opinion, which is an example of non-cooperative communication. In non-cooperative communication, there is a contradiction of opinions, judgments, attitudes of the addressee and the recipient, and the dialogue itself takes place in the tone of disagreement (misunderstandings, quarrel).

Table – Basic cooperative and non-cooperative tactics

Tactics	Main characteristics	Type of communication
Accuation	Attributing guilt to both a specific person (using lexemes with negative connotations) and impersonal accusation (using vaguely personal sentences).	non-cooperative
Promise	The obligation to fulfill the will of the recipient after he fulfills any conditions (using perfective verbs in the future tense form).	cooperative, non-cooperative
Provocation	Incitement to actions characterized by negative consequences.	non-cooperative
Warnings	Warning the addressee against performing any actions that could potentially harm his reputation or current state of affairs.	cooperative
Cooperation	Appeal to the ideas and values of the addressee in order to use it in one’s own interests, which helps to establish a balance in the addressee-recipient relationship	cooperative, non-cooperative
Rejection of criticism	The communicant presents arguments in someone’s favor in order to justify his actions, while distancing himself from the situation in order to show the audience his innocence and objectivity in relation to the events described.	cooperative, non-cooperative
Motives	A call to action, to accept a certain point of view, persuading the recipient to act in a manner beneficial to the communicant; It is typical to use the pronoun “we” to create a sense of belonging among the addressee.	cooperative, non-cooperative

In non-cooperative communication, communicators often use confrontational strategies to achieve their goals. N.N. Kirillova identified the following confrontational strategies: discredit, aggression, coercion, conflict, competition, coercion, claim, threat, etc. These non-cooperative strategies are based on an authoritarian model, i.e. the communicant's desire to dominate others. [5, p.26–33]

The following strategies and tactics are distinguished in non-cooperative communication:

- 1) Strategy of open conflict and aggression:
  - tactics of refusal and objection;

- threat tactics;
- tactics of indignation and making claims.
- 2) Strategy of discreditation:
  - insult tactics;
  - tactics of communicative pressure.
- 3) Strategy for controlling the communication situation:
  - tactics of control over the topic;
  - tactics of avoiding the topic and changing the topic;
  - tactics of avoiding answering;
  - tactics of silence;
  - tactics of ignoring.

Having analyzed various strategies of behavior in conflict situations proposed in domestic and foreign studies, we can propose the following classification of basic communication strategies with a corresponding arsenal of tactical methods of implementation in relation to conflict discourse:

Thus, we can conclude that cooperative and non-cooperative speech is a dialogue. Cooperative dialogue is the communication of communicants who are interested in continuing the conversation and have common goals, and non-cooperative dialogue is the communication of communicants, which they seek to stop due to the lack of unity of opinion.

#### **List of References**

1. Astafurova, T. N. Strategies of communicative behavior in a professionally significant situation of intercultural communication. /T.N. Astafurova //– M.: Moskva, 1997. – 41 p.
2. Bykov, A. Yu. What is communication / A. Yu. Bykov // News of Ural State University, T. №. 40, 2006. – P. 86-97.
3. Nikolaeva, T. M. On the principle of non-cooperation and / or categories of sociolinguistic influence /A.Yu.Bykov // Logical analysis of language. Inconsistency and anomalousness of the text. – M.: Nauka, 1990. – Pp. 213-225.
4. Kahler, T. The Process Therapy Model: The Six Personality Types with Adaptations /T. Kahler //– Paris: Editions image pour la formation, 2008. – 316 p.
5. Kirillova, N.N. Communication strategies and tactics from the position of moral categories / N.N. Kirillova // Bulletin of NSTU named after. R. E. Alekseeva. Series: Management in social systems. Communication technologies, № 1, 2012. – Pp. 26-33.

УДК 378.881

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТНОЙ МЕТОДИКИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ**

**Прибыльская Гражина Валентиновна, старший преподаватель [grazhyna1@gmail.com](mailto:grazhyna1@gmail.com)  
Белорусский национальный технический университет  
Prybylskaya Grazhyna, senior teacher, Belarusian National Technical University,**

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

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

Обучение студентов неязыковых вузов иностранному языку при помощи проектной методики является одной из основных задач педагога. Очень важно обеспечить студентам среду, которая будет максимально приближена к аутентичному использованию языка в целях общения. Проектная методика позволяет достичь хороших результатов в практическом освоении языка.

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

Таким образом, мы определяем проектную технологию как совокупность приемов и способов организации процесса совместной деятельности преподавателя и студентов, позволяющих реализовать

на практике исследовательские методы обучения иностранному языку, направленные на получение конечного результата в ходе осуществления проекта.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Следует выделить следующие этапы при работе над данной темой проекта:

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

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

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

3. Обсуждаются вопросы:

1. Какая информация нужна для выполнения проекта?
2. Как и где ее можно получить?  
Какова роль каждого участника в выполнении проекта?  
Сколько времени даётся на сбор информации? и др.
4. Преподаватель проводит консультацию, связанную с возможными языковыми трудностями при сборе информации.

5. Студенты собирают информацию.

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

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

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

8. Студенты представляют конечный продукт:

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

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

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

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

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

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

- работа над проектом связана с предшествующей работой по теме и считается ее закономерным завершением;
- этот метод способствует развитию навыков и умений говорения, чтения и письма, пониманию речи на слух, а также помогает научиться работать в команде, обсуждать различного рода вопросы, делать выводы;
- иностранный язык может быть использован студентами в различных ситуациях с помощью данного метода;
- позволяет студентам самостоятельно работать над проектом;
- дает возможность получения четких результатов и включает самооценку своей работы и оценку своих сокурсников и преподавателя;

Основными недостатками данного метода являются:

- наблюдается сложность в проведении консультаций;
- очень тяжело проконтролировать использование иностранного языка в процессе выполнения самостоятельной работы студентов над проектами.

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

Метод проектов максимально раскрывает творческий потенциал личности. Благоприятные условия способствуют развитию у студентов, творческой фантазии, воображения. У обучающихся развиваются различного рода самостоятельные умения учебной деятельности: умение исследо-

вать, анализировать, сопоставлять и аргументировать. А также работа над проектом дает возможность совершенствовать умение презентации самого проекта.

#### Список использованных источников

1. Голубева Т.И. Применение информационных технологий в обучении иностранному языку / Т.П. Голубева. – Оренбург, 2010. – С.93-98
2. Ефременко, А.В. Применение информационных технологий / А.В. Ефременко // Иностранные языки в школе. – 2014. – №8. – С.18-21.
3. Матвеева, Н.В. Применение компьютерных технологий при обучении иностранному языку / Н.В. Матвеева // Информатика и образование. – 2015. – №6. – С.35-38.
4. Нелунова, Е.Д. Информационные и коммуникативные технологии в обучении иностранному языку в школе / Е.Д. Нелунова – Якутск, 2018. – 104с.
5. Pregent, R. Charting Your Course: How to Prepare to Teach More Effectively. English education. Medison, WI: Magna, 1994.

УДК 811.111

### ПАРАЎНАННЕ НЯМЕЦКІХ І БЕЛАРУСКІХ ПРЫКАЗАК І ПРЫМАВАК З НАЙМЕННЯМІ ЖЫВЁЛ

Селіванова Алена Анатольёна, выкладчы, Палескі дзяржаўны ўніверсітэт  
Selivanova Elena, Polesky State University, [elena-seliwanowa@mail.ru](mailto:elena-seliwanowa@mail.ru)

**Анотацыя.** Артыкул прысвечаны параўнанню прыказак і прымавак з найменнямі жывёл у нямецкай і беларускай мове, выяўленню прыказак, якія з'яўляюцца поўнымі/ няпоўнымі эквівалентамі або не маюць эквівалента з абазначэннем жывёлы ў беларускай мове.

**Ключавыя словы:** прыказкі, прымаўкі, нямецкая і беларуская мова, поўныя эквіваленты, няпоўныя эквіваленты.

Прыказкі і прымаўкі – найстаражытны і найбольш папулярны жанр вуснай народнай творчасці, фальклору. Фальклор (з англ. фальклор - народная мудрасць, народныя веды) – мастацкая калектыўная творчая дзейнасць народа, якая адлюстроўвае яго жыццё, погляды, ідэалы. Такім чынам, людзі адлюстроўвалі ў прыказках і прымаўках сваё стаўленне да прыроды і яе з'яў, сацыяльны і гістарычны досвед сваіх продкаў, выказвалі свой светапогляд, маральныя нормы і эстэтычныя ідэалы. Прыказкі і прымаўкі, якія перадаюцца з пакалення ў пакаленне, падтрымлівалі лад жыцця людзей, умацоўвалі духоўна-маральнае аблічча людзей, рэгламентавалі жыццё кожнага простага чалавека.

Прыказкі і прымаўкі адлюстроўваюць шматвяковую народную мудрасць і звычайна лёгка запамінаюцца. Старыя прыказкі жывуць і сёння ў нашай мове: і ў размове, і ў кнігах. Прыказкі ўпрыгожваюць нашу мову, робяць яе жывой, вясёлай. Прыказкі развіваюць уменне выказваць меркаванне гучным словам і яго стаўленне да жыццёвай з'явы, якая выклікала гэтае меркаванне. Гэта меркаванне аб жыцці, вынік назіранняў за жыццём, вывад з некаторых фактаў. Прыказка адлюстроўвае глыбокія і складаныя сувязі паміж рознымі жыццёвымі з'явамі, каб пераканаць слухача, нешта запатрабаваць, пахваліць ці, наадварот, нешта высмеяць.

Невычэрпная вусная народная творчасць ўводзіць сучаснага чалавека ў свет мастацкай думкі, грамадскай свядомасці людзей самых далёкіх эпох і блізкіх нам часоў. Казкі, абрадавыя песні, замовы і варожбы сыходзяць каранямі ў тысячагадовую глыбіню гісторыі. Разам з народамі і яго мовай нараджаецца прымаўка, ёю жывуць людзі.

Мэта даследавання: знайсці і параўнаць прымаўкі і прыказкі з найменнямі жывёл на беларускай і нямецкай мовах, вылучыць аднолькавыя і ўласцівыя толькі нямецкай ці беларускай мове.

Фразеалагізмы і прыказкі пра жывёл адлюстроўваюць шматгадовыя назіранні чалавека за звычкамі жывёл і іх знешнім выглядам, а таксама перадаюць наша стаўленне да жывёл. Так у прыказках і прымаўках з назвамі жывёл на нямецкай і беларускай мовах адлюстроўваюцца:

- фізічныя здольнасці і якасці: галодны як воўк, глухая цяцера, кот марцовы, ранняя птушка і многія іншыя.

- знешнасць: гразны як свіння, як карова на лёдзе, як слон у пасуднай краме, гол як сакол і г. д.;

- псіхічныя якасці (ці рысы характару): назойлівы як муха, злы як сабака, ласкавае цяля, мышыны жарэбчык, ні рыба ні мяса, стары верабей, стрэляны воўк, казёл адпушчэння і г. д.;
- інтэлектуальныя якасці: разбірацца як свіння ў апельсінах, хітры як ліс і г. д.;
- навыкі, звычкі: слаць як ліс хвостом, працаваць як вол, напіцца як свіння, плакаць як бабёр, круціцца як ваверка ў коле, маўчаць як рыба, хітраваць як ліс і г.д.

Характарыстыкі, якія чалавек прыпісвае жывёлам, могуць быць сінонімамі ці істотна ад-рознівацца ў розных мовах. Напрыклад, вобраз вераб'я (ваўка) у беларускай прыказцы замяняецца вобразам зайца ў нямецкай прыказцы: стары верабей, стрэляны воўк (alter Hase). Або, напрыклад, вобраз каня ў беларускай прыказцы замяняецца вобразам слана ў нямецкай прыказцы: з камара каня рабіць (aus einer Mücke einen Elefanten machen).

Нямецкая і беларуская мова багатая прыказкамі і прымаўкамі. У кожнага народа ёсць свае прыказкі і прымаўкі, якія складаюць важную частку нацыянальнай культурнай спадчыны. У нямецкай і беларускай мовах існуе мноства прыказак і прымавак аб жывёлах, вельмі падобных па агульным сэнсе і індывідуальным значэнні слоў. Ёсць прымаўкі, дзе сэнс крыху мяняецца, але характары жывёл усё роўна падобныя. Ці ёсць прыказкі, у якіх сэнс выражаны зусім іншымі словамі, якія ўжываюцца толькі ў нямецкай ці беларускай мове. Многія прыказкі ў беларускай і нямецкай мовах маюць адну і тую ж сутнасць.

Прыклады нямецкіх і беларускіх прыказак, якія з'яўляюцца поўнымі эквівалентамі, гэта значыць найменне жывёлы ў нямецкай мове цалкам супадае з яго найменнем у беларускай мове.

Нямецкая мова	Беларуская мова
Wenn die Katze aus dem Haus ist, tanzen die Mäuse auf dem Tisch.	Кот із дому – мышы ў скокі.
<b>Auch ein blindes Huhn findet mal ein Korn.</b>	Нават самая няўдачлівая курыца можа час ад часу знаходзіць зерне.
<b>Melkende Kuh.</b>	Дойная карова.
<b>Wie Hund und Katze.</b>	Як кошка з сабакам.
<b>Einem geschenkten Gaul schaut man nicht ins Maul.</b>	Падараванаму каню ў рот не заглядаюць.
Gib einem Armen keine Fische, aber lehre ihn das Fischen.	Не кармі бедніка рыбай, а навучы яго рыбалцы.
Wenn du einen Freund brauchst, kaufe dir einen Hund.	Сабака – верны сябар.
Ein Hühnchen zu rupfen haben.	Курыцу не злавіў, а ўжо аскубаць.
Die Hunde bellen, die Karawane zieht weiter.	Сабакі брэшучь, караван ідзе.
Hunde, die bellen, beißen nicht.	Гауклівым сабака не кусаецца.
Zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen.	Адным камянем забіць двух птушак.
<b>Der frühe Vogel fängt den Wurm.</b>	Ранняя птушачка дзюбку калупае, а позняя вочкі прадзірае.
Wespennest.	Асінае гняздо.
Nicht Fisch nicht Fleisch.	Ні рыба ні мяса.
Krokodiltränen weinen.	Кракадзілавы слёзы ліць.
Die Katze im Sack kaufen.	Купляць ката ў мяшку.
Wie ein Elefant im Porzellanladen.	Як слон сярод фарфору.

Яшчэ адну групу складаюць прыказкі, якія з'яўляюцца няпоўнымі эквівалентамі, гэта значыць абазначэнне жывёлы ў нямецкай прыказцы не супадае з яе абазначэннем у беларускай мове.

Нямецкая мова	Беларуская мова
Den Kranken ärgert die Fliege an der Wand.	Хворага і камар злосціць.
Der Hahn im Korb sein.	Праз аднаго барана ўвесь статак паганы.
Aus einer Mücke einen Elefanten machen.	З камара каня рабіць.
Mit Speck fängt man Mäuse	Каб птушку злавіць, трэба ей зерне кінуць.
<b>Ein alter Hase sein.</b>	Стары (стрэляны) верабей, (стары) стрэляны воўк.
Die Katze lässt das Mäusen nicht.	Колькі ваўка ні кармі, ён усё роўна ў лес уцячэ.
Jeder Hahn ist König auf seinem Mist.	У кожнай лісіцы свой хвост.
Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer.	Першы шпак вясны не робіць.
In der Not frisst der Teufel Fliegen.	Калі няма рыб, добры і грыб.

Прыказкі, якія не маюць эквівалента з абазначэннем жывёлы ў беларускай мове.

Нямецкая мова	Беларуская мова
Wie von der Tarantel gestochen.	Як ужалены.
Das Ei will klüger als die Henne sein.	Малы вялікага не павучыць.
Jemandem einen Bären aufbinden.	Увесці ў зман.
Eine dumme Gans.	Дурная галава.
Den Vogel abschießen.	Трапіць у мішэнь.
Der hat doch einen Vogel.	У яго не ўсе лямпачкі гараць.

У выніку аналізу, параўнання і супастаўленні нямецкіх і беларускіх прыказак, можна зрабіць выснову, што выявы жывёл нясуць розную эмацыйную нагрузку. Немцы і беларусы маюць свой уласны падыход да прыказак пра жывёл. Найбольшую групу складаюць прыказкі, якія маюць аднолькавы сэнс у беларускай і нямецкай мовах; ёсць прыказкі, якія маюць розныя значэнні, але падобныя ўласцівасці жывёл; ёсць прыказкі, якія не маюць эквівалента з абазначэннем жывёлы ў беларускай мове, паколькі гісторыя развіцця кожнага народа індывідуальная.

#### Спіс выкарыстаных крыніц

1. Лепешаў, І.Я. Этымалагічны слоўнік фразеалагізмаў / І.Я. Лепешаў. – Мн.: БелЭн, 2004. – 448 с.
2. Duden. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Band II. – Mannheim-Leipzig- Zürich; Duden, 1997

УДК 81'38

### ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Селюжицкая Людмила Николаевна,

Скребец Елена Владимировна, студент

Полесский государственный университет

Seliuzhytskaya Liudmila Nikolaevna, lecturer, liudmila.seluj@gmail.com

Skrebez Elena Vladimirovna, student, skrebets.elena22@mail.ru

Polesky State University,

**Аннотация.** В статье рассматриваются лексико-семантические особенности рекламного текста в английском языке, анализируются жанры рекламного текста, характеризуются лексические единицы рекламного текста.

**Ключевые слова:** лексико-семантический, особенности, рекламный текст, английский язык.

В последнее время исследования в области перевода рекламного текста приобрели особую популярность у лингвистов. Это объясняется спецификой жанра, основной целью которого является побуждение потребителя к покупке товара. Для привлечения внимания потребителя рекламный текст должен быть лаконичным, ярким и точным. Эти свойства реализуются через использование разнообразных лингвистических средств на всех уровнях языка: фонетическом, морфологическом, лексическом, семантическом и синтаксическом.

Ю.С. Бернадская выделяет следующую типологию жанров рекламы:

- 1) рекламное объявление - содержащее рекламный слоган. «Think Different» - «Думай иначе».
- 2) рекламная заметка, рассылка. Keep up with the latest daily buzz with the Buzz Feed Daily newsletter!
- 3) рекламное интервью. Busey For 'Street Kings,' Considers Another.
- 4) рекламная рецензия - всесторонний обзор рекламируемого объекта (книги, фильма, концерта, выставки и т.д.);
- 5) рекламный отчет - сообщает о каком-либо событии, при этом основное внимание уделяется созданию во время изложения рекламного образа;
- 6) рекламный очерк - рассказывает о рекламируемом объекте в образно-публицистической форме и все его изложение подчинено одной цели - рекламированию;
- 7) рекламная консультация - представляет собой совет, даваемый специалистами, об использовании товара или пользовании услугами;
- 8) рекламный рассказ - небольшой рассказ с несложным сюжетом и интересной композицией, ситуация, описываемая в котором, должна быть связана с рекламируемым объектом;
- 9) рекламная статья - отличается глубоким анализом и детальным описанием рекламируемого объекта, обобщениями;
- 10) строчная или рубрицированная реклама - вид рекламного текста - объявления, которое размещается на рекламных полосах периодических изданий не рекламного характера или составляет основу рекламных изданий [1, с. 17].

Рекламный текст как объект лингвистического изучения оказывается в центре внимания исследований отечественных и зарубежных ученых. Согласно определению А.Д. Кривоносова, *рекламный текст* – это «текст, который содержит рекламную информацию и имеет следующие отличительные признаки:

- 1) содержит информацию о физическом или юридическом лице; товарах, идеях и начинаниях;
- 2) предназначен для неопределенного круга лиц;
- 3) призван формировать или поддерживать интерес к физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям;
- 4) способствует реализации товаров, идей, начинаний [4, С. 13-14].

Ю.С. Бернадская определяет рекламный текст как коммуникативную единицу, которая функционирует в сфере маркетинговых коммуникаций и предназначена для продвижения товара или услуги, идеи или социальной ценности [1, С 3].

С.В. Ильясова и Л.П. Амири дают следующее определение понятия «рекламный текст»: «текст, представленный в устной или письменной форме, заранее подготовленный, обладающий автономностью, изначально направленный на донесение до адресата определенной информации, с преобладающей коммерческой целью – привлечение внимания адресата к тому или иному виду товара». [3, С.117].

Рекламный текст обладает себя наряду с языковым, вербальным компонентом ряд экстралингвистических компонентов, при недостаточном внимании к которым, невозможно корректно перевести рекламный текст.

К лингвистическим особенностям рекламного текста выделяют особенности на лексическом, грамматическом и семантическом уровнях.

К лексическим особенностям относятся:

1) *Нейтральная лексика.* Согласно исследованиям Н. К. Дурицкой, нейтральная лексика занимает 85% рекламного текста. Текст рекламы должен быть простым, понятным большинству людей, что обеспечит максимальное воздействие рекламы на сознание потенциальной аудитории, для которой важнее всего иметь четкое представление о товаре и услуге. Именно слова межстилевой лексики обладают такими особенностями, как простота и общепонятность. Такие слова обычно относятся к активному словарному запасу и чаще всего функционируют в языке. *Have a break...Have a Kit Kat. At minus 40 they start to look quite sensible.*[2]

2) *Эмоционально окрашенные слова,* с помощью которых в рекламе формируется нужный эмоциональный и оценочный подтекст, создающий устойчивые ассоциации, мотивирующие читателей к приобретению товара. Эмоционально-окрашенная лексика делится на следующие подтипы:

1. Слова с однозначным оценочным значением – это в основном слова, в чьей семантике уже заложена оценка. Примерами могут послужить следующие слоганы: *Trusted Everywhere. Being stylish is being able to dress up with less.* Слова «trusted» и «stylish» обладают положительным влиянием на читателя, формируют доверительное отношение к бренду.

2. Слова-коннотации – слова, которые приобретают оценку лишь в определенном контексте. Обычно это нейтральная лексика, прямое значение которой ничего не предопределяет в отношении говорящего к объекту оценки. Но, появляясь в контексте, они приобретают яркую эмоциональную окраску. *Hip, stylish, cool and despite the Elephant, light. Sharp: Sharp Minds, Sharp Products.*

3) Разговорная лексика, создающая неформальный диалог между брендом и потребителем, что и способствует их сближению. Так как разговорная лексика передает речь улиц, то ее часто используют в рекламных текстах для рекламы товаров массового потребления. Например, сеть ресторанов быстрого питания использовала следующий слоган: *I'm lovin' it!*

4) Научная лексика. Она рассчитана на более узкую аудиторию и используется с целью убеждения и внушения потребителя в том, что данный продукт разрабатывался специалистами, которым следует доверять (*cockpit, clean diesel technology*). *Clean diesel technology. Good for the environment. Good for you.*

5) Конкретная лексика – слова, обозначающие конкретные, физически осязаемые предметы, формирующие более точное представление о продукте. Например, в рекламном слогане McDonald's используется конкретная лексика: *Two all-beef patties, special sauce, lettuce, cheese, pickles, onions on a sesame seed bun.*

6) Заимствованная лексика. Благодаря знанию английского языка общество с легкостью способно заметить англицизмы в любой сфере нашей жизни: спорт, бизнес, СМИ. Заимствованная лексика употребляется в рекламной сфере с целью подчеркивания уникальности товара, ведущей к увеличению спроса. Кроме того, заимствования используются для повышения ценности, престижности товара. Часто названия тех или иных брендов приходят к нам уже популярными на иностранном языке; но также мы можем наблюдать названия, которые сочетают несколько языков (обычно это русский и английский). Это используется для придания товару или бренду уникальности.

Семантический подход к изучению особенностей рекламы основан на углубленном изучении предметного значения слова и его ассоциативных возможностей. Основные положения:

- слово в рекламе ассоциативно;
- выразительность лексики в рекламе достигается за счет опоры на чувственно-образные впечатления и ассоциации реципиента;
- синестезия – особый вид переноса наименования на основе ассоциаций между значениями.

Синестезия обусловлена необходимостью воздействия на разные органы чувств. Чем больше органов чувств задействовано, тем эффективнее оказывается воздействие. Так, например, использование лексики, описывающей характеристики товара и выражающей оценочные коннотации, позволяет в следующем примере вызвать вкусовые ассоциации у потребителей:

Шоколадные конфеты Coted'Or — это уникальная гармония шоколада, нежной двухслойной начинки и хрустящего вафельного рола, покрытого горьким шоколадом. Они созданы бельгийскими шоколатье, чтобы дарить вам моменты сладкой жизни. Стильная коробочка с эксклюзивным дизайном завершает изысканный образ конфет. Вкус сладкой жизни! (Реклама шоколадных конфет бельгийского бренда Coted'Or).

Ключевой образ данного текста — вкус сладкой жизни — продиктован слоганом компании. Воздействие на вкус осуществляется за счет использования прилагательных и существительных, называющих оттенки вкуса: горький, сладкий, вафельный; шоколад, конфеты.

Семантические поля будут зависеть непосредственно от сферы рекламируемого товара, однако чаще всего семантика большинства слов рекламного слогана является положительной с целью создания положительной ассоциации. *Coca-Cola ... makes good things taste better.*

Семантические поля можно группировать различными способами: по сфере, по названиям брендов, по положительной/отрицательной семантике и т.д. В группе наших слоганов мы можем выделить следующие семантические поля:

1. Продукты питания. *Two all-beef patties, special sauce, lettuce, cheese, pickles, onions on a sesame seed bun. Polo: The min with the hole.*
2. Действия, связанные с потреблением, пищи, напитков. *Eat Fresh! Drink positive.*
3. Названия брендов, компаний, товаров. *Why drive something like a Golf when you can drive a Golf? Coca-Cola revives and sustains.*
4. Положительная семантика. *Strongs is beautiful. Drink Coca-Cola and enjoy it.*
5. Отрицательная семантика. *Smoking drains you out. It's amazing. The colder it gets the less stupid you feel.*
6. Передвижение. *Shift the way you move. Moving forward.*

Семантические поля могут меняться вместе с выбранным корпусом слоганов. Также к иностранным словам мы отнесем приставки, используемые для усиления: *If you don't enjoy your money, your account will. The ultra-luxurious S-Class. Spoil yourself. Brewed for those who go the extra mile.*

Таким образом, осуществляя перевод рекламного текста, следует учитывать необходимость правильного выбора жанра рекламного текста. К основным жанрам рекламного текста относятся: рекламное объявление; рекламная заметка; рекламное интервью; рекламная рецензия; рекламный отчет; рекламный очерк; рекламная консультация; рекламный рассказ; рекламная статья; строчная или рубрицированная реклама.

Разнообразие лексических единиц в рекламе позволяет сделать ее понятной, общедоступной, яркой, эмоциональной и привлекательной для потенциальных покупателей. Среди лексических единиц преобладает широкое использование нейтральной лексики, употребление эмоционально-окрашенных лексических единиц с положительной семантикой, использование конкретной лексики, разговорной лексики, а также различных семантических полей.

#### **Список использованных источников**

1. Бернадская, Ю.М. Основы рекламы: Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с. – ISBN 5-02-033965-2 (в пер.).
2. Дурицкая, Н. К. Лексические особенности англоязычных рекламных текстов / Н. К. Дурицкая // Вестник чувашского университета. – 2009. – №1. С. 222-226.
3. Ильясова, С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. – 2-е изд. М.: Флинта, 2012. – 296 с.
4. Кривоносов, А. Д. Жанры PR – текста: учебное пособие для студентов отделений связей с общественностью / А.Д. Кривоносов. – СПб., Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ. 2001. – 135 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

<b>Wang Jianbo</b> The models of cost management: the evolution of ideas.....	3
<b>Васильченко А.О.</b> Анализ тенденций развития нефинансовых корпораций Республики Беларусь в разрезе организаций промышленности, транспорта, строительства и торговли.....	6
<b>Володько О.В., Володько Л.П., Луць Д.В.</b> ESG-концепция: новые аспекты для устойчивого развития бизнеса.....	9
<b>Гориш И.В.</b> Актуальные вопросы совершенствования процесса внедрения инновационных проектов предпринимателей.....	12
<b>Ермалинская Н.В.</b> Исследование контекста кооперации в экономических теориях и концепциях.....	16
<b>Зборина И.М., Миркина А.И.</b> Торговая война между США и Китаем: последствия для мировой экономики.....	18
<b>Зглюй Т.В.</b> Эффективность использования экономического потенциала Брестской области как залог устойчивого экономического развития региона.....	22
<b>Иванов В.Ф., Суница С.А.</b> Статистическое наблюдение инновационной деятельности в сельском хозяйстве Беларуси: состояние, направления развития.....	25
<b>Карпович М.М.</b> Проблемы устойчивого функционирования финансового рынка в Республике Беларусь.....	28
<b>Кендысь Ю.А., Володько О.В.</b> Состояние лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности в условиях санкционного давления.....	31
<b>Киевич А.В.</b> Проблемные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в РБ.....	34
<b>Ковалевская Ю.Д., Потапова Н.В.</b> Особенности мотивации персонала в таможенных органах.....	40
<b>Колесов А.С.</b> О цифровизации поиска путей совершенствования экономической политики государства.....	43
<b>Кондратьев Д.В., Павлов К.В.</b> Повышение экономической эффективности систем наружного освещения муниципальных образований как основа устойчивого развития региона.....	47
<b>Конопацкая А.Г., Лах Е.А., Орешникова О.В.</b> Экономические аспекты развития экосистем и биоразнообразия в Республике Беларусь.....	50
<b>Крамаренко А.К., Серко А.С.</b> Проблемы функционирования промышленных предприятий в условиях развития цифровой экономики.....	53
<b>Курочкина Н.В.</b> Оценка эффективности использования основных средств предприятия.....	55
<b>Лепя Р.Н., Заглада Р.Ю., Белоброва Н.В.</b> О формировании подхода к оценке качества стратегического управления процессами обеспечения экономического роста.....	59
<b>Ливенский В.М.</b> Современные тенденции и задачи финансовой поддержки МСП в Республике Беларусь.....	61
<b>Маковецкий С.А., Скирневская Л.Н., Савостьянова А.С.</b> К вопросу об экономическом механизме инновационной трансформации Донецкой Народной Республики.....	67
<b>Мальгина И.В.</b> Мероприятия по совершенствованию финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства в РБ.....	69
<b>Морозов Г.М.</b> Направления повышения эффективности механизма формирования доходов населения в РБ.....	75
<b>Олешкевич Д.В., Тарасова Л.С.</b> Проблемы развития налоговой системы Республики Беларусь.....	78
<b>Павлович Е.Л.</b> Реализация механизма коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, созданных за счет государственных средств, в организациях научно-технической сферы.....	81
<b>Панюсько А.С., Ковальчук О.Н.</b> Анализ банковского кредитования субъектов малого и среднего бизнеса Республики Беларусь.....	85
<b>Пархомчик М.А.</b> Дебиторская и кредиторская задолженность субъектов хозяйствования как основные индикаторы проблем финансовых потоков в РБ.....	88
<b>Петрушевская В.В., Шарый А.Н.</b> Нормативно-правовое регулирование деятельности малых	90

предприятий Донецкой Народной Республики.....	
<b>Проровский А.Г.</b> Финансовая поддержка МСП в РБ, ориентированного на экспорт.....	93
<b>Рогозина М.А.</b> Иностраннные инвестиции и успешные инвестиционные проекты в Республике Беларусь.....	97
<b>Родцевич Н.Г.</b> Модель эколого-экономического механизма управления в аграрном производстве.....	100
<b>Рудченко Г.А.</b> Энергоэффективность производства продовольствия в Республике Беларусь: тренды и ограничения.....	102
<b>Рыбалко Ю.А.</b> Развитие интеграционных процессов в АПК в условиях цифровизации.....	105
<b>Сильванович В.И.</b> Теоретико-методологические аспекты развития локальных инновационных систем.....	106
<b>Хмель О.А.</b> Развитие инновационной инфраструктуры университетов в рамках концепций "Университет 3.0", "Университет 4.0" в Республике Беларусь.....	109
<b>Четырбок Н.П.</b> О некоторых особенностях маркетинговых инструментов, формирующих лояльность потребителей.....	112
<b>Zhang Huiwen</b> Central bank digital currency and integration processes.....	115
<b>Щербак А.С., Бухтик М.И.</b> Инновации в области финансового управления предприятием....	117
<b>Эльснер П.С., Володько О.В.</b> Разработка программы интернет-продвижения товаров предприятия.....	120

#### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА И ТУРИЗМА**

<b>Борисевич А.В., Евтушик Ю.С., Добринец Я.И.</b> Бизнес-планирование в условиях неопределенности: методологии Agile и Scrum.....	124
<b>Васильченко А.О., Борисевич А.В., Евтушик Ю.С.</b> Роль сертификации в обеспечении качества продукции и услуг.....	127
<b>Герасименко Д.А., Хмельницкая Е.В.</b> Роль и значение упаковки товаров.....	130
<b>Головач А.А., Хмельницкая Е.В.</b> Нейромаркетинг как инструмент воздействия на потребителя.....	133
<b>Гороховик К.В., Демьянов С.А.</b> Применение современных подходов к управлению мотивацией и стимулированием персонала: опыт успешных компаний.....	136
<b>Гречишкина Е.А., Шуманская Е.Р.</b> Сравнительный анализ белорусской и японской моделей управления организацией в контексте командной работы и их связь с корпоративной культурой.....	138
<b>Демьянов С.А.</b> Методические аспекты составления семантического ядра для сайта туристической компании.....	141
<b>Добринец Я.И., Федечко А.А.</b> Интеграция цифровых платформ и онлайн-инструментов для улучшения коммуникации и совместной работы над бизнес-планами.....	145
<b>Корхова О.Н.</b> Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь: тенденции и проблемы.....	149
<b>Лизакова Р.А.</b> Основные задачи маркетинга в современном мире.....	152
<b>Нишнева Д.А.</b> Социальная реклама в современном обществе: ключевые аспекты.....	155
<b>Прокопец Т.Н.</b> Роли корпоративной политики и культуры и их тенденции в индустрии гостеприимства.....	158
<b>Рожнева И.В.</b> Возможности и инициативы ТОС в развитии туризма.....	161
<b>Субоч И.Ч., Хмельницкая Е.В.</b> Методы повышения узнаваемости ООО «Релуи Бел».....	164
<b>Такун С.П.</b> Барьеры и перспективы развития цифровизации в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь.....	168
<b>Татарина А.А., Тестина Я.С.</b> Оценка восприятия маршрута «Золотое кольцо» молодежью.....	171
<b>Улитичева Ю.К., Тестина Я.С.</b> Этнографический туризм как драйвер для развития туризма (на примере Республики Адыгея).....	174
<b>Хмельницкая Е.В., Трушко В.В.</b> Нейромаркетинговые приемы как способ увеличения продаж.....	177
<b>Шамина А.Р., Тестина Я.С.</b> Оценка жителями региона потенциала развития туризма в Республике Коми.....	180

## **БАНКОВСКИЙ БИЗНЕС И ФИНАНСОВАЯ ЭКОНОМИКА**

<b>Андрейчук К.Э., Матяс А.А.</b> Использование методов ончейн-анализа на примере основных криптовалют платформы <i>dzengi.com</i> .....	185
<b>Бухтик М.И., Гороховик К.В.</b> Дебиторская задолженность как объект управления на материалах ОАО «Спартак».....	188
<b>Wang Xu, Kievich A.V.</b> Big data analysis and models as a unique opportunity for solving business problems.....	192
<b>Гасанова Н.Т., Абдуллаев Фикрет Агалар оглы</b> Проблемы и риски лизинговых сделок.....	195
<b>Герасименко П. В.</b> Моделирование и прогнозирование динамики корпоративного кредитного портфеля Санкт-Петербурга в условиях импортозамещения.....	197
<b>Kievich D.A.</b> Gold price set a new record: key drivers of this growth.....	200
<b>Кисель С.Л.</b> Моделирование подходов к дифференциации ставок календарных взносов в системе гарантированного возмещения депозитов Республики Беларусь.....	204
<b>Конончук И.А.</b> Вариантность понятия «стратегия».....	206
<b>Лисовский М.И., Строк О.А.</b> Методические подходы к оценке финансового состояния организации.....	209
<b>Лопух Ю.И., Сергеюк В.С.</b> Оценка и пути повышения эффективности банковского сектора Республики Беларусь.....	210
<b>Лукашевич В.А.</b> Финансовое положение банков Республики Беларусь.....	213
<b>Макеева П.А.</b> Что такое дериватив и как это все работает.....	217
<b>Мансарчук К.А.</b> Оценка параметров финансовых потоков Республики Беларусь.....	221
<b>Матвейчук Е.С., Бухтик М.И.</b> Исследование различных методик оценки финансового состояния на примере ОАО «Молочный мир».....	226
<b>Мирошниченко О.С.</b> «Зеленая» карта как финансовый инструмент банка.....	229
<b>Олесиук Ю.С.</b> Интеллектуальный капитал университета как финансовый актив.....	232
<b>Пригодич И.А.</b> Характеристика экономической системы и ее трансформация.....	235
<b>Рынкевич М.С., Добринец Я.И.</b> Возможности реализации глэмпинг-отелей в Республике Беларусь.....	238
<b>Стельмах А.П.</b> Анализ динамики сбережений населения Республики Беларусь.....	241
<b>Самоховец М.П.</b> Финансовый потенциал аграрного бизнеса как объект инвестирования.....	244
<b>Хомич К.Ю.</b> Депозитные источники формирования ресурсной базы банков.....	246
<b>Черепенко Д.Р., Зинович Т.В., Игнатьева Е.С.</b> Анализ активов банковского сектора Республики Беларусь.....	249
<b>Шаповал М.С., Бухтик М.И., Татаревич А.Г.</b> Управление краткосрочной дебиторской задолженностью на материалах ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев».....	251
<b>Щур Я.С., Бухтик М.И., Шибун М.Э.</b> Показатели прибыли, используемые в управлении финансами предприятия промышленности.....	254

## **УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

<b>Алехина М.А., Овчинникова О.А.</b> Современные цифровые технологии в бухгалтерском учете.....	258
<b>Казаков И.А., Рындина С.В.</b> Описательный и разведочный анализ на языке Python для исследования бизнес-данных.....	261
<b>Лах Е.А., Конопацкая А.Г., Паршутич О.А.</b> Цифровая трансформация мировой экономики.....	264
<b>Мальцева М.А., Гребнева М.Е.</b> Современные проблемы учета и аудита материально-производственных запасов.....	266
<b>Недашковская Н.С.</b> Роль бухгалтерского учета в цифровой экономике.....	269
<b>Овчинникова О.А.</b> Направления расширения информационно-аналитического потенциала показателей внешней бухгалтерской отчетности.....	272
<b>Окомина Е.А.</b> Бухгалтерский управленческий учет как основной источник информации для принятия эффективных управленческих решений.....	274
<b>Приймачук И.В.</b> Перспективы внедрения интегрированной отчетности в Республике.....	277

Беларусь.....	
<b>Рындина С.В., Кузнецова Т.Е.</b> Подготовка бизнес-аналитиков и системных-аналитиков с учетом импортозамещения программных решений в России.....	280
<b>Толкачева Е.В.</b> Роль аналитических платформ для обработки и анализа больших данных организаций в условиях цифровизации экономики.....	283
<b>Хрусь Е.А., Бурьянова Г.Е.</b> Аутстаффинг специалистов ИС в автоматизации бухгалтерского учета организации.....	285
<b>Щербаков Д.Б., Гребнева М.Е.</b> Базовые компоненты консолидации бухгалтерской финансовой отчетности в контексте значимости состава исходных данных и их структуризации.....	287

## **СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА**

<b>Андрэйчук М.І.</b> Узаемадзеянне моў ва ўмовах білінгвізму.....	291
<b>Евстафьев В.А.</b> О совершенствовании работы с молодежью на предприятии.....	293
<b>Еленская И.Э.</b> Стимулирование активности студентов на занятиях по курсу «Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)».....	297
<b>Зинович О.Ю.</b> Генезис девиантного учебного поведения в общем среднем образовании.....	300
<b>Лозицкий В.Л.</b> Риски и угрозы цифровизации образования в аспекте проблематики предиктивного психолого-педагогического анализа.....	303
<b>Микелевич Е.Б.</b> Социально-психологические предикторы организационного цинизма.....	306
<b>Пфлюг В.П.</b> Финансовая грамотность населения как один из факторов успешной модернизации общества.....	309
<b>Сласси Мутабир С.А.</b> Incorporating the sdgs into higher education curricula for students of economic universities.....	312
<b>Толкач И.Ф.</b> Восприимчивость к организационному стрессу специалистов экономических специальностей.....	315
<b>Шульга М.Л.</b> Психологические особенности перфекционизма у студентов экономической направленности с разными учебными стратегиями.....	317
<b>Ярошевич Л.А.</b> Применение невербальных средств коммуникации как важнейшее условие деятельности преподавателя вуза.....	320

## **ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

<b>Астрейко А.В.</b> Lexico-stylistic features of the translation of economic mass media discourse.....	323
<b>Гирина Е.Ю.</b> Использование нейросетей в процессе обучения иностранным языкам студентов неязыковых специальностей.....	325
<b>Голякович Ю.О.</b> Гендерная асимметрия как фактор развития женского предпринимательства.....	328
<b>Жилевич О.Ф.</b> К вопросу о переводе пассивных конструкций (на примере английского экономического дискурса).....	331
<b>Изотова Л.А.</b> К вопросу о термине как объекте лингвистического исследования.....	334
<b>Корженевич Ю.В.</b> Проблемы изучения чужой культуры в процессе межкультурной коммуникации.....	337
<b>Лускин В.В.</b> Будущее образования: как нейронные сети изменят процесс обучения иностранным языкам.....	339
<b>Мацкевич В.Н.</b> Особенности формирования полисемантической банковской лексики в немецком языке.....	340
<b>Пискун Е.В.</b> Non-cooperative communication in Internet-discourse.....	343
<b>Прибыльская Г.В.</b> Использование проектной методики на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе.....	345
<b>Селіванова А.А.</b> Параўнанне нямецкіх і беларускіх прыказак і прымавак з найменнямі жывёл.....	348
<b>Селюжицкая Л.Н., Скребец Е.В.</b> Лексико-семантические особенности рекламного текста в английском языке.....	350

Научное издание

**СБОРНИК  
трудов XVIII международной  
научно–практической конференции**

**«УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:  
СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ»**

**Полесский государственный университет,  
г. Пинск, Республика Беларусь,  
26 апреля 2024 г.**

За содержание и достоверность информации  
в материалах сборника отвечают авторы

Усл. печ. л. 41,73. Уч.–изд. л. 31,38.

Отпечатано в учреждении образования «Полесский государственный университет»  
225710, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23