

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО

МАТЕРИАЛЫ

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

**Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
19 апреля 2024 г.**

Часть I

Пинск 2024

УДК 330
ББК 65
Н 34

Редакционная коллегия:

Дунай В.И. (гл. редактор),
Астренков А.В., Ржевская Т.А., Маринич Т.В., Штепа В.Н., Чещевик В.Т.

Рецензенты:

Гречишкина Е.А., заведующий кафедрой маркетинга и международного менеджмента,
кандидат экономических наук, доцент;

Жилевич О.Ф., доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента,
кандидат филологических наук;

Давыдова Н.Л., заведующий кафедрой банкинга и финансовых рынков,
кандидат экономических наук, доцент;

Зборина И.М., заведующий кафедрой экономики и бизнеса,
кандидат экономических наук, доцент;

Лисовский М.И., заведующий кафедрой финансового менеджмента,
кандидат экономических наук, доцент;

Панюсько А.С., заместитель декана факультета экономики и финансов по научной работе;

Рыбалко Ю.А., начальник научно-инновационного отдела;
кандидат экономических наук, доцент.

Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы XVIII международной молодежной научно-практической конференции, УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 19 апреля 2024 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В. И. Дунай [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2024. – 623 с.

ISBN 978–985–516–809–7(Ч.1)
ISBN 978–985–516–808–0

Приведены материалы участников XVIII международной молодежной научно-практической конференции «Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси».

Материалы изложены в авторской редакции.

УДК330
ББК 65

ISBN 978–985–516–809–7 (Ч.1)
ISBN 978–985–516–808–0

© УО «Полесский государственный университет», 2024

БАНКОВСКАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ МИРОВЫХ ФИНАНСОВ

Е.С. Андрейчикова, А.А. Белевич, 3 курс
Научный консультант – **О.А. Кукса**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Развитие информационных технологий привело к формированию системы электронных платежей, которые позволяют совершать транзакции разного рода, используя для этого специальные валюты. Они представляют собой цифровые деньги, именуемые криптовалютой, ставшие катализатором развития технологии блокчейн.

Блокчейн (дословно block chain – цепочка блоков) – это цифровая база данных, или особый способ хранения данных, при котором онлайн-журнал с записями о тех или иных операциях хранится одновременно на многих компьютерах. Любой участник этой сети может проверить информацию в базе данных, но никто не может ее изменить или удалить. При этом информация в блокчейне может быть абсолютно любой [1].

В настоящее время специалистами выделяется 3 типа развития этой технологии:

- блокчейн 1.0 — криптовалюты;
- блокчейн 2.0 — класс экономических, рыночных и финансовых приложений, работающих с различными типами финансовых инструментов для организации денежных расчетов, финансов и рынков;
- блокчейн 3.0 — приложения широкого направления, включающие сферу государственного управления, медицины, науки, образования, культуры и искусства [2].

Немаловажной частью данного развития является появление на рынке многих стран цифровых валют регуляторов. По данным Банка международных расчетов, около 86% опрошенных центральных банков находятся на разных этапах изучения этого вопроса, от исследования до пилотирования и внедрения. В частности, в настоящее время крупнейшие регуляторы (в т. ч. Федеральная резервная система США, Банк Англии, Банк Швеции, Европейский центральный банк и другие) изучают возможности выпуска ЦВЦБ.

Таблица – Преимущества и недостатки от внедрения блокчейн-технологии

Преимущества	Недостатки
Создание открытой и взаимосвязанной сети цепочки поставок в режиме реального времени, доступной для всех участников.	Отсутствие унификации. Сейчас не существует единого стандарта, который используют при создании блокчейн.
Сохранность информации и ее неизменность, возможность проследить историю на протяжении всей цепочки.	Сложность реализации. При разработке нового блокчейн сложно предусмотреть все особенности его функционирования в будущем.
Возможность устанавливать разрешения для чтения, записи, аудита и других действий.	Проблема масштабируемости. Это один из наиболее существенных недостатков технологии. Для подтверждения транзакции она должна пройти валидацию всеми блоками реестра. Чем их больше, тем медленнее проходит этот процесс.
Обеспечение полной видимости всей истории жизни объекта, а также повышение безопасности посредством полного раскрытия информации.	Отсутствие конфиденциальности. При публичном использовании личность человека, который совершает транзакцию, неизвестна. Для регистрации достаточно загрузить кошелек и зарегистрировать адрес для получения и отправки монет.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании источников [2, 4].

Полноценно внедрили национальные ЦВЦБ порядка 11 стран. Более 60 стран находятся на продвинутых этапах разработки своих ЦВЦБ (разработка, пилотирование, внедрение) [3]. На данный момент в Республике Беларусь идёт активное внедрение цифрового белорусского рубля. Его окончательное внедрение планируется в 2026 году.

Как было сказано выше, блокчейн представляет собой некую базу данных, в которой хранится информация о всех онлайн транзакциях, совершаемых в течение определенного временного периода конкретными участниками системы. Без регистрации их совершение невозможно. Транзакции, в свою очередь представляют собой информационные блоки, составляющие глобальную историю транзакций. Функционирование системы обеспечивает прозрачность и независимость платежей. Все участники системы блокчейн обладают равными правами и имеют равный доступ ко всем транзакциям. Посредники для совершения сделок не требуются [5].

Согласно исследованиям, проведенным компанией PricewaterhouseCoopers (PwC), к 2030 году применение новых технологий может обеспечить рост мировой экономики на \$1,76 трлн. Наибольший подъем ожидается в государственном управлении, образовании и здравоохранении [6].

Увеличение инвестиций в технологию блокчейн и растущее внедрение систем распределенных реестров (DLT) являются основными факторами, способствующими росту рынка блокчейн [7].

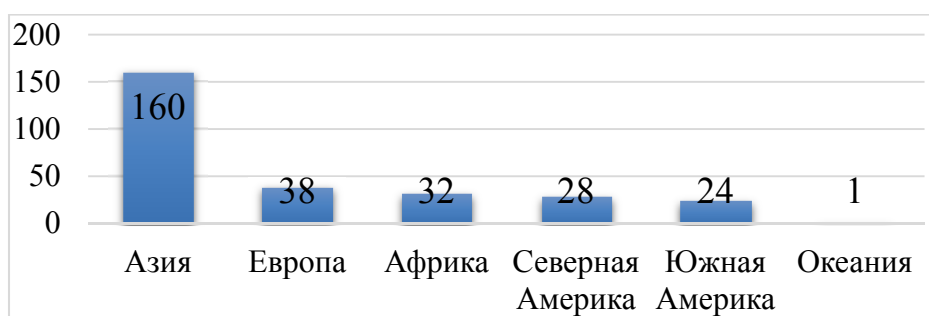


Рисунок – Количество пользователей блокчейн в разных регионах мира по состоянию на 17.02.2024, млн. чел. [7].

Согласно статистической информации, представленной в источнике [7], наибольшее количество пользователей технологии блокчейн приходится на Азию – 160 миллионов человек, в то время как в Океании ею пользуется всего 1 миллион человек.

Одним из известных практик применения технологии блокчейн в Республике Беларусь является "Реестр банковских гарантий". Данный реестр содержит информацию о выданных банковских гарантиях, а благодаря блокчейну обеспечивается полная прозрачность системы, ее эффективность, а также добросовестность банков и плательщиков [1].

В настоящее время на территории страны действует Ассоциация «Технологии Распределенных Реестров» (Belarus Blockchain Association) [8]. Целью Ассоциации является распространение блокчейна не только в экономике, но и в социальной сфере, что будет способствовать развитию общества в условиях цифровой трансформации экономики.

В Ассоциацию входят 16 компаний, большая часть которых расположена в Парке высоких технологий. Помимо этого, партнёрами являются: Конфедерация Цифрового Бизнеса, Казахская Ассоциация Блокчейна и Криптовалют, American Blockchain Association, IDACB (International Decentralized Association of Cryptocurrency and Blockchain) [9].

Использование блокчейн на финансовом рынке в рамках цифровой рыночной инфраструктуры будет способствовать новым изменениям [10]:

- создание нового типа ценных бумаг;
- инновационный способ управления ликвидностью;
- преобразование экономических прав на объект в виде токенов (токенизация активов);
- возможность эмиссии цифровых «зелёных» облигаций;

– содействие эмитентам ценных бумаг в достижении Целей устойчивого развития ООН (ЦУР ООН) посредством применения новых инновационных методов сбора и мониторинга данных, связанных с устойчивым финансированием;

– интеграция с другими технологиями.

Блокчейн-технологии со временем могут не только дать возможность компаниям повысить доверие со стороны клиентов и всех заинтересованных сторон, но и стать источником появления новых рисков (операционные, юридические, финансовые, риски кибер-безопасности). Поэтому важно постоянно проводить более глубокий анализ и оценку рисков при использовании блокчейн в каждом конкретном случае [10].

Список использованных источников

1. Технология блокчейн в финансовой сфере [Электронный ресурс]// Единый портал финансовой грамотности. – Режим доступа: <https://fingramota.by/ru/guide/practical/blockchain>. – Дата доступа: 28.03.2024.
2. Технология блокчейн как инструмент повышения информационной прозрачности экосистемы бизнеса [Электронный ресурс]// cyberleninka. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-blokchejn-kak-instrument-povysheniya-informatsionnoy-prozrachnosti-ekosistemy-biznesa/viewer>. – Дата доступа: 28.03.2024.
3. Концепция цифрового рубля [Электронный ресурс]// Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/payment/digital_ruble/concept.pdf. – Дата доступа: 29.03.2024.
4. Основные недостатки блокчейн-технологий [Электронный ресурс]// aussiedlerbote. – Режим доступа: <https://aussiedlerbote.de/2022/02/osnovnye-nedostatki-blokchejn-technologij>. – Дата доступа: 29.03.2024.
5. Влияние цифровизации экономики и технологии блокчейн на глобальные экономические процессы [Электронный ресурс]// spravochnick.ru. – Режим доступа: <https://spravochnick.ru/mikro-makroekonomika/vliyanie-cifrovizacii-ekonomiki-i-tehnologii-blokchejn-na-globalnye-ekonomicheskie-procesy/>. – Дата доступа: 30.03.2024.
6. Влияние технологии блокчейн на экономику [Электронный ресурс]// crypto.ru. – Режим доступа: <https://crypto.ru/blokchain-v-ekonomike/>. – Дата доступа: 30.03.2024.
7. Blockchain Statistics of 2024 (Market Size&Users) [Электронный ресурс]// demandsage.com. – Режим доступа: <https://www.demandsage.com/blockchain-statistics/>. – Дата доступа: 28.03.2024.
8. Технология блокчейн в Беларуси: особенности и перспективы применения в цифровой экономике // К.Н. Нестеров [Электронный ресурс]// edoc.bseu.by. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/97357/1/Nesterov_K.N._274_275.pdf. – Дата доступа: 30.03.2024.
9. Belarus Blockchain Association [Электронный ресурс]// blockchainbelarus.by. – Режим доступа: <http://blockchainbelarus.by/>. – Дата доступа: 30.03.2024.
10. Технология блокчейн как драйвер цифровой трансформации финансового рынка Российской Федерации // Д.Р. Миргасимов [Электронный ресурс]// <https://s.fundamental-research.ru>. – Режим доступа: <https://s.fundamental-research.ru/pdf/2023/10/43505.pdf>. – Дата доступа: 30.03.2024.

УДК 336.74

О ПЕРСПЕКТИВАХ ПРИМЕНЕНИЯ ОНЧЕЙН-АНАЛИЗА КРИПТОАКТИВОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА БЕЛАРУСИ

К.Э. Андрейчук, 4 курс

Научный руководитель – **А.А. Матяс**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Согласно Декрету №8 от 21 декабря 2017 года "О развитии цифровой экономики" на территории Республики Беларусь создаются благоприятные условия для внедрения технологии блокчейн и использования криптоактивов - как физическими, так и юридическими лицами. Резиденты Парка высоких технологий наделены правом осуществлять с криптовалютами и токенами такие операции, как: выпуск и размещение собственных цифровых знаков, организация обмена криптовалют, проведение ICO. Также для апробации новых финансовых механизмов предусмотрен правовой эксперимент на площадке ПВТ с использованием технологии блокчейн [1].

Эти меры открывают новые перспективы для применения методов ончейн-анализа. Использование аналитики блокчейн-данных позволит повысить эффективность операций с собственными

цифровыми активами белорусских предприятий. Также ончейн-анализ может применяться в рамках правового эксперимента на площадке ПВТ для оценки новых финансовых механизмов и повышения их прозрачности.

Перспективным представляется использование методов ончейн-анализа для повышения эффективности инвестиционных стратегий на рынке криптоактивов.

Ончейн-анализ позволяет извлекать необходимые сведения непосредственно из данных блокчейна о транзакциях, адресах, майнинге и прочих аспектах функционирования криптовалют. Эта информация может служить основой для принятия взвешенных инвестиционных решений [2, с. 86].

В частности, нами проведено исследование на основе разработанных 3-х алгоритмов для ончейн-анализа топ-криптовалют на примере биржи Dzeingi.com: анализ объемов торгов; мониторинг активных адресов; отслеживание крупных транзакций. Затем эти алгоритмы были опробованы в действии посредством анализа ончейн-данных о динамике Биткойна, Эфириума за последние два месяца, а именно с 1 октября по 30 ноября 2023, с использованием открытых источников [3].

На основе анализа ончейн-метрик удалось выявить следующие взаимосвязи: между ростом количества активных BTC и ETH адресов и последующим увеличением стоимости данных криптовалют через некоторый временной лаг; между всплеском крупных транзакций и скорым движением цены, что позволяет фиксировать активность китов и крупных инвесторов как предвестник ралли или значительной коррекции. Дальнейшие тренды показали высокую степень адекватности проведенных расчетов на данных криптобиржи Dzeingi.com [3].

Более того, ончейн-анализ применим для:

выявления ценовых аномалий и предсказания курсовой динамики на основе изучения цепочек транзакций и активности ключевых адресов;

оценки реальной стоимости и потенциала криптоактивов путем анализа распределения монет, структуры и интенсивности транзакций;

мониторинга активности крупных инвесторов («китов») и копирования их стратегий;

выявления недооцененных альткойнов на основе метрик из блокчейна;

оптимизации портфеля криптоактивов с учетом результатов ончейн-анализа.

Технологии анализа блокчейн-данных обладают большим потенциалом для создания высокоэффективных автоматизированных инвестиционных систем. Их внедрение способно качественно повысить результаты трейдеров и инвесторов на рынке криптовалют.

Внедрение технологий ончейн-анализа может существенно ускорить и повысить эффективность процесса цифровой трансформации финансовой системы Республики Беларусь [4, с. 95].

В частности, использование методов анализа данных из блокчейнов позволит:

оптимизировать процесс выпуска и обращения цифровых финансовых активов белорусскими компаниями. Ончейн-аналитика даст полное представление о структуре и динамике операций с собственными токенами и криптовалютами;

повысить прозрачность и мониторинг деятельности участников экспериментальных правовых режимов (ПВТ). Регуляторы смогут отслеживать риски и выявлять нарушения на основе ончейн-данных;

создать благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций в национальные бизнес-проекты посредством STO. Инвесторы смогут проводить независимую оценку стоимости и потенциала токенов;

повысить устойчивость финансовой системы за счет снижения рисков отмывания доходов и финансирования противоправной деятельности с использованием криптовалют. Применение переловых решений ончейн-аналитики позволит этого достичь.

Таким образом, внедрение технологий анализа блокчейн-данных соответствует стратегическим приоритетам цифровизации финансовой сферы Беларуси и придаст дополнительный импульс для её реализации [4, с. 45].

Это лишь некоторые направления, которые можно развить более подробно. Также возможны другие варианты применения ончейн-анализа под цели конкретных организаций и проектов. В целом, спектр потенциального применения довольно широк – от аналитики и мониторинга до прогностической аналитики и оптимизации бизнес-процессов с участием криптоактивов.

В условиях действующих экономических санкций и ограничений на использование глобальных платежных систем, технологии распределенных реестров и криптовалюты открывают для Беларуси новые перспективы для поддержания финансово-экономической устойчивости.

Одним из ключевых преимуществ является возможность осуществления трансграничных платежей и расчетов в обход санкций через использование шифрованных блокчейн транзакций в международной криптоинфраструктуре. У белорусских предприятий появляется альтернатива для реализации экспортно-импортной деятельности, невзирая на западные ограничения на движение фиатных средств.

Еще одним перспективным направлением является привлечение инвестиций в белорусские технологические стартапы и IT-компании через STO (Security Token Offering) - первичное размещение цифровых токенов. Криптоактивы позволяют привлекать средства у зарубежных инвесторов в обход традиционных каналов, на что есть успешные примеры в Беларуси, как размещение токенов БелАЗа в 2023 году [5].

Кроме того, актуальным представляется развитие национальной системы цифровых токенов для внутренних расчетов между частными лицами и организациями. Цифровой белорусский рубль может стать дополнительным инструментом денежной системы, повышающим ее устойчивость. При этом предполагается, что внедрение цифрового белорусского рубля будет осуществляться с использованием распределенного реестра (блокчейн). Общая стратегия по цифровой трансформации финансовой отрасли на основе блокчейн и криптовалют способна частично компенсировать последствия текущих экономических ограничений для Беларуси [6, с. 210].

В целом, применение методов ончейн-анализа в сочетании с использованием криптотехнологий соответствует ключевым направлениям цифровизации экономики Беларуси и обладает значительным потенциалом.

Список использованных источников

1. 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-dekabrya-2017-g-17716/. – Дата доступа: 01.03.2024.
2. Starbuck, C. Cryptocurrency Trading Cycles, Altcoin Allocation, On-Chain Analysis + DeFi Guide / C. Starbuck. — England : Published independently, 2021. — 113 p.
3. Dzengi.com в Беларуси. 2023 // Dzengi.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzengi.com/ru/in-belarus>. – Дата доступа: 01.03.2024.
4. Могайар, Уильям Блокчейн для бизнеса/Уильям Могайар: предисл. Виталика Бутериной; [пер. с англ. Д. Шалаевой]. - Москва: Издательство "Эксмо", 2018. -С. 224. – (Top Business Awards).
5. Рекордная сделка. БелАЗ привлек \$20 млн через продажу цифровых токенов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finstore.by/blog/rekordnaa-sdelka-belaz>. – Дата доступа: 01.03.2024.
6. Основы цифровой экономики; учебное пособие/коллектив авторов; под ред. М.И. Столбова, Е.А Бренделевой. – М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2018. – 238 с.

УДК 336.748.12(476)

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИНФЛЯЦИИ НА ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНУЮ ПОЛИТИКУ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.В. Артемчик, 2 курс

Научный руководитель – **А.М. Шутова**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

Выработка и проведение ДКП является основной задачей Национального Банка Республики Беларусь. Ежегодно, в соответствии с существующим законодательством, Национальный Банк предоставляет в Верховный Совет Республики Беларусь основные направления ДКП на очередной год. Для того чтобы наиболее полно охарактеризовать ДКП Беларуси, можно рассмотреть ее эволюцию за последние десятилетия.

В развитии глобальной экономики в последние десятилетия происходят существенные изменения, затрагивающие как структурно-институциональные, долгосрочные факторы экономического роста, так и текущую конъюнктуру мирового товарного и финансового рынков. Все это оказывает непосредственное влияние на ситуацию в экономике и денежно-кредитной системе Республики Беларусь. Для предупреждения негативных изменений в денежно-кредитной системе национальный банк Республики Беларусь вместе с государственными органами ежегодно вырабатывают свою денежно-кредитную политику, которая служит одним из важнейших методов вмешательства государства в процесс воспроизводства и воздействует на количество денег в обращении, где значительную роль играет инфляция.

Приоритетными целями любого государства в области экономики являются обеспечение стабильного экономического роста, высокого уровня деловой активности, ценовой стабильности, внешнеэкономического равновесия. Достижение этих целей осуществляется через разработку и реализацию экономической политики. Ключевым фактором для устойчивого развития экономики является установление эффективного механизма денежно-кредитной политики.

Денежно-кредитная политика Республики Беларусь – это совокупность мероприятий, которые предпринимает Национальный банк для поддержания ценовой стабильности в целях содействия устойчивому и сбалансированному развитию экономики [1].

Актуальность темы заключается в том, что, прежде всего, именно денежно-кредитная политика является одним из важных и действенных инструментов регулирования экономики, а от её эффективности зависит и уровень безработицы, и экономическая стабильность, и множество других показателей.

Изучение денежно-кредитной политики невозможно без раскрытия природы инфляции, так как в первую очередь с помощью денежно-кредитного регулирования государство стремится сдерживать инфляцию, а ее снижение является одной из главных целей монетарной политики нашего государства. Без снижения уровня инфляции невозможно достичь экономического процветания страны, поскольку инфляция сдерживает развитие и банковской системы, и финансовых рынков.

Инфляция – это переполнение каналов обращения денежной массой сверх потребностей товарооборота, что вызывает обесценивание денежной единицы и соответственно рост цен. Другими словами, количество денег в обращении определяется суммой цен всех товаров, ибо деньги обслуживают обращение товаров [2, с.106].

Проведем анализ уровня инфляции по сравнению с целевыми показателями соответствующего года.

Таблица – Анализ достигнутого уровня инфляции по сравнению с целевым

Год	Целевой показатель по инфляции, %	Достигнутый показатель по инфляции, %	Отклонение, %
2020	5%	7,4%	+2,4%
2021	5%	9,97%	+4,97
2022	6%	12,8%	+6,8%
2023	8%	5,8%	-2,2%

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].

До 2023 года прослеживается тенденция значительного превышения уровня инфляции над целевыми показателями. Отклонения от планов в 2020 г. и 2021 г. были связаны с напряженной политической ситуацией в Республике Беларусь, а также появлением вируса в 2019 г. В 2022 г. отклонения можно объяснить геополитической обстановкой, а также введением определенных санкций по отношению к Республике Беларусь.

Результат проведения монетарной политики главным образом зависит от качества использования таких ее инструментов, как изменение ставки рефинансирования, изменение нормы обязательного резервирования, а также операций на открытом рынке.

Рассмотрим, какие инструменты применялись в 2023 г. для достижения целевого уровня инфляции.

Ставка рефинансирования с начала 2023 г. постепенно снижалась с 11,5% до 9,5%. Норматив обязательных резервов от привлеченных средств в белорусских рублях сохранился в размере 4%, от привлеченных средств в иностранной валюте – в размере 16%. В 2023 г. наблюдался существенный избыток ликвидности. Проводились операции на открытом рынке, аукционы сроком до 7 дней.

Что касается 2024 г., то планируется сдерживание инфляции в пределах 6%. По последним данным известно, что инфляция в январе 2024 г. составила 5,9% по сравнению с соответствующим месяцем 2023 г., в феврале 2024 г. – 5,6% по сравнению с февралем 2023 г.

Важным направлением совершенствования денежно-кредитной политики в Республике Беларусь является продолжение текущей политики, направленной на поддержание стабильного курса белорусского рубля. Также необходимо дальнейшее увеличение золотовалютных резервов государства до безопасного уровня, что позволит обеспечить стабильность на валютном рынке. Внедрение современных технологий в банковском секторе также является важным шагом, который поможет снизить стоимость и улучшить доступность банковских услуг. Удержание инфляции на уровне, не превышающем 6%, является ключевым условием для повышения доверия к белорусскому рублю и снижения стоимости кредитов для населения и предприятий. Продолжение развития систем дистанционного банковского обслуживания и внедрение новых безопасных и доступных цифровых технологий также являются важными мерами для предоставления финансовых услуг клиентам банков. Создание условий, способствующих сохранности и привлекательности вкладов на долгосрочной основе, особенно в национальной валюте, поможет повысить устойчивость банковской системы и обеспечить сбалансированность активов и пассивов.

В качестве основных направлений совершенствования монетарной политики в Республике Беларусь можно выделить следующую совокупность мер, к примеру, переход от режима монетарного таргетирования к режиму инфляционного таргетирования денежно-кредитной политики, в результате которого главным инструментом регулирования денежно-кредитной сферы станет процентная политика.

Успешное решение поставленных задач и реализация необходимых мер по обеспечению макроэкономической стабильности, формированию прозрачной и комфортной бизнес-среды и повышению уровня защиты населения в финансовой сфере возможны только при слаженной Правительством и Национального банка, реального и банковского секторов экономики.

Список использованных источников

1. Денежно-кредитная политика Беларуси [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – 2024. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/denezhnaja-i-bankovskaja-sistema/politika> – Дата доступа: 29.03.2024.
2. Макроэкономика: учеб. пособие / М.И. Ноздрин-Плотницкий, Э.И. Лобкович, Л.Н. Новикова и др.; под ред. М.И. Ноздрин-Плотницкого. — Минск: Амалфея: Мисанта, 2012. — 315 с.
3. Квартальный материал по инфляции [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – 2024. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/inflationquarterly> – Дата доступа: 28.03.2024.

УДК 336.71

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ В СЕГМЕНТЕ КОРПОРАТИВНОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК»

А.Р. Босовец, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Партнерская экосистема услуг и сервисов для бизнеса (экосистема бренда) – это объединение разнородных товаров, услуг и сервисов в рамках одной компании. Все продукты создают общее клиентоориентированное пространство [1].

Джеймс Ф. Мур определяет бизнес-экосистему как хозяйственное сообщество, опирающееся на фундамент, который составляют взаимодействующие организации и индивиды, организмы мира предпринимательства. Экосистема любого предприятия включает потребителей, рыночных посредников (в том числе агентов и каналы движения товаров, а также тех, кто продает сопутствующие продукты и услуги), поставщиков и, конечно, саму фирму. Обо всех этих элементах можно думать, как о первичных видах, обитающих в данной экосистеме [2].

Важность партнерской экосистемы определяется развитием взаимовыгодных отношений с клиентами, поставщиками и даже конкурентами. Они могут генерировать прибыль, увеличивать клиентскую базу, снижать издержки на привлечение клиентов, а также увеличить стоимость организации. Для клиентов это разнообразие услуг и продуктов, собранных в одном месте, удобство и интеграция, а также доверие и безопасность.

ОАО «Белагропромбанк» создал свою партнёрскую экосистему услуг и сервисов для бизнеса [3]. Банк предоставляет широкий спектр услуг и предложений, которые можно сгруппировать следующим образом:

- Финансовые услуги: Предложения для физических и юридических лиц, включая инвестиционные проекты, оценку рисков, управление активами и аудит (помощь по взысканию дебиторской задолженности, автоматизированный кадровый учёт, аренда 1С бухгалтерии в облаке, услуги оценки).

- Бизнес-услуги: Поддержка бизнеса через коворкинг, мероприятия, бизнес-планирование и юридическое сопровождение (услуги бизнес-планирования, юридическое сопровождение бизнеса, Центры притяжения, проверка контрагентов с готовыми решениями, услуги по корпоративной/экономической безопасности и защите бизнеса, Повышение квалификации специалистов строительной отрасли, Шире круг).

- Маркетинг и SEO: Услуги по продвижению бизнеса в интернете, включая аналитику данных и увеличение посещаемости сайта (акселератор бизнеса собственникам и владельцам бизнеса, услуги личного тревел-консьержа, SEO-продвижение, интернет-маркетинг для продвижения компании).

- Технологические решения: Лицензионное программное обеспечение, электронный документооборот и интеграция с учетными системами (BPM система для успешного бизнеса, услуги по внедрению точного земледелия под ключ, лицензионное программное обеспечение для бизнеса, электронный документооборот и обмен EDI-сообщениями, все виды платежных терминалов).

Проведя анализ представленной партнерской экосистемы услуг и сервисов для бизнеса от ОАО «Белагропромбанк», можно выделить сильные и слабые стороны данных предложений. Рассмотрим данную характеристику в таблице 1.

Таблица – Преимущества и недостатки стороны партнерской экосистемы услуг и сервисов для бизнеса от ОАО «Белагропромбанк»

	Преимущества	Недостатки
Финансовые услуги	Помощь в управлении рисками, возможность инвестирования, улучшение финансового здоровья компании.	Могут быть дорогостоящими, требуются квалифицированные специалисты для эффективного использования.
Бизнес-услуги	Поддержка в развитии бизнеса, доступ к сети контактов, помощь в планировании.	Могут быть неэффективными, если не адаптированы под конкретный бизнес.
Маркетинг и SEO	Увеличение видимости бренда, привлечение новых клиентов, анализ данных для улучшения стратегии.	Может потребоваться значительное время и ресурсы для достижения результатов.
Технологические решения	Улучшение эффективности бизнес-процессов, автоматизация задач, улучшение безопасности данных.	Могут быть дорогостоящими, требуют обучения для эффективного использования.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Также можно выделить возможности и угрозы для данной партнерской экосистемы услуг и сервисов для бизнеса от ОАО «Белагропромбанк».

Возможности:

- Расширение спектра услуг: это может включать в себя разработку новых финансовых продуктов, предложение дополнительных бизнес-услуг, расширение маркетинговых и SEO-услуг или внедрение новых технологических решений.
- Партнерство: оно включает в себя стратегические партнерства, совместные предприятия или альянсы, которые могут помочь увеличить рыночную долю, расширить географию присутствия или улучшить качество услуг.
- Лидерство: ОАО «Белагропромбанк» является лидером на рынке Республики Беларусь в развитии партнерской экосистемы.
- Интегрирование: банк успешно интегрирует свою партнерскую экосистему с центрами притяжения, создавая сеть бизнес-инкубаторов по всей Беларуси.

Угрозы:

- Конкуренция: на рынке существуют другие компании, предлагающие аналогичные услуги. Они могут предложить более низкие цены, более высокое качество услуг или более инновационные решения. Необходимо постоянно мониторить рынок и адаптировать свои услуги, чтобы оставаться конкурентоспособными.
- Технологические изменения: включают в себя необходимость внедрения новых технологий, обновления существующего программного обеспечения или адаптации к новым стандартам безопасности, а также киберриски, которые могут быть направлены на «цифровой профиль клиента», что увеличивает риски кибермошенничества при использовании клиентами «цифровых помощников».

Изучив партнёрскую экосистему для бизнеса ОАО «Белагропромбанк» можно выделить приоритетное и развивающееся направление в бизнес-услугах – Центры притяжения, то есть коворкинг.

Так ОАО «Белагропромбанк» создал свои Центры притяжения (коворкинг) и предлагает офисные пространства, обучение, консультации по банковским и финансовым продуктам, а также помощь в продвижении проектов. Кроме того, предоставляет возможность участия в нетворкинге, семинарах, конференциях и мастер-классах, где дается шанс встретиться с представителями научного и бизнес-сообщества, а также посещение лекций специалистов.

Изучив структуру Центров притяжения ОАО «Белагропромбанк» автор предлагает внедрить в действующую систему коворкинга – геймификацию, с целью повышения активности существующих клиентов, а также с ними можно и привлекать новых клиентов, если сделать вирусную геймификацию, в которой клиенты будут звать знакомых и получать бонусы:

Лидерские доски: ведение рейтинговых таблиц для активных пользователей коворкинга с поощрением участников, которые проводят больше времени в пространстве, приглашают друзей или активно участвуют в мероприятиях.

Коворкинг-челленджи: интересные задания или вызовы для посетителей коворкинга. Например, «Сделайте 10 новых знакомств с коллегами», «Решите головоломку, чтобы получить скидку на кофе», также «Найдите скрытый код в зоне отдыха». Однако проведение данных челленджей преимущественно проводить не на постоянной основе для поддержания интереса клиентов.

За успешное выполнение задания можно начислять или копить бонусные баллы для получения скидки при бронировании рабочих зон, обучении или консультировании. Предоставлять другие преимущества такие как участие в особых конференциях и мастер-классах или бесплатные билеты на выступления ведущих представителей научного и бизнес-сообщества.

Также расширение до краудфандинговой платформы может помочь Центрам притяжения ОАО «Белагропромбанк» укрепить свой бренд и репутацию как инновационного и поддерживающего предпринимательство пространства, также может помочь коворкингу расширить свою сеть, привлекая новых пользователей, инвесторов и партнеров.

Для развития Центров притяжения до краудфандинговой платформы ОАО «Белагропромбанк» необходимо группировать свою целевую аудиторию, создать надежную и безопасную платформу для краудфандинга, группировать предложенные проекты и привлечь инвесторов, а также важно обеспечить прозрачность процесса и регулярно информировать участников о ходе реализации проектов.

Кроме того, важно выбрать вид краудфандинга. По мнению автора лучшим вариантом для коворкинга подойдет Equity краудфандинг.

ОАО «Белагропромбанк» создало мощную партнёрскую экосистему, которая способствует интеграции и инновациям в бизнесе. Эта экосистема не только укрепляет отношения с клиентами и партнёрами, но и открывает новые возможности для роста и развития через коворкинговые пространства. Внедрение геймификации и создание центров притяжения для предпринимателей и инноваторов увеличивает вовлеченность клиентов и способствует удержанию и привлечению новой аудитории. Расширение до краудфандинговой платформы открывает дополнительные пути для финансирования проектов, укрепляя связи между бизнесом и инвесторами, что важно для долгосрочной устойчивости и процветания экосистемы.

Список использованных источников

1. Экосистема бренда [Электронный ресурс] Unisender. Словарь маркетолога. Режим доступа - <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-ekosistema-brenda/#anchor-6>. Дата доступа – 21.02.2024.

2. Пять взглядов на стратегию достижения лидерства на рынке /Конец конкуренции: экосистема Джеймса Ф.Мура [Электронный ресурс] Management.com.ua. Режим доступа – <https://www.management.com.ua/strategy/str011.html>. Дата доступа – 21.02.2024.

3. Партнерская экосистема услуг и сервисов для бизнеса [Электронный ресурс] ОАО «Белагропромбанк». Режим доступа - <https://www.belapb.by/malomu-i-srednemu-biznesu/ekosistema-belagroprombanka/>. Дата доступа – 19.03.2024.

УДК 336.7

РАЗВИТИЕ РИСК-КУЛЬТУРЫ В БАНКЕ

А.С. Буряк, магистрант

Научный руководитель – **Н.Г. Петрукович**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Риск-культура в финансовой организации (банке) играет важную роль и является одной из главных составляющих прогрессивного развития банковских институтов. Слабую культуру риска многие исследователи считают, в числе прочих, одной из причин мирового финансового кризиса. Так, крах в марте 2008 г. пятого по величине в США инвестиционного банка Bear Stearns, пережившего в свое время Великую депрессию, упоминают приводя в пример негативную практику культуры риска в банках [1].

Риск-культуру в контексте банковской практики можно описать как поиск баланса в процессе принятия руководством и сотрудниками банка решения между принимаемым риском и потенциальным вознаграждением. Риск-культура неизмерима, ее нельзя контролировать напрямую. Она встроена в культуру организации, поэтому важно уметь понимать и описывать индивидуальные ее аспекты в конкретной финансовой (банковской) организации. В одной организации (банке) может существовать одновременно несколько риск-культур (субкультур) на уровне членов разных групп (отделов, управлений, подразделений и пр.). Они должны проникать во все структурные слои банка, вовлекая сотрудников всех должностных уровней.

Существуют разные интерпретации определения риск-культуры:

Базельский комитет по банковскому надзору – нормы, отношение и поведение в банке, связанные с осознанием риска, его принятием и управлением, с элементами управления, которые формируют решения о рисках [2].

Совет по финансовой стабильности – область, где растущее число надзорных органов играет более активную роль, а спектр надзорных подходов к оценке культуры риска различен [3].

Институт международных финансов – нормы и традиции поведения отдельных лиц и групп внутри организации, определяющие способ, которым они идентифицируют, понимают, обсуждают и реагируют на риски, с которыми сталкивается организация [4].

Институт управления рисками – термин, описывающий ценности, убеждения, знания, отношения и понимание риска, разделяемые группой людей с общей целью. Это относится ко всем орга-

низациям, включая частные компании, государственные органы, правительства и некоммерческие организации [5].

Дэвид Хилсон, международный консультант по управлению рисками – ценности, убеждения, знания и понимание, которые разделяет группа людей с общей целью, делая акцент на двух важных элементах культуры: культура существует внутри организации на разных уровнях и все аспекты культуры являются невидимыми. В результате трудно измерить культуру, следить за ее развитием, активно ее изменять и управлять ею [6].

Кудояров Л.В. – ценности, убеждения, понимание и знания в сфере управления рисками, разделяемые и применяемые сотрудниками организации на всех уровнях [7].

Развитая риск-культура означает, что сотрудники банка, непосредственно не связанные с функцией риск-менеджмента, могут говорить с риск-менеджерами на одном языке и понимают, что для банка в целом означает управление кредитным, рыночным или операционным риском и как конкретно оно касается этих сотрудников. На практике уровень риск-культуры меняется от банка к банку. Если в организации достаточно сильная риск-культура, риск-менеджмент пронизывает все: процессы, системы, управленческие решения, модели и т. д. В банках с менее развитой риск-культурой риск-менеджмент сводится к формальным заключениям и рекомендациям риск-менеджеров, зачастую не обладающих правом голоса при принятии бизнес-решений [8]. Так, по мнению исследователей, на систему управления рисками как процессом приходится всего 5 % работ, а на культуру управления рисками 95 %.

Институтом управления рисками предложена А-В-С модель формирования культуры. Она основана на трех компонентах. Во-первых, это принципы – позиция людей по отношению к риску, которая определяется осознанием риска. Во-вторых, это «риск-поведение» – открытые, «наблюдаемые» действия по отношению к риску: риск-процессы, риск-коммуникации, принятие решений. В-третьих, культура управления рисками. Формирование культуры управления рисками возможно двумя путями: по намеренному установлению руководства или ее развитие естественным путем [5].

Базель выделяет три ключевых элемента высокой Риск-культуры:

1. Система управления рисками: значимая роль наблюдательного совета в управлении рисками, унифицирована методология риск-менеджмента, внедрена и эффективно работает система «трех линий защиты», значительные ресурсы, независимость и вклад подразделений рисков и внутреннего аудита в управлении рисками.

2. Аппетит к риску: риск-культура рассматривается как стратегическое преимущество Банка, аппетит к риску эффективно переходит в операционные лимиты, стратегия развития Банка и бизнес-планы увязаны с аппетитом к риску.

3. Система компенсаций: риск-культура отражена в правилах и экономических стимулах, материальная мотивация учитывает уровень развития риск-культуры [3].

В результате внедрения рациональных подходов для достижения высокого уровня риск-культуры, происходит следующее:

1. Бизнес-подразделения не боятся идентифицировать реальные риски по сделкам и предлагают адекватные меры по их снижению. Взаимодействие между Бизнес-блоком и Риск-блоком происходит в атмосфере партнерства.

2. Бизнес-подразделения заинтересованы в реальной идентификации рисков и помогают Риск-подразделениям настраивать риск-модели.

В качестве примера эффективно выстроенной системы риск-культуры можно выделить банк ВТБ (Россия). Система управления рисками банка базируется на принципах «трех линий защиты»:

1 линия – руководители подразделений (выявляют и информируют об операционном риске (далее – ОР), оценивают ОР, разрабатывают и внедряют меры по минимизации ОР); риск-координаторы (в каждом самостоятельном структурном подразделении банка назначен свой риск-координатор, который координирует деятельность внутри подразделений в части управления ОР, способствуют развитию риск-культуры).

Риск-координаторы – это сотрудники банка, ответственные за координацию процедур управления ОР в пределах самостоятельного структурного подразделения банка;

2 линия – управление операционных рисков (отвечает за организацию управления ОР);

3 линия – внутренний аудит (независимая оценка системы управления ОР, рекомендации по улучшению. Осуществление контроля за выполнением принятых в кредитной организации процедур по управлению ОР и оценки их эффективности).

Так же в банке ВТБ (Россия) успешно работает «Институт риск-координаторов». Основными задачами института являются:

- Повышение риск-культуры в Банке;
- Снижение уровня потерь Банка, связанных с реализацией ОР, и размера требований к капиталу Банка под ОР;
- Выстраивание оперативного взаимодействия между управлением операционных рисков и структурными подразделениями банка;
- Повышение эффективности внутренних процессов.

Эффект в банке ВТБ (Россия) от внедрения «Института риск-координаторов»:

- Повышение вовлеченности работников Банка в управление ОР;
- Выявление всех рисков, присущих деятельности подразделения, эффективная проработка риск-событий/реализация мероприятий по минимизации рисков;
- Снижение количества риск-событий и потерь от ОР.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что надлежащая риск-культура является одним из факторов, обуславливающих выполнение финансовой (банковской) организацией выбранной стратегии с учетом ее склонности к риску, а, следовательно, влияющих на стабильное и эффективное функционирование банка. Поэтому внедрение надежной риск-культуры в банковских организациях Республики Беларусь будет способствовать поддержанию риск-осмотрительного поведения сотрудников бизнес-подразделений на высоком уровне, усилению методологической и экспертной функции риск-подразделений банка, обеспечению его финансовой устойчивости и безопасности функционирования, а также снижению уровня потерь банка, связанных с реализацией операционного риска.

Список использованных источников

1. Case study on Bear Stearns [Electronic resource] // Toronto Leadership Centre for Financial Sector Supervision. – Mode of access: <http://siteresources.worldbank.org/FINANCIALSECTOR/Resources/02BearStearnsCaseStudy.pdf>. – Date of access: 21.03.2024.

2. Guidance on Supervisory Interaction with Financial Institutions on Risk Culture [Electronic resource] // A Framework for Assessing Risk Culture, April 2014. – Mode of access: <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/140407.pdf>. – Date of access: 21.03.2024.

3. Corporate governance principles for banks [Electronic resource] // The Basel Committee on Banking Supervision, Guidelines, July 2015. – Mode of access: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d328.pdf>. – Date of access: 21.03.2024.

4. Reform in the financial services industry: strengthening practices for a more stable system [Electronic resource] // The Report of the IIF Steering Committee on Implementation (SCI), Institute of international finance, December 2009. – Mode of access: <http://www.grahambishop.com/DocumentStore/4edbc0fb-d8cc-4763-b306-f8106f63eae.pdf>. – Date of access: 21.03.2024.

5. Risk culture [Electronic resource] // Institute of Risk Management. – Mode of access: <https://www.theirm.org/knowledge-and-resources/thought-leadership/risk-culture.aspx>. – Date of access: 21.03.2024.

6. Hillson, D. The A-B-C of risk culture: how to be risk-mature [Electronic resource] / D. Hillson // Global Congress, Conference Paper Risk Management, October 2013. – Mode of access: <https://www.pmi.org/learning/library/understanding-risk-culture-management-5922>. – Date of access: 21.03.2024.

7. Кудояров, Л.В. Риск-культура как важная составляющая рационального функционирования банка [Электронный ресурс] / Л.В. Кудояров // Гуманитарные научные исследования. – 2016. – № 12. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2016/12/18109>. – Дата доступа: 21.03.2024.

8. Мамаева Л. Н. Управление рисками: Учебное пособие / Л. Н. Мамаева. – М.: Дашков и К, 2013. – 256 с.

С.А. Вергей, магистрант

Научный руководитель – Н.Г. Петрукович, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Исследование управления ресурсным потенциалом банка имеет стратегическое значение, так как оно позволяет оценить эффективность использования ресурсов, выявить проблемы в управлении ресурсами и разработать меры по оптимизации затрат и увеличению прибыльности. Кроме того, в условиях конкурентной среды банковского бизнеса, где конкуренция за клиентов постоянно растет, важным остается вопрос разработки новых продуктов, способных предоставить клиентам более привлекательные условия для размещения своих средств.

SWOT-анализ (сокращение от Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – это метод оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз банка, что позволяет оценить его ресурсный потенциал и конкурентное положение на рынке.

Таблица 1. – Результаты количественного SWOT-анализа ЗАО "МТБанк"

Фактор	г _i	C	W _i	A _i	P _i	Ps
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ						
высокий профессионализм сотрудников, возможность карьерного роста;	6	0,036	0,214	5	1,071	4,107
обширная клиентская база;	4		0,143	4	0,571	
известность и узнаваемость на рынке;	5		0,179	3	0,536	
стабильная прибыльность деятельности;	3		0,107	4	0,429	
широкий перечень услуг;	7		0,250	5	1,250	
технологическое обеспечение;	2		0,071	2	0,143	
финансовая устойчивость.	1		0,036	3	0,107	
сумма	28		1,000	-	-	
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ						
зависимость от экономической ситуации	1	0,083	0,083	4	0,333	1,833
низкая адаптивность	3		0,250	4	1,000	
высокая конкуренция	2		0,167	3	0,500	
сумма	12		0,500			
ВОЗМОЖНОСТИ						
расширение сотрудничества с партнерами;	1	0,0476	0,048	4	0,190	4,476
расширение количества банковских продуктов;	6		0,286	5	1,429	
повышение лояльности клиентов;	5		0,238	5	1,190	
распространение электронных услуг;	3		0,143	3	0,429	
развитие информационных технологий, внедрение инноваций, тенденции к развитию;	4		0,190	4	0,762	
увеличение ресурсной базы за счет привлечения новых клиентов.	2		0,095	5	0,476	
сумма	21		1,000			
УГРОЗЫ						
усиленная конкуренция;	3	0,100	0,300	5	1,500	1,500
социально-экономическая нестабильность;	4		0,400	4	1,600	
киберугрозы	1		0,100	3	0,300	
рост процентных ставок по привлеченным средствам клиентов (увеличение стоимости привлеченных средств).	2		0,200	4	0,800	
сумма	10		1,000			

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Проведение *SWOT*-анализа может помочь банку лучше понять свою текущую позицию, идентифицировать области, которые требуют улучшения, и определить возможности, которые он может использовать для увеличения своего ресурсного потенциала. Это может быть особенно полезно при планировании и внедрении стратегий и мероприятий для привлечения депозитов и других источников финансирования [1].

Количественный *SWOT*-анализ проведен с применением методики прямого ранжирования факторов. предварительно рассчитывалась цена ранга по формуле $C = 1 / \sum r_i$. Экспертным путем определим значимость ранга по формуле $W_i = C \cdot r_i$. Расчет сводного параметрического индекса (P_s) проводился по формуле $P_s = \sum P_i$.

В таблице 1 представлены результаты количественного *SWOT*-анализа ЗАО "МТБанк". В таблице используем следующие обозначения:

r_i – ранг;

C – цена ранга;

W_i – вес фактора;

A_i – оценка фактора;

P_i – параметрический индекс;

P_s – сводный параметрический индекс.

Ранги для факторов введены экспертным путем по убыванию важности, присваивая им числа от 1 до 5. [2, стр. 53].

ЗАО "МТБанк" – современный коммерческий банк, предоставляющий полный комплекс услуг корпоративным и частным клиентам. Проведём *SWOT*-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз) ресурсного потенциала данного банка.

Исходные количественного *SWOT*-анализа, представленные в таблице 1, позволили установить, что в деятельности ЗАО "МТБанк" преобладают сильные стороны. Представим в таблице 2 сводные итоги количественного *SWOT*-анализа.

Таблица 2. – Результаты количественного *SWOT*-анализа ЗАО "МТБанк"

Показатели	Сводный параметрический индекс	Ранг
Сильные стороны	4,107	2
Слабые стороны	1,833	3
Потенциал	4,476	1
Угрозы	1,500	4

Примечание – Источник: собственная разработка на основании таблицы 1

На основе предоставленных данных *SWOT*-анализа ресурсного потенциала ЗАО "МТБанк" можно сделать следующие выводы:

➤ **Сильные стороны:**

Банк обладает высокими сильными сторонами, хотя они занимают второе место по рангу. Важно продолжать укреплять и развивать эти сильные стороны, чтобы использовать их в свою пользу.

➤ **Слабые стороны:**

Несмотря на наличие слабых сторон, их значение оценивается как менее критическое. Однако, эти аспекты требуют внимания и дальнейшей работы для минимизации негативного влияния на ресурсный потенциал.

➤ **Потенциал:**

Банк обладает высоким потенциалом для развития, и этот аспект занимает первое место по рангу. Это позитивно свидетельствует о возможности эффективного использования возможностей рынка и улучшения общего ресурсного потенциала банка.

➤ **Угрозы:**

Угрозы оцениваются как менее значимые, что указывает на то, что банк относительно уверен в своей способности справляться с потенциальными угрозами. Однако необходимо оставаться бдительным и готовым к адаптации.

Таким образом, ЗАО "МТБанк" имеет хорошие предпосылки для успешного управления своим ресурсным потенциалом. Необходимо сосредотачиваться на дальнейшем развитии сильных сторон, минимизации слабых сторон и эффективном использовании возможностей для устойчивого и продуктивного функционирования в условиях рыночной конкуренции.

Список использованных источников

1. Жилкина, А. Н. Финансовый анализ : учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / А. Н. Жилкина. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 285 с.
2. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.

УДК 336.71

ВИДЫ БАНКОВСКИХ РИСКОВ. ВЛИЯНИЕ РИСКОВ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «ПАРИТЕТБАНК»

В.Г. Дейкун, магистрант

Научный руководитель – **Н.Г. Петрукович**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Риск является неотъемлемой характеристикой банковской деятельности. Он играет определяющую роль в формировании финансовых результатов деятельности банков, служит важной характеристикой качества активов и пассивов банков. Банковским риском называется вероятность возникновения потерь в виде утраты активов, недополучения запланированных доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления банком финансовых операций. Кредитный риск – вероятность убытков из-за неспособности должника произвести платежи по любому типу долга.

В теории существует большое число различных классификаций банковских рисков. Обычно банковские риски подразделяются на три категории: финансовые, функциональные и прочие (внешние по отношению к банку).

Таблица 1. – Виды банковских рисков

Банковский риск	Виды банковских рисков
Финансовые риски	Кредитный риск, риск ликвидности, депозитный риск, рыночный риск, процентный риск, валютный риск, риск инфляции, риск неплатёжеспособности.
Функциональные риски	Стратегический риск, технологический риск, Риск операционных или накладных расходов (риск неэффективности), Риск внедрения новых продуктов и технологий (внедренческий риск).
Прочие (внешние по отношению к банку) риски	Риск несоответствия условиям государственного управления, риск потери банком репутации.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3]

Будучи неотделимым от кредитной операции, кредитный риск остается наиболее значимым банковским риском.

Таблица 2. – Кредиты клиентам на 31 декабря 2020-2022гг.

	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Уд. вес 2021/2020	Уд. вес 2022/2021
Коммерческое кредитование	239 034	221 128	244 999	92,5	110,8
Потребительское кредитование	158 833	175 375	171 437	110,4	97,8
Итого кредиты клиентам	397 867	396 503	416 436	99,7	105,03

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

Вывод к таблице 1: Рассмотрев статистику выдачи кредитов клиентам банка ОАО «Паритетбанк» можно увидеть как изменилась выдача коммерческих кредитов, так и потребительских кредитов. Коммерческое кредитование по сравнению с 2021 – 2022 гг. увеличилось на 18,3%. Что касается потребительского кредитования, то здесь обратная сторона, по сравнению с 2021 – 2022 гг. спрос на кредиты снизился на 12,6%.

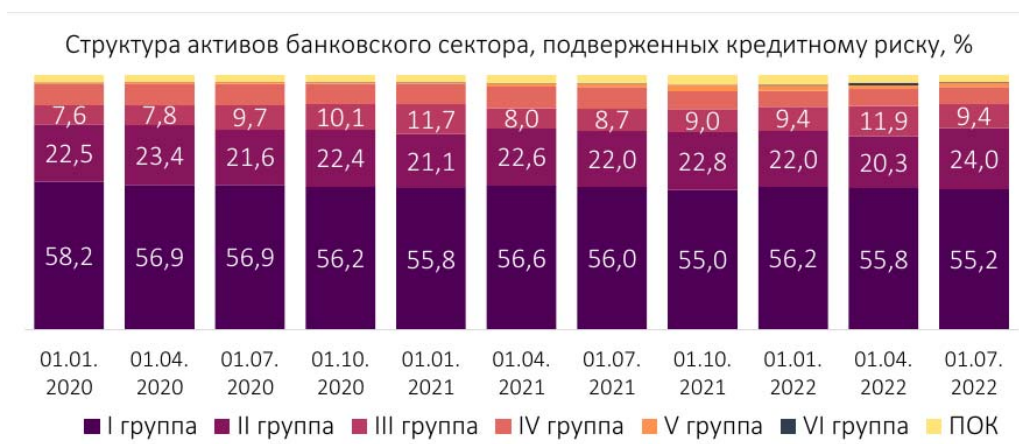


Рисунок – Структура активов банковского сектора, подверженных кредитному риску, % ОАО «Паритетбанк»

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

За 2 квартал в структуре активов, подверженных кредитному риску, произошли изменения: прирост доли активов 2 группы (на 3,7 п.п.) со снижением доли активов 3 группы (на 2,5 п.п.), активов 6 группы (на 0,6 п.п.), активов 1 группы (на 0,5 п.п.), ПОК (на 0,4 п.п.). Это может свидетельствовать об улучшении качества кредитного портфеля сектора.

Кредитный риск оказывает большое влияние на кредитный портфель банка и, главным образом, на его формирование и качество. Каналом потенциального ухудшения кредитного риска является ослабление обменного курса национальной валюты. Предприятия, у которых нет либо недостаточно валютной выручки могут столкнуться со сложностями, самостоятельно обслуживать кредитные обязательства в иностранной валюте.

Какими бы ни были риски, они способны нанести нежелательный урон банковской деятельности. Поэтому для исключения их возникновения и минимизации влияния кредитные организации разрабатывают внутренние правила и проводят мероприятия по снижению рисков, к которым относятся:

- Управление качеством активов и пассивов, целью которого является достижение приемлемого соотношения между риском и доходностью кредитной организации;
- Поддержание оптимальной (адекватной стратегии развития банка) структуры требований и обязательств, обеспечивающей максимальный уровень эффективности при приемлемом уровне рисков;
- Соблюдение нормативных требований, устанавливаемых Национальным банком Республики Беларусь;
- Создание внутренней банковской документации (политики, регламенты, правила и т.д.), регламентирующей деятельность персонала и регулирующей трудовой процесс;
- Использование плавающих процентных ставок;
- Разработка мер (комплекса мероприятий) на стадии возникновения негативных (кризисных) явлений (тенденций), направленных на недопущение (предотвращение или минимизацию) негативного влияния факторов риска на результаты деятельности банка, а также оценка эффективности применяемых мер по управлению рисками.

Список использованных источников

1. Официальный сайт ОАО «Паритетбанк» [Электронный ресурс] / ОАО «Паритетбанк». Консолидированная финансовая отчетность в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности за

2020-2021 год. – Режим доступа:
<https://www.paritetbank.by/upload/iblock/741/miebfqzzomxxxofo4mcxyo67ia8zmtfa/GFO-Paritetbank-2021.pdf> –
Дата доступа: 11.03.2024.

2. Официальный сайт ОАО "Паритетбанк" [Электронный ресурс] / ОАО "Паритетбанк". Консолидированная финансовая отчетность в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности за 2021-2022 год. – Режим доступа:
https://www.paritetbank.by/upload/iblock/ebb/dz72w34n90vy60ss01pkk7wqsyahcdpf/Paritetbank_IFRS_2022_Rus.pdf– Дата доступа: 11.03.2024.

3. Желиба, Б. Н. Деньги, кредит, банки : учеб.-метод. Комплекс / Б. Н. Желиба, С. И. Пупликов. – Минск : МИУ, 2012. – 540 с.

4. Официальный сайт ООО «БИК РЕЙТИНГС» [Электронный ресурс] / ООО "БИК РЕЙТИНГС". Аккредитация Национального банка. – Режим доступа: <https://bikratings.by/wp-content/uploads/2022/08/renking-bankov-po-itogam-i-polugodiya-2022-goda-1.pdf> – Дата доступа: 18.03.2024.

УДК 336

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ДЕНЕГ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

В.А. Зуй, Д.В. Костюкевич, 3 курс
Научный руководитель – **О.А. Кукса**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В настоящее время очень актуальной является тема цифровизации. Об электронных вариантах национальных валют все чаще говорят то в одной, то в другой стране мира как о полноценных платежных инструментах.

Б. Коэн, К. Фридмен (С. Freedman) отмечали, что, электронные деньги представляют собой эквивалент денежной стоимости, заранее оплаченной их эмитенту, хранится в цифровом виде на компьютере, USB накопителе, жестком диске компьютера или другого устройства, которыми распоряжается их владелец, что может быть использован как платежное средство без непосредственного участия или транзакции банках. [1]

Цифровая валюта центрального банка (далее ЦВЦБ) – это обязательство центрального банка, выраженное в национальной денежной единице, которое может служить в качестве меры стоимости, средства обращения, средства платежа и средства сбережения и существует в электронной форме. Розничная форма ЦВЦБ сочетает в себе свойства наличных и безналичных денег: позволяет осуществлять как дистанционные платежи и расчеты, так и платежи в офлайн-режиме – при отсутствии доступа к интернету. [8]

Сущность ЦВЦБ заключается в обеспечении преимуществ наличных денег: безопасность платежей, всеобщий доступ, устойчивость, конфиденциальность, но в электронной форме, которая может быть реализована с помощью мобильного телефона, специальной карты или устройства. Особенностью розничных ЦВЦБ является технологическая возможность предупреждения их потери или кражи, в отличие от наличных денег, физическую потерю которых не всегда возможно восполнить.

Цифровой юань – это цифровая версия фиатной валюты, выпущенная Национальным банком Китая (далее НБК) и управляемая авторизованными операторами. Представители НБК заявили, что основными целями выпуска e-CNY являются защита денежно-кредитного суверенитета, повышение эффективности платежной системы и расширение доступа населения к финансовым услугам. По их мнению, цифровой юань уникально подходит для дополнения существующей системы электронных платежей, обеспечения соблюдения денежно-кредитной политики, финансового и налогового контроля.[2]

В Народном банке Китая утверждают, что начали разработку национальной криптовалюты в 2015 году, о ее внедрении начали думать в середине 2019 года, а уже через несколько месяцев обсуждений и разработки китайская цифровая валюта была готова к тестированию. [2]

Цифровой юань используется в 17 из 22 провинций и в 26 городах, включая крупнейшие по численности населения Пекин, Шанхай и Тяньцзинь. В августе 2022 г. Общий объем платежей,

совершенных в цифровых юанях, перешагнул отметку в 100 млрд юаней (почти \$14 млрд), цифровой юань принимало 5,6 млн торговых точек в Китае. [3]

Народный банк Китая заключил партнёрские отношения с четырьмя государственными банками: Промышленный и коммерческий банк Китая (ICBC), Китайский строительный банк, Сельскохозяйственный банк Китая и Банк Китая. Были привлечены и телекоммуникационные компании — China Telecom, China Mobile, China Unicom, а также Huawei.

Целью же появления цифровой валюты в Японии станет укрепление экосистемы транзакций и дополнение наличных и безналичных платежей, а не их замена. [4]

В декабре 2020 года в Японии заявили, что внедряют цифровую иену, чтобы ускорить развитие экономики и обеспечить переход на безналичные платежи. В целях продвижения цифровизации при создании цифровой иены и проведении экспериментов с ней привлечено более 30 крупных банков, брокерских и телекоммуникационных компаний, коммунальных служб и розничных торговцев Японии.

В конце мая 2023 года Япония запустила свой проект цифровой иены после второго успешного испытания (Proof of Concept) технологий. Регулятор опубликовал результаты второго этапа эксперимента по проверке концепции цифровой валюты центрального банка (CBDC) и подтвердил, что пилотный проект был запущен в апреле 2023 года в соответствии с графиком. [4]

Однако, не все страны, хотят ввести фиатные цифровые деньги, некоторым странам это просто не выгодно, риски слишком велики, примером такой страны является США.

В середине 2022 году президент США Джо Байден поручил Министерству финансов изучить вопрос создания цифрового доллара. Американские штаты Луизиана, Алабама, Техас и Северная Дакота разработали законопроекты против цифрового доллара (CBDC). [5]

Законодатели Техаса представили законопроект, в котором утверждается, что цифровой доллар может привести к беспрецедентному уровню государственного надзора и контроля над частными денежными средствами и транзакциями.

А в законопроекте представителей Северной Дакоты говорится, что принятие CBDC федеральным правительством предоставит беспрецедентный контроль над жизнями, свободами, выбором и суверенитетом людей. В свою очередь представители Законодательного собрания штата Луизиана заявили, что эта технология вызывает серьезные опасения по поводу конфиденциальности для отдельных лиц и предприятий в Луизиане, и призвали Конгресс США не поддерживать законодательство о CBDC. [6]

Рассмотрим, стадии внедрения цифровой денежной единицы на мировом уровне за 2023 год, данные представлены на рисунке.

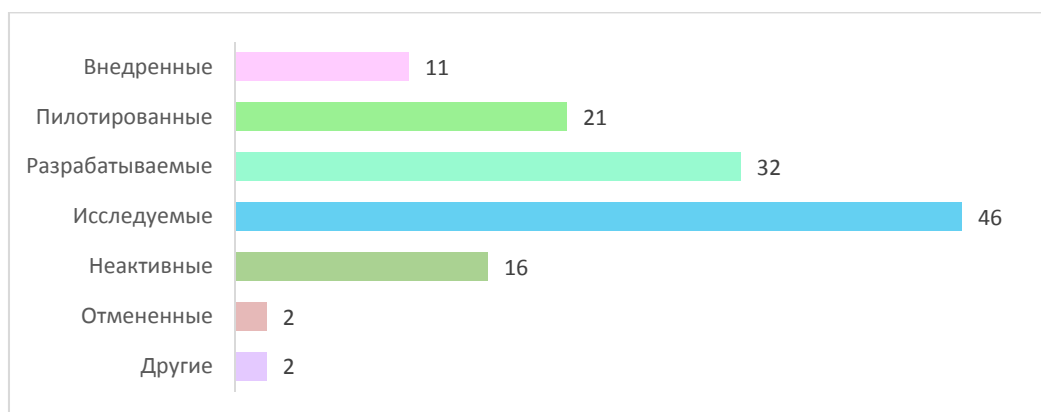


Рисунок – Стадии внедрения цифровой денежной единицы на мировом уровне за 01.06.2023 год
Примечание – Источник [7]

Исходя из данных рисунка можно увидеть, что только 11 стран мира полностью внедрили цифровую денежную единицу, в то время как 46 стран находятся на стадии исследования, 16 стран мира вообще не планируют внедрять цифровую денежную единицу, 2 страны уже отказались от ее внедрения.

Основные риски внедрения ЦВЦБ включают в себя:

1. Кибербезопасность (вероятность кибератак на системы и кражи цифровой валюты);
 2. Легальность (вопросы, связанные с легитимностью и признанием цифровой валюты в различных юрисдикциях, изменения в законодательстве и нормативной среде, которые могут повлиять на статус и использование цифровой валюты);
 3. Технологические проблемы: (возможные сбои в работе системы и программных решений, проблемы масштабируемости и управлением в сфере цифровых платежей);
 4. Отток средств депозитов юридических лиц со счетов банков (центральному банку необходимо разрабатывать новые правила оборота безналичных денег и цифровой валюты);
 5. Риски, связанные с реализацией офлайн-режима;
 6. Риски, связанные с возможностью подрыва криптографической защиты;
 7. Риск ОД/ФТ. Странам и финансовым учреждениям необходимо определять, оценивать и документировать риски, связанные с легализацией доходов, полученных преступным путем, финансированием террористической деятельности и финансированием распространения оружия массового поражения;
 8. Риск резкого оттока ликвидности;
 9. Риск недостаточной производительности блокчейн-платформы.[8]
- Эти риски требуют серьезного внимания и управления, чтобы обеспечить успешное внедрение цифровой денежной единицы.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что многие факторы нужно учесть при рассмотрении готовности страны для внедрения новой цифровой денежной единицы. Некоторые из этих факторов включают техническую инфраструктуру, уровень цифровой грамотности населения, меры безопасности, регулирование и политическую поддержку.

Однако видно, что цифровые валюты постепенно становятся все более распространенными в разных частях мира, и многие страны активно изучают возможности внедрения собственных цифровых денежных единиц. Изучая международный опыт и контролируя риски в Республике Беларусь планируется введение цифрового белорусского рубля, принята Концепция по его внедрению, полная реализация планируется в 2026 году.

Список использованных источников

1. Cohen B.J. Electronic Money: New Day or False Dawn? / B.J. Cohen // Review of International Political Economy. – 2001. – Vol. 8. – № 2. – P.24 – 29.
2. Кулаева Е.К., Туралева А.И., Калимонов И.К. Китайский опыт создания цифровой национальной валюты – Научная статья, 2022 – 3 с.
3. Банкаўскі веснік № 2-715 — Минск: Национальный банк Республики Беларусь, 2023. — 52-62 с.
4. “Эффект сома”: кто выиграет от запуска цифрового юаня [<https://econs.online/articles/techno/effekt-soma-kto-vyigraet-ot-zapuska-tsifrovogo-yuanyu/>]. Дата доступа: 27.03.2024.
5. Цифровая иена [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Цифровая_иена]. Дата доступа: 27.03.2024.
6. Вадим Груздев, аналитик Freedman Club Crypto News: [<https://freedmanclub.com/us-states-vs-digital-dollar-cbdc/>]. – Дата доступа: 27.03.2024.
7. Central Bank Digital Currency Tracker [Electronic resource] //Atlantic Council. – Mode of access: <https://www.atlanticcouncil.org/cbdctracker/>. – Date of access: 01.04.2024.
8. Банкаўскі веснік № 4 (693)— Минск: Национальный банк Республики Беларусь, 2021. — 76 с.

УДК 336

СОВРЕМЕННЫЕ КИБЕРРИСКИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

А.С. Карульская, Е.Д. Кучинская, 3 курс
 Научный консультант – **О.А. Кукса, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Финансовая система сталкивается с различными рисками, которые могут оказать существенное воздействие на финансовые институты, рынки и экономику в целом.

Сердюкова Д.Е. отмечала, что риск в финансовой сфере – это риск потери или получения доходов, обусловленные действием как макроэкономических (экзогенных), так и внутрифирменных (эндогенных) факторов и условий [1]. В свою очередь Балабанов И.Т., Лобанова Л.Н. подразуме-

вали под риском вероятность наступления ущерба в результате проведения операций в финансово-кредитной и биржевой сферах, т.е. риска, вытекающего из самой природы этих рисков [2].

Бурное развитие информационных и цифровых технологий отразилось на всех отраслях экономики, но особенно сильное влияние оно оказало на сектор кредитно-финансовых услуг. Инновационные финансовые технологии коренным образом меняют традиционные бизнес-модели, спектр финансовых услуг и продуктов, способ взаимодействия финансовых посредников с клиентами, механизмы осуществления платёжных и других операций и т.д.

Риски подразделяются на классические и альтернативные. Классические риски в финансовой системе включают такие аспекты как:

- кредитный риск;
- рыночный риск;
- операционный риск;
- риск ликвидности;
- фондовый риск;
- валютный риск и др.

Альтернативные риски могут включать в себя: управленческий риск; транспортный риск; имущественный риск; экологический риск; ряд других нестандартных рисков, которые могут оказать влияние на финансовую систему.

Оба вида рисков играют важную роль в финансовой системе и требуют внимательного управления со стороны финансовых институтов и регуляторов.

Однако в настоящее время на первый план выходят киберриски. В рейтинге глобальных рисков Всемирного экономического форума проблема киберпреступности входит в первую пятёрку. Киберугрозы постоянно развиваются, по мере того как киберпреступность приобретает всё более сложный и транснациональный характер.

Количество успешных кибератак в финансовом секторе год от года растёт. Среди киберугроз, которым подвергается финансовый сектор, основными являются кража учётных данных и личных данных учреждений и их клиентов; манипулирование похищенными из финансовых учреждений данными для получения финансовой или политической выгоды, что дестабилизирует финансовые системы и рынки; деструктивные вредоносные программы, то есть программное обеспечение, разработанное с целью нанесения урона отдельному компьютеру или целой сети, серверу; совершенствование методов кибертерроризма по мере развития новых технологий; дезинформация, которая широко применяется в ходе целевых многоэтапных атак на финансовые учреждения и рынки.

Подавляющее большинство утечек содержат персональные данные клиентов и коммерческую информацию организаций. Кроме того, среди утечек нередко можно обнаружить номера платёжных карт и учётные данные, в утечках страховых компаний присутствует медицинская информация (Рисунок).

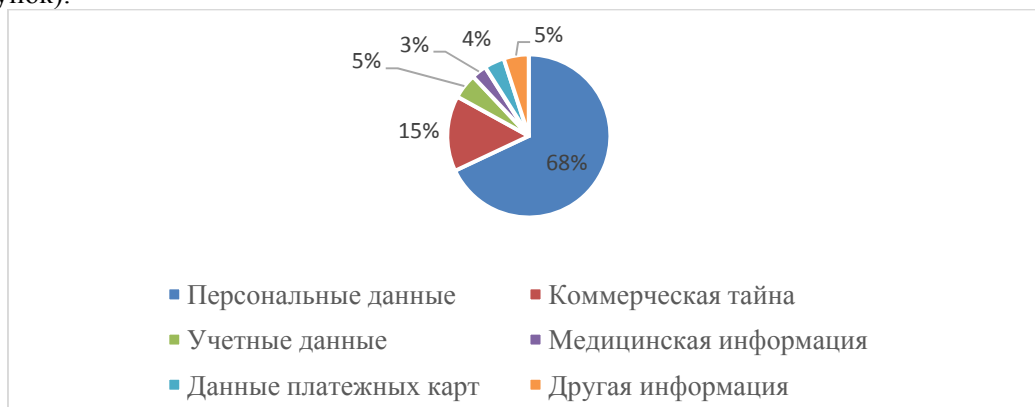


Рисунок – Типы украденных данных в успешных атаках на финансовые организации за 2023 год
Примечание –Источник [3]

Согласно глобальному индексу кибербезопасности (Global Cybersecurity Index, далее – GCI), отражающему степень готовности стран к кибератакам, среди рассматриваемых 184 стран мира по

итогах 2020 года Беларусь заняла 89 место – первая половина рейтинга, при этом возглавили данный рейтинг США. Последнее место в рейтинге занимает Йемен [4].

Республика Беларусь уделяет большое внимание вопросам безопасности в киберпространстве, в том числе в контексте противодействия террористическим угрозам. В рамках реализации мер по защите информации и кибербезопасности в Республике Беларусь в августе 2018 г. в структуре Национального банка Республики Беларусь был создан Центр мониторинга и реагирования на компьютерные атаки в кредитно-финансовой сфере (FinCERTby) [5]. В свою очередь, представители банковских учреждений выразили готовность сотрудничать и поддерживать функционирование FinCERT в нашей стране, пожелав автоматизировать процесс обмена данными об угрозах, что позволит скоординировать обмен информацией Центра, правоохранительных органов и банков, осуществлять в реальном времени анализ данных о фактах компьютерных атак в финансовых организациях и подготовку аналитических материалов, устанавливать рекомендации (стандарты) в области обеспечения защиты информации при осуществлении банковской деятельности. От информационной безопасности банка зависят его репутация и конкурентоспособность. Высокий уровень обеспечения информационной безопасности кредитной организации позволяет минимизировать риски [6].

Беларусь поддержала инициативу Российской Федерации о создании новой Рабочей группы открытого состава по вопросам безопасности в сфере использования информационно-коммуникационных технологий и самих ИКТ на 2021-2025 годы в соответствии с резолюцией ГА ООН 75/240 и принимает активное участие в ее работе. Беларусь стала соавтором принятой в мае 2021 г. по инициативе России резолюции ГА ООН 75/282 «О противодействии использованию информационных и коммуникационных технологий в преступных целях», которая определила модальности работы специального комитета для разработки под эгидой ООН универсальной международной конвенции по борьбе с использованием ИКТ в преступных целях. Белорусская сторона принимает активное участие в сессиях данного переговорного органа [8].

Таким образом, с развитием информационных технологий в мире наблюдается рост рисков, связанных с информационной безопасностью, и киберрисков. Существенные риски современных организаций возникают в киберпространстве, а их последствия могут оказывать прямое влияние на финансовую и хозяйственную деятельность. При этом наблюдается значительный рост сумм ущерба от киберинцидентов, в глобальном масштабе исчисляемых миллионами долларов. Это потребовало интеграции международного законодательства с законодательством разных стран с целью выработки единых мер по противодействию киберрискам. Требуется комплексный подход к оценке рисков, который позволяет точно и осознанно подходить к инвестициям, связанным с вложениями в информационную безопасность, как в Республике Беларусь, так и в финансово-банковской сфере. Особое внимание следует уделять критически важным сегментам. Интеграция киберриска в систему оценки банками всех рисков, авторский подход к методологии оценки банковских рисков углубят банковскую методологию оценки рисков и позволят банкам более осознанно подходить к возникающим угрозам и оценивать киберриски не только на стадии инцидентов, но и осуществлять прогнозную оценку кибератак и управлять предстоящими финансовыми вложениями в информационную защищенность банков.

Список использованных источников

1. Ильин, В. В. Системный подход к оценке финансовых рисков / В. В. Ильин, Н. А. Сердюкова // Финансы. – 2014. – № 1. – С. 68-72.
2. Балабанов, И. Т. Риск-менеджмент. /И.Т.Балабанов - М.: Финансы и статистика, 2010. – 312с.
3. Киберугрозы финансовой отрасли: промежуточные итоги 2023 года: [https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/financial-industry-security-interim-2023].
4. Global Cybersecurity Index 2020: [https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2021-PDF-E.pdf].
5. О ходе реализации стратегического проекта Национального банка «Создание системы мониторинга и противодействия компьютерным атакам в кредитно-финансовой сфере (FinCERT)» : [http://www.nbrb.by/bv/articles/10561.pdf].
6. Итоговый документ XV Международного форума по банковским информационным технологиям «БанкИТ'2018» : [http://www.nbrb.by/bv/articles/10585.pdf].

УДК 336

ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ ЦИФРОВОГО БАНКИНГА

В.А. Липская, И.А. Дорожкина, 3 курс
Научный руководитель – **О.А. Кукса**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Цифровой банкинг стал неотъемлемой частью современной финансовой индустрии, предлагая удобство и доступность клиентам. Изучив точки зрения различных авторов, можно дать понятие «цифрового банкинга». Цифровой банкинг – реализация финансовых услуг с помощью мобильных и онлайн-платформ, что совершенствует качество работы банка с клиентом, экономит время и издержки, повышает безопасность личных данных, увеличивает скорость и качество работы сервисов [1].

Ключевыми компонентами, входящими в цифровой банкинг, являются мобильное приложение банка, Интернет-банкинг, обслуживание и использованием банкоматов и терминалов, онлайн-консультация и поддержка, электронные кошельки, электронные платежные системы.

Среди преимуществ цифрового банкинга выделяют:

- Удобство и доступность: интеграция в социальные сети и мессенджеры, возможность управлять своими финансами в любое время и в любом месте через мобильные устройства, обеспечивая моментальный доступ к банковским услугам.
- Экономия времени: цифровой банкинг позволяет проводить операции быстро и эффективно, без необходимости посещения физического отделения банка.
- Улучшенная безопасность: современные технологии шифрования и двухфакторной аутентификации обеспечивают высокий уровень безопасности в цифровом банкинге.
- Инвестиционные услуги: цифровой банкинг способствует развитию инновационных банковских услуг, таких как автоматизированное планирование бюджета и инвестиционные возможности.
- Рост конкурентоспособности за счет повышения привлекательности банка в первую очередь для клиентов.
- Улучшение качества товаров и услуг, рост качества обслуживания клиентов.
- Ликвидация отделений снижает затраты, а сокращение операционных издержек снижает стоимость банковских услуг. [1]
- Прозрачность и контроль: возможность отслеживать свои финансовые операции в реальном времени, управлять бюджетом, получать уведомления о транзакциях.

Все перечисленные преимущества помогают банкам усилить бренд, позиционировать себя с точки зрения прогрессивного участника финансового рынка, быть максимально доступным для клиентов, увеличить свою прибыль, что является его первостепенной целью деятельности.

Цифровой банкинг, будучи важным элементом современной финансовой системы, несет в себе ряд существенных рисков, которые стоит учитывать для обеспечения безопасности и надежности финансовых операций клиентов. Рассмотрим основные риски и способы их преодоления.

Киберриск - риск возникновения у банка потерь и дополнительных затрат, неполучения запланированных доходов вследствие противоправных действий лица либо группы лиц, совершаемых посредством использования информационных технологий в целях несанкционированного доступа к объектам информационной инфраструктуры банка и направленных на нарушение конфиденциальности, целостности, доступности, подлинности и сохранности защищаемой информации [2].

Кибербезопасность – возможность противостояния кибератакам и хищению личной информации клиентов. Для снижения этого риска банки должны инвестировать в современные системы шифрования данных, двухфакторную аутентификацию и мониторинг подозрительной активности. Сбои в технических системах могут привести к задержкам в проведении операций, недоступности сервисов онлайн-банкинга или даже потере данных. Банки должны иметь регулярные проверки и

обновления своих систем, чтобы минимизировать возможность технических сбоев и восстановить работоспособность систем быстро в случае чрезвычайной ситуации.

Финансовые риски, связанные с использованием искусственного интеллекта и нейросетей. Использование нейросетей может создать уязвимости в безопасности и конфиденциальности данных, что влечет за собой хищение средств, утечку персональных данных. А также использование искусственного интеллекта и нейросетей может столкнуться с угрозой подделки входными данными.

Искусственный интеллект и нейросети требуют большого объема данных для обучения, и недостаточное количество или некачественные данные могут привести к ошибкам в принятии решений. Это может повлечь за собой финансовые потери для банка.

Отсутствие персонифицированного обслуживания. Важно отметить, что VIP-клиенты предпочитают индивидуальное обслуживание. Некоторые клиенты, особенно пожилые люди, могут испытывать трудности с доступом к интернету, что делает цифровое обслуживание для них менее удобным.

Мошенничество и Фишинг. Мошеннические атаки через фишинговые письма, вредоносные веб-сайты также представляют серьезный риск для клиентов цифрового банкинга. Обучение клиентов узнавать подобные угрозы, регулярные предупреждения и внедрение механизмов защиты от фишинга являются важными шагами для снижения этого риска.

Переход на полностью цифровое обслуживание может потребовать значительных инвестиций в обновление информационных технологий, обучение персонала и адаптацию банковских процессов. Не все банки готовы к таким серьезным изменениям. Многие стремятся создать баланс между традиционным физическим обслуживанием и цифровыми технологиями, чтобы удовлетворить разнообразные потребности клиентов.

Хотя цифровизация банковского сектора продолжает развиваться, банки учитывают различные факторы и потребности клиентов при определении стратегии обслуживания, чтобы обеспечить удобство, надежность и безопасность финансовых услуг, контролируют киберриски.

Списки использованных источников

1. Ковалев М.М., Головенчик Г.Г. Цифровая трансформация банков [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10575.pdf> - Дата доступа: 24.02.2024.

2. Лопух Ю.И., Сергеюк В.С. Риски цифрового банкинга [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://rep.polesu.by/bitstream/123456789/27988/1/Riski.pdf> – Дата доступа: 27.03.2024.

УДК 336

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ

П.А. Новогран, магистрант

Научный руководитель – **А.С. Голикова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В условиях ограниченности ресурсов для удовлетворения различного рода личных и хозяйственных нужд организации прибегают к привлечению заемных средств. Этим самым запускается механизм кредитования, у которого две стороны. С одной стороны, предоставление ресурсов, а с другой – их возврат. В связи с этим возникает несколько проблем для кредитора:

- 1) оценка надежности заемщика;
- 2) оценка кредитного риска, который несет кредитор в случае недобросовестного или неполного исполнения своих обязательств должником.

Следовательно, особую роль приобретает анализ кредитоспособности заемщика как инструмент количественного определения кредитного риска и его прогнозирования.

В настоящее время существует большое количество определений понятий кредитоспособности заемщика и кредитного риска. Под кредитным риском в данной работе следует понимать вероятность возникновения у кредитора убытков, связанных с тем, что заемщик не сможет погасить задолженность по основному долгу и начисленным процентам.

Выделим основные подходы к определению сущности понятия ”кредитоспособность заемщика“.

Первая группа ученых-экономистов рассматривает "кредитоспособность" как понятие, синонимичное понятию "платежеспособность" [1, с.8-9].

Следующая распространенная точка зрения учитывает условия функционирования хозяйствующего субъекта, необходимые для возврата кредита, такие как определенный уровень рентабельности, деловой активности, инвестиционной привлекательности, окупаемости вложений, положительная кредитная история, качественный менеджмент и т.д. [1, с.10; 2, с.89].

Третий подход к определению кредитоспособности содержит обязательные требования к условиям обеспечения выплат по кредитным обязательствам, т.е. определенного рода гарантии погашения.

Четвертый подход рассматривает кредитоспособность с позиции вероятностной оценки получения и возврата кредита [1, с.11].

Пятый подход наиболее полно раскрывает понятие кредитоспособности как с позиции правовой и финансовой характеристики заемщика, так и с позиции оценки степени риска банка, возникающего в процессе кредитования конкретного заемщика [1, с.12].

В таблице сгруппированы подходы и определения, используемые экономистами для раскрытия сущности исследуемого понятия.

Таблица – Подходы различных экономистов к определению понятия "кредитоспособность"

	Автор	Понятие "кредитоспособность"
1 группа	А.Д. Шерemet [3]	Некая способность организации своевременно и полностью рассчитываться по всем обязательствам, принятым на себя
	О.И. Лаврушин [4]	Способность заемщика полностью и в срок рассчитываться по взятым на себя долговым обязательствам
	А.П. Градов, Б.И. Кузин [5]	Способность хозяйствующего субъекта в необходимом объеме и в установленный срок возвращать заемные средства
2 группа	В.И. Сахаров [6]	Такое финансово-хозяйственное положение организации, дающее уверенность в эффективном использовании заемных средств и способности вернуть кредит в соответствии с установленными условиями договора
	О.И. Козлова [7]	Возможность кредитования конкретного хозяйства при достижении им высшей устойчивости и доходности
	Г.М. Кирисюк [8]	Реально сложившееся правовое и финансово-хозяйственное положение заемщика, на основании которого кредитная организация принимает решение о начале или прекращении кредитных отношений с ссудозаемщиком
	Л.П. Кроливецкая [9]	Система условий функционирования организации, определяющих его способность привлекать заемный капитал и возвращать его в полном объеме в предусмотренный срок
3 группа	Т.В. Севрук [10]	Способность своевременного полного удовлетворения кредитных обязательств за счет наличия достаточной суммы денежных средств и ликвидных активов
	Ю.А. Бабичева [11]	Реальная возможность получить кредит заемщиком, которая обеспечивается наличием ликвидных активов и возможностью мобилизации денежных ресурсов, чтобы возратить его в срок
4 группа	Л.Т. Гиляровская [12]	Возможность различных экономических субъектов в полном объеме и своевременно рассчитываться по принятым обязательствам в связи с неизбежной необходимостью погашения кредита
	В.А. Москвин [13]	Возможность погашения заемщиком ссудной задолженности
	И.Т. Балабанов [14]	Наличие предпосылок для получения кредита и возврата его в срок
5 группа	Д.А. Ендовицкий, И.В. Бочарова [15]	Комплексная характеристика, которая основана на оценке финансовых и нефинансовых показателей и позволяет не только оценить степень риска кредитной организации в процессе кредитования конкретного заемщика, но и возможность в будущем полностью и в срок, указанный в кредитном договоре, рассчитаться по своим долговым обязательствам

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3-15]

На наш взгляд, определение кредитоспособности, которое было дано Д.А. Ендовицким и И.В. Бочаровым, наиболее полно раскрывает банковский подход, поскольку оно предполагает анализ не только платежеспособности организации, но и определение степени кредитного риска непосредственно кредитора.

Таким образом, в результате проведенного критического обзора литературы автором были сгруппированы подходы экономистов к определению понятия кредитоспособности.

Список использованных источников

1. Ендовицкий, Д.А. Пререйтинговый анализ кредитоспособности заемщика: организация и методика обеспечения: монография / Д.А. Ендовицкий, И.В. Фролов, В.Г. Ширококов [и др.]; науч. ред. Д.А. Ендовицкий. – Москва: Проспект, 2020. – 192с.
2. Васильева, А. Г. Сравнительный анализ методических подходов к оценке кредитоспособности потенциального заемщика-юридического лица в банковской практике / А. Г. Васильева, М. И. Попов // Современная модель управления: проблемы и перспективы: материалы III Всероссийской научно-практической конференции, Магнитогорск, 30–31 октября 2019 года. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2019. – С. 88-93.
3. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: учеб. пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: Инфра-М, 2019. – 208 с.
4. Лаврушин, О.И. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: КНОРУС, 2021. – 358 с. – (Бакалавриат и магистратура).
5. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / Богданова Т.А. [и др.]; под ред. А.П. Градова и Б.И. Кузина - СПб.: Спец. лит., 2006. – 511 с.
6. Маркова, О.М. Коммерческие банки и их операции / О.М. Маркова, В.И. Сахарова, В.Н. Сидоров. – М.: Банки и биржи – ЮНИТИ, 2015. – 288 с.
7. Козлова, О.И. Оценка кредитоспособности предприятий: пособие для банковских работников / О.И. Козлова, М.С. Сморгачева, А.Д. Голубович. – М.: АРГО, 1999. – 28 с.
8. Кирисюк, Г.М. Оценка банком кредитоспособности заемщика / Г.М. Кирисюк, В.С. Ляховский // Деньги и кредит. – 2010. - №4. – С.32.
9. Кроливецкая, Л.П. Банковское дело: кредитная деятельность коммерческих банков: учеб. пособие / Л.П. Кроливецкая, Е.В. Тихомирова. – М.: КНОРУС, 2009. – 280 с.
10. Севрук, В.Т. Анализ кредитоспособности СП / В.Т. Севрук // Деньги и кредит. – 2012. - №3. – С.24-27.
11. Бабичева, Ю.А. Банковское дело: учеб. пособие / Ю.А. Бабичева. – М: ”Экономика“ – 2017 г. – 398 с.
12. Экономический анализ: Учебник для вузов / Под ред. Л.Т. Гиляровой. – 2-е изд., доп. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 615 с.
13. Москвин, В.А. Кредитование инвестиционных проектов: рекомендации для предприятий и коммерческих банков: практическое пособие / В.А. Москвин. – эл. Изд. – Москва: Финансы и статистика, 2021. – 241 с.
14. Банки и банковская деятельность / И. Т. Балабанов [и др.]; под ред. И. Т. Балабанова. – Санкт-Петербург: Питер, 2020. – 256 с.
15. Ендовицкий Д.А. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика: учебн.-практ. пособие / Д.А. Ендовицкий, И.В. Бочарова. – М.: КНОРУС, 2020. – 274 с.

УДК 336

ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ: ЧАТ-БОТ С ФУНКЦИЕЙ ИНТЕРАКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ

И.А. Рай, Ю.С. Радкевич, 3 курс
Научный консультант – **О.А. Кукса**, к. э. н., доцент
Полесский государственный университет

В современном мире под влиянием цифровой эволюции банки и их продукты видоизменяются, что заставляет рынок банковских услуг динамично развиваться, создавая необходимость в постоянном мониторинге и следовании тенденциям. Инновации играют ключевую роль в привлечении клиентов, и в этом контексте чат-боты становятся одной из наиболее актуальных технологий для банков, позволяя автоматизировать и улучшить обслуживание, обеспечивая клиентам более удобное и быстрое взаимодействие с учреждением.

Чат-боты – это компьютерные программы, которые имитируют человеческий разговор с помощью текстовых или голосовых сообщений [0]. Они используются для автоматизации взаимодействия с клиентами, предоставления информации и выполнения задач в различных отраслях, включая обслуживание клиентов, электронную коммерцию и развлечения.

Чат-боты могут быть основаны на правилах, которые определяют их ответы на основе заранее определенных условий. Другие используют машинное обучение или обработку естественного языка (NLP), позволяя им учиться и адаптироваться к пользовательским запросам со временем. Чат-боты часто используются на веб-сайтах, в приложениях для обмена сообщениями и социальных сетях.

Чат-боты можно классифицировать по различным критериям, включая их функциональность, назначение и технологию, используемую для их создания. Вот некоторые из наиболее распространенных типов чат-ботов:

1) По функциональности:

- Информационные чат-боты. Предоставляют пользователям информацию по запросу, например, о погоде, новостях или расписанию работы;
- Чат-боты для обслуживания клиентов. Оказывают поддержку клиентам, отвечая на вопросы, решая проблемы и обрабатывая заказы;
- Чат-боты для маркетинга. Помогают компаниям привлекать потенциальных клиентов, продвигать продукты и собирать данные;
- Чат-боты для развлечений. Развлекают пользователей, играя в игры, рассказывая шутки или предоставляя интерактивный контент.

2) По назначению:

- Чат-боты для социальных сетей. Интегрируются с платформами социальных сетей, такими как Facebook или Instagram, для взаимодействия с пользователями;
- Чат-боты для мобильных приложений. Встраиваются в мобильные приложения для удобного доступа к информации и услугам;
- Чат-боты для мессенджеров. Работают в популярных мессенджерах, таких как WhatsApp или WeChat, для подключения к пользователям на их предпочтительных платформах.

3) По технологии:

- Чат-боты на основе правил. Следуют заранее определенным набором правил, чтобы отвечать на запросы пользователей.
- Чат-боты на основе ключевых слов. Распознают ключевые слова в запросах пользователей и предоставляют соответствующие ответы.
- Чат-боты на основе ИИ. Используют искусственный интеллект (ИИ) для обработки естественного языка и предоставления динамичных ответов, адаптированных к конкретным потребностям пользователей [0].

Благодаря своей многофункциональности чат-боты нашли широкое применение в различных сферах жизнедеятельности. Их внедрение позволяет автоматизировать процессы, улучшать качество обслуживания клиентов и оптимизировать рабочие процессы (таблица 1).

Таким образом, область применения чат-ботов чрезвычайно широка. Это обусловлено широкими возможностями, предоставляемыми искусственным интеллектом. Чат-боты могут автоматизировать различные задачи, предоставлять информацию и поддержку в режиме 24/7, улучшать взаимодействие с клиентами и повышать эффективность бизнеса.

В стремительно развивающейся финансовой индустрии банки Республики Беларусь уделяют большое внимание внедрению инновационных технологий, чтобы соответствовать современным тенденциям. Одним из последних достижений стало использование платежных чат-ботов в банковских услугах. Чат-боты, основанные на искусственном интеллекте, позволяют клиентам взаимодействовать с банком в удобном и круглосуточном режиме, выполняя различные банковские операции и получая необходимую информацию.

Таблица 1. – Сферы применения чат-ботов

Сфера	Характеристика
Здравоохранение	Чат-боты могут предоставлять медицинскую информацию, отвечать на вопросы о симптомах и лекарствах, а также направлять пациентов к соответствующим специалистам.
Образование	Чат-боты используются в образовательных учреждениях для предоставления помощи студентам. Они могут отвечать на вопросы, предоставлять учебные материалы и даже проводить викторины и тесты.
Финансы	В финансовом секторе чат-боты могут помочь клиентам управлять своими финансами. Они могут проверять баланс, совершать переводы и даже подавать заявки на кредиты.
Обслуживание клиентов	Предоставление круглосуточной поддержки клиентам. Чат-боты могут отвечать на часто задаваемые вопросы, направлять запросы в соответствующие отделы и даже решать простые проблемы, такие как сброс пароля.
Торговля и электронная коммерция	Чат-боты могут помочь клиентам найти продукты, сравнить цены и совершать покупки, предоставляя персонализированные рекомендации и помогая в процессе оформления заказа.
Маркетинг	Чат-боты могут помочь предприятиям привлекать потенциальных клиентов и повышать продажи. Они могут квалифицировать потенциальных клиентов, предлагать персонализированные рекомендации и даже совершать транзакции.
Социальные сети	Автоматизация взаимодействия с клиентами. Чат-боты могут отвечать на сообщения, продвигать продукты и услуги.
Путешествия	Чат-боты могут помочь клиентам бронировать билеты, находить жилье, предоставлять информацию о направлениях и планировать поездки.
Развлечения	Чат-боты могут предоставлять рекомендации по фильмам, музыке и телешоу, а также играть в игры и вести непринужденные беседы.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [0]

Для оценки уровня развития чат-ботов в банковском секторе Республики Беларусь был проведен анализ существующих решений. В таблице ниже представлены основные характеристики чат-ботов шести ведущих банков страны: Беларусбанк, Белагропромбанк, Приорбанк, МТБанк, Альфа-банк и Сбер Банк. Сравнение включает такие параметры, как название чат-бота, поддерживаемые платформы, функциональные возможности и уровень автоматизации (таблица 2).

Таблица 2. – Характеристика чат-ботов банков Республики Беларусь

Банк	Название чат-бота	Платформы	Функциональность
Беларусбанк	Злата	Сайт банка, Viber, Telegram	Проверка баланса, перевод средств, оплата счетов, получение выписки по счету, получение информации о продуктах и услугах банка.
Белагропромбанк	Агропромбанк-бот	Сайт банка, Viber, Telegram	Переводы, оплата счетов, получение выписок, информация о банкоматах и отделениях.
Приорбанк	@Priorbank_official_bot	Сайт банка, Viber, Telegram	Переводы, оплата счетов, получение выписок, информация о продуктах и услугах.
Альфа-банк	Альфа-бот	Сайт банка, VK, Telegram	Проверка баланса, переводы, оплата счетов, заявки на карты, получение информации о курсах валют, получение справок и выписок.
МТБанк	MTBank bot	Сайт банка, Viber, Telegram, Skype	Оплата счетов, переводы средств, просмотр остатков на счетах, получение информации о бонусах.
Сбер Банк	СберБизнесБот	Сайт банка, Viber, Telegram, VK, ОК, WhatsApp	Оплата счетов, переводы средств, просмотр остатков на счетах, получение информации о курсах валют и биржевых котировках.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе изучения сайтов банков

В результате анализа представленной таблицы очевидно, что чат-боты в банковской сфере Беларуси достигли значительного развития. Большинство банковских учреждений внедрили чат-ботов, предлагающих широкий спектр услуг, включая проверку баланса, совершение переводов, оплату счетов и получение справочной информации. Эта тенденция свидетельствует о растущем понимании банками важности внедрения цифровых технологий и предоставления клиентам удобного и эффективного обслуживания.

Как следствие, проведенный анализ использования чат-ботов в банковской сфере выявил ряд преимуществ и недостатков. Эти преимущества и недостатки следует учитывать при принятии решения о внедрении чат-ботов в конкретный банк.

К основным преимуществам использования чат-ботов относятся:

- Удобство: Чат-боты доступны круглосуточно и без выходных, что обеспечивает клиентам удобство и оперативный доступ к банковским услугам;
- Эффективность: Чат-боты могут обрабатывать множество запросов одновременно, повышая эффективность и сокращая время ожидания;
- Персонализация: Предоставление персонализированных рекомендаций и помощи, основываясь на истории взаимодействия клиента с банком;
- Снижение затрат: Чат-боты могут заменить человеческих операторов, тем самым снижая операционные расходы для банка.

Недостатки использования чат-ботов в банковской сфере:

- Ограничения: Чат-боты могут не всегда иметь возможность обрабатывать сложные запросы, которые требуют вмешательства человека;
- Безопасность: Необходимо обеспечить надежную защиту данных клиентов, хранящихся в чат-ботах;
- Отсутствие эмоциональной связи: Чат-боты не могут заменить человеческое общение, которое может быть важным для решения определенных проблем клиентов;
- Ограничения в обслуживании: Чат-боты могут не иметь возможности оказывать помощь клиентам с ограниченными возможностями или тем, у кого возникают языковые барьеры. И другие.

Итак, чат-боты, виртуальные помощники, основанные на искусственном интеллекте, произвели революцию в сфере общения с клиентами, автоматизации процессов и улучшения пользовательского опыта. Они стали неотъемлемой частью современного цифрового ландшафта, предлагая ряд преимуществ для предприятий и потребителей.

В настоящее время чат-боты находятся в стадии активного развития, и их возможности постоянно расширяются. Они становятся более интеллектуальными, способными понимать сложные запросы и предоставлять персонализированные ответы. Кроме того, они интегрируются с различными платформами, такими как мессенджеры и социальные сети, обеспечивая удобный и беспрепятственный опыт общения.

Перспективы развития чат-ботов весьма оптимистичны. Ожидается, что они станут еще более сложными и способными выполнять более широкий спектр задач. В будущем чат-боты могут использоваться для автоматизации целых процессов, предоставления круглосуточной поддержки и улучшения взаимодействия с клиентами.

Список использованных источников

1. Чат-боты для бизнеса: подробное руководство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.altera-media.com/information/expert/chat-boty-dlya-biznesa-podrobnoe-rukovodstvo/> – Дата доступа: 20.03.2024.
2. Бот с вами. Виды ботов и принципы их работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digitalocean.ru/n/bot-s-vami> – Дата доступа: 31.03.2024.
3. Что такое чат-боты и какие они бывают [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.carrotquest.io/chatbot/chatbot-types/> – Дата доступа: 03.04.2024.

**УЧАСТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МЕЖДУНАРОДНОМ
КРЕДИТНОМ РЫНКЕ**

А.Н. Степаненко, Т.Д. Лозицкая, 3 курс
Научный руководитель – **В.С. Сергеюк**, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Международный кредит – предоставление ресурсов в денежной или товарной форме во временное пользование на условиях срочности, платности и возвратности в сфере международных экономических отношений. Активную роль в развитии и регулировании международного кредита играют государства. Во внешнеэкономических кредитных отношениях они выступают в качестве кредиторов (используя средства государственного бюджета для предоставления правительственных и смешанных кредитов другим странам), заемщиков (размещая займы на фондовых рынках других государств, международных рынках и т.п.) и гарантов по кредитам национальных предприятий, что позволяет последним привлекать больше средств иностранных инвесторов для развития своего производства, его технического перевооружения и т.д.

Традиционно любое государство чаще всего выступает заемщиком, нежели кредитором. Внешнее финансирование государства включает в себя следующие важные звенья:

- международное финансирование – займы на мировых финансовых рынках (выпуск суверенных еврооблигаций);
- кредиты международных финансовых организаций (МВФ, Группы Всемирного банка, региональных фондов и банков);
- двусторонние и многосторонние кредиты других государств, иностранных банков и компаний (проектное финансирование и др.);
- иностранное инвестирование (прямое и портфельное) на национальном рынке (продажа государственной собственности, выпуск государственных облигаций на национальном рынке);
- финансовая помощь (гранты на развитие отраслей и пр.).

В каждом государстве международные кредитные отношения играют важную роль, способствуя увеличению объемов мировой торговли. Не исключением является и Республика Беларусь. В последние годы Республика Беларусь принимает непосредственное участие в международных кредитных отношениях. Это подчеркивает важность изучения данной формы кредитования в контексте данного государства. С 1992 года Республика Беларусь активно использует иностранные финансовые ресурсы. Следует отметить, что в отличие от Российской Федерации, которая взяла на себя все долговое бремя бывшего Советского Союза, Республика Беларусь создавала свой собственный долг. Государство заимствует средства на внешних рынках капитала, тем самым влияя на структуру внешнего государственного долга [3].

По состоянию на 1 января 2023 года валовой внешний долг Республики Беларусь составил 39,7 млрд долларов США. Внешний долг на душу населения снизился за 2022 год с 4,5 тыс. долларов США до 4,3 тыс. долларов США. Основную часть (74,7 процента, или 29,7 млрд. долларов США) общего валового внешнего долга (включая межфирменные кредитования) составляет долгосрочный долг со сроком погашения более одного года, который в 2022 году снизился на 1,9 млрд. долларов США, или на 6,1 процента. По состоянию на 1 января 2023 года краткосрочный внешний долг Республики Беларусь составил 10,1 млрд. долларов США (25,3 процента от общего объема внешнего долга Республики Беларусь). Чистый внешний долг Республики Беларусь, представляющий собой разницу между валовым внешним долгом и величиной внешних активов страны в виде долговых документов, на 1 января 2023 года составляет 14,5 млрд. долларов США и сократился за 2022 год на 4,4 млрд. долларов США, или на 23,1 процента. Отношение чистого внешнего долга к годовому объему ВВП снизилось с 27 процентов на 1 января 2022 года до 19,8 процента на 1 января 2023 года [2].

Основными странами-кредиторами Беларуси являются Россия и Китай. За 2023 год значительный объем инвестиций получен от международных финансовых организаций в размере 7,7 млрд. долларов США. Основными инвесторами организаций страны были субъекты хозяйствования Российской Федерации – 66,7 процента от всех поступивших инвестиций и Кипра – 14,7 процента.

Таким образом, на российские инвестиции пришлось порядка 5 млрд. 136 млн. долларов США. Объем инвестиций, направленных из Республики Беларусь за рубеж, составил 5,7 млрд. долларов США.

С 20 января 1992 года, когда были установлены дипломатические отношения Республики Беларусь с Китайской Народной Республикой, товарооборот вырос более чем в 130 раз. Общий объем китайских инвестиций составил более 2,6 миллиарда долларов. За 30 лет за счет кредитных ресурсов КНР реализовано около трех десятков проектов, объем освоенной безвозмездной технико-экономической помощи правительства КНР превысил полмиллиарда долларов [5].

Республика Беларусь является членом МВФ с 1992 года, получив поддержку за весь период на общую сумму около 3,8 млрд. долларов США:

- в 1993-1995 годах (по линии фонда системных трансформаций) — 200 млн. долларов США;
- в 1995 году (по механизму “стенд-бай”) — 73,5 млн. долларов США;
- в 2009-2010 годах (по механизму “стенд-бай”) — 3,52 млрд. долларов США [4].

В 2022 году произошло увеличение объема реинвестирования доходов иностранными инвесторами, что обеспечило около 70 процентов всего привлечения в Беларусь прямых иностранных инвестиций, которое с 2018 года ежегодно составляет на основе чистой прибыли порядка 1,3 млрд. долларов США. Привлечение прямых иностранных инвестиций и положительное сальдо счета текущих операций позволили покрыть дефицит по другим статьям платежного баланса в 2022 году, не допустив существенного снижения резервных активов, и обеспечить стабильность внутреннего валютного рынка. В отличие от прошлых лет в 2022 году существенно выросла дебиторская и снизилась кредиторская задолженность по торговым кредитам и авансам, что свидетельствует о переходе белорусских предприятий к авансовой форме расчетов во внешней торговле. Проведение таких расчетов осложняется санкциями в отношении банковской системы Беларуси, ряд государственных банков не имеют доступа к международной системе передачи финансовой информации (SWIFT). Белорусские банки использовали российскую систему передачи финансовой информации для проведения операций как с российскими банками, так и банками ряда других стран [6].

Поскольку Республика Беларусь считается страной с повышенным кредитным риском, кредитование белорусских предприятий международными финансовыми организациями и зарубежными банками осуществляется только при наличии правительственных гарантий и с целевым назначением кредитов (использование на реализацию прежде всего экспортоориентированных проектов). Возврат и обслуживание кредитов могут осуществляться с помощью новых кредитов или доходов от приватизационных сделок. Однако возможности рефинансирования ограничены из-за долгового кризиса в Европе и низкого доверия к экономике Республики Беларусь. Кроме того, часто требуется проведение программы реформ, затрагивающих структуру национальной экономики, для получения кредитов (МВФ, ЕврАзЭС).

Таким образом, Республике Беларусь необходимо сократить потребности во внешнем кредитовании. Это включает в себя введение жесткой фискальной и монетарной политики, которая способствовала бы стабилизации цен и обменного курса, а также сбалансированности текущего счета платежного баланса.

Список использованных источников

1. Беларусь: краткий экономический обзор. – Минск : Банк развития, 2023. – 3 с.
2. Об утверждении отчета Национального банка за 2022 год : Указ Президента Респ. Беларусь, 18 мая 2023 г., № 142 // Сайт Национального банка Республики Беларусь. – 2023. – 154 с.
3. Платежный баланс, международная инвестиционная позиция и валовой внешний долг Республики Беларусь за 2023 год / Информационно-аналитический сборник «Платежный баланс, международная инвестиционная позиция и валовой внешний долг Республики Беларусь». – Минск, 2023. – 139 с.
4. Международный валютный фонд [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/mezhdunarodnye-finansovye-organizacii/mvf>. – Дата доступа: 30.03.2024.
5. Торговля и инвестиции: каких результатов достигла Беларусь в сотрудничестве с Китаем [Электронный ресурс] // БелТА. – Режим доступа: https://www.belta.by/economics/view/torgovlja-i-investitsii-kakih-rezultatov-dostigla-belarus-v-sotrudnichestve-s-kitaem-533731-2022/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop. – Дата доступа: 30.03.2024.

УДК 336.717

К ВОПРОСУ О ВОЗВРАТЕ ОШИБОЧНО ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Д.К. Терещук, 3 курс

Научный руководитель – **И.В. Гориш**
Полесский государственный университет

Сегодня цифровизация банковского сектора является не только свершившимся фактом, но и необходимым условием развития экономики Республики Беларусь. Цифровая трансформация в наибольшей степени затронула платежную систему [3].

Успешно решается задача увеличения доли безналичных платежей, для чего созданы все условия: в Беларуси обеспечен высокоскоростной и доступный интернет, разработаны и активно внедряются мобильные приложения, функционирует система инфокиосков. Отметим, что этот процесс постоянно совершенствуется. В качестве примера приведем принятие Нацбанком дополнительных мер, направленных на усиление стимулирующей меры в отношении физических лиц – покупателей по использованию безналичных способов осуществления платежей за товары (работы, услуги), заключающихся в снижении предельного размера платежа наличными денежными средствами, принимаемого юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями от физических лиц при продаже им товаров (работ, услуг), с 500 базовых величин до 100 базовых величин [2].

Однако, с увеличением числа электронных платежей возрастает и количество случаев ошибочно перечисленных денежных средств. Как показывают результаты проведенного нами опроса, результаты которого приведены ниже, эта проблема является актуальной и требует серьезной проработки со стороны банковских организаций. Ошибка в переводе средств может возникнуть по различным причинам, начиная от человеческого фактора при вводе реквизитов и заканчивая техническими сбоями в платежных системах. Неверно перечисленные денежные средства становятся причиной финансовых потерь для отправителя и планируемого получателя и создают, как показывает практика, определенные проблемы их возврата.

В опросе приняли участие 808 человек. Из них 7.4 % (60 человек) имели дело с ошибочным переводом денежных средств. Из них 85.1 % пользователей осуществили ошибочный перевод по номеру карты, а 14.9% – по номеру договора (ЕРИП). Посредством м-банкинга совершили ошибочный перевод 50% опрошенных, посредством интернет-банкинга – 30.9%, а 9.1% – через инфокиоск. Перевод средств на карту держателя того же банка осуществили 59.6% респондентов, а остальные – на карты других банков. 71.7% пользователей связывают случаи ошибочного перевода со своей невнимательностью, 21.7% – с недостатками в работе приложений банков (например, не отражается полностью номер карты, на которую зачисляются средства, нет возможности сохранить номер карты под желаемым именем и т.д.).

Большинство держателей карт (60.3%) обращались в банк, еще 12.1% в милицию, а оставшиеся ничего не предпринимали. Обратившимся банк помог только в 73% случаев. Процесс возврата у 64.1% клиентов банков занял меньше недели, 20.5% пользователей ждали две недели, 7.4% пользователей три недели, а остальные больше месяца.

В ходе исследования мы обнаружили различные механизмы к решению обозначенной проблемы в разных банках. Так, «Беларусбанк» готов оказать помощь в возврате на условиях отплаты (27 рублей), если ошибочный перевод был произведен по номеру карты. При этом не гарантируется возврат денежных средств. Если же вы ошибочно перечислили средства по номеру договора, то следует обратиться в банк получателя, и тогда по данным счета вам попробуют помочь. В случае отказа получателя вернуть денежные средства, банк предложит вам обратиться с заявлением в милицию. «Приорбанк» не принимает заявления клиентов, если ошибочный перевод был осуществлен по номеру карты и рекомендуют обратиться в милицию. Если же перевод был по номеру договора, то банк принимает заявление и в установленные Законом Республики Беларусь «Об обращении граждан и юридических лиц» обязуется дать ответ. Отметим, что если получатель отка-

жется возвращать ошибочно зачисленные на его счет деньги, то банк в этом случае направит заявителя в милицию. Подобная практика существует и в «Белинвестбанке».

Процедуру возврата ошибочно перечисленных денежных средств мы продемонстрировали на рисунке 1.

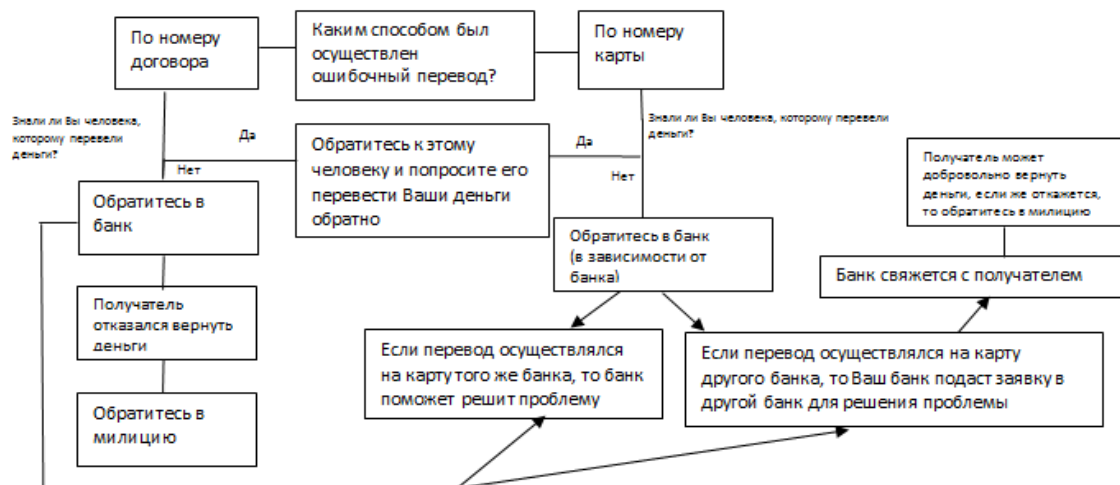


Рисунок – Механизм возврата ошибочно перечисленных средств

Отметим, что при обращении в милицию, сотрудники принимают заявление по статье 11.4 Ко-АП Республики Беларусь и квалифицируют ошибочно перечисленные средства как незаконно присвоенные получателем денежные средства, за что предусмотрено предупреждение или наложение штрафа в размере до пяти базовых величин [1].

Для улучшения ситуации в вопросе возможности осуществления ошибочных переводов денежных средств и их возврата, на наш взгляд, необходимо:

1. совершенствовать интерфейс приложений м-банкинга и интернет-банкинга, что минимизирует возможность ошибочного перевода денежных средств;
2. унифицировать механизм возврата и усилить взаимодействие банковских организаций по этому вопросу;
3. активизировать информационно-просветительскую работу с клиентами банков по вопросам правил осуществления безналичных платежей и переводов.

Реализация указанных рекомендаций позволит снизить количество случаев ошибочного перечисления денежных средств, упростить процесс возврата средств и улучшить общую безопасность и надежность финансовых операций в наше время.

Изучение и решение проблемы возврата ошибочно перечисленных денежных средств является не только вопросом финансовой безопасности, но и важным аспектом развития электронных платежей и повышения доверия пользователей к цифровым финансовым сервисам. Поэтому понимание и эффективное управление этой проблемой играют ключевую роль в обеспечении стабильности и надежности финансовых операций в современном цифровом мире.

Список использованных источников

1. Кодекс об административных правонарушениях Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Информационно-поисковая система Эталон онлайн. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=Nk0300194>. – Дата доступа: 28.03.2024.
2. Нацбанк предлагает обсудить проект Указа, направленного на увеличение доли безналичных платежей, осуществляемых физлицами [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2024/mart/77192/>. – Дата доступа: 29.03.2024.
3. Черничко, А.Д., Хмелевская, М.А. Цифровизация банковского сектора Республики Беларусь: сдерживающие факторы и пути их преодоления [Электронный ресурс] / А.Д. Черничко, М.А. Хмелевская // Элек-

УДК 336.71

ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ ОПЕРАЦИОННЫМ РИСКОМ В ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК»

Д.С. Трухнова, 1 курс

Научный руководитель – **Н.Г. Петрукович**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Операционный риск в большинстве случаев возникает при осуществлении именно финансовых операций, в частности, операционный риск в коммерческом банке всегда может возникнуть при проведении банковских операций, сделок банка или иных сделок. Но он всегда будет связан с операциями финансового характера. В банке данный риск может возникнуть при операциях на различных уровнях проведения операций. Более того, операционные риски могут возникнуть при осуществлении контроля за проведением операций коммерческим банком. В этом случае операционными рисками можно назвать риски, которые характеризуются прямыми или косвенными убытками в результате не совсем корректно построенной бизнес-модели банка. [1]

Национальным банком Республики Беларусь предложено определение операционного риска, разработанное в соответствии с рекомендациями Базельского комитета по банковскому надзору. Под операционным риском понимают риск возникновения у банка потерь (убытков) и (или) дополнительных затрат, неполучения запланированных доходов в результате несоответствия установленных банком порядков и процедур совершения банковских операций и других сделок законодательству или их нарушения сотрудниками банка, несоответствия или отказа используемых банком систем, в том числе информационных, а также в результате действия внешних факторов. Одними из основных видов операционного риска также являются правовой риск и киберриск, которые в том числе могут возникать в сочетании с иными видами операционного риска. [3]

Операционный риск возникает при осуществлении финансовых операций. Его источником могут быть ошибки фронт-, мидл, и / или бэк-офиса при обработке данных, сбои информационных систем, технологические неполадки оборудования, некорректное исполнение операций. Возникновение операционного риска может быть обусловлено как внутренними, так и внешними причинами. К внутренним причинам возникновения операционного риска относятся несовершенство организационной структуры Банка в части распределения полномочий подразделений и служащих, порядков и процедур совершения банковских операций и других сделок, их документирования и отражения в учете; несоблюдение служащими Банка установленных порядков и процедур; неэффективность внутреннего контроля Банка. К внешним причинам возникновения операционного риска относятся случайные или преднамеренные действия физических и (или) юридических лиц, направленные против интересов Банка; сбои в функционировании систем и оборудования, находящиеся вне контроля Банка; неблагоприятные внешние обстоятельства, находящиеся вне контроля Банка. Большая часть операционных рисков связана с деятельностью человека. [2]

При управлении операционным риском в ОАО «АСБ Беларусбанк» используются следующие подходы:

- измерение операционного риска, которое осуществляется на основе анализа статистических данных, как по финансовым потерям, так и по потерям нефинансового характера от реализации события операционного риска;
- ранжирование бизнес-процессов и выделение наиболее существенных операционных рисков в разрезе направлений деятельности Банка;
- ограничение (минимизация) операционного риска посредством применения системы лимитов, оптимизации и регламентации бизнес-процессов, применения систем разграничения функций и полномочий, проведения последовательной кадровой политики, комплекса мер IT-безопасности, эффективного внутреннего контроля.

Рассчитаем операционный риск с помощью базового индикативного подхода. Для этого определяем величину валового дохода (GI), как сумму всех доходов:

1) Валовой доход (GI) 2019 г. = 2 379 380 + 26 342 + 454 101 + 1 194 + 197 199 + 60 593 + 1 124 968 = 4 243 777 (тыс. бел. руб.)

Валовой доход (GI) 2020 г. = 2 592 334 + 71 614 + 62 827 + 502 906 + 1 393 + 51 577 + 1 009 073 = 4 291 724 (тыс. бел. руб.)

Валовой доход (GI) 2021 г. = 3 286 177 + 91 338 + 38 961 + 560 175 + 57 + 166 678 + 55 150 + 1 431 336 = 5 629 872 (тыс. бел. руб.)

Валовой доход общий = 4 243 777 + 4 291 724 + 5 629 872 = 14 165 373 (тыс. бел. руб.)

2) $OP = VD * a/n$

$OP = 14 165 373 * 0,15/3 = 2 124 805,95/3 = 708 268,65$ тыс. бел. руб.

Исходя из сопоставления величины операционного риска и размера собственного капитала ОАО «АСБ Беларусбанк» определим процент подверженности банка операционному риску.

Таблица – Расчет величины операционного риска ОАО «АСБ Беларусбанк» за 2019 – 2021 годы

Показатели	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2021
Собственный капитал, тыс. руб.	3 289 679	3 389 981	3 535 244
Операционный риск, тыс. руб.	708 268,65	708 268,65	708 268,65
Подверженность, %	21,5%	20,9%	20,03%

Примечание – Источник – собственная разработка на основе [4; 5; 6]

Можно сделать вывод, что ОАО «АСБ Беларусбанк» на протяжении трех лет поддерживает уровень операционного риска на одном уровне. Незначительный рост наблюдался только в 2019 году, величина операционного риска составила 21,5%. Затем наблюдается снижение и по состоянию на 01.01.2021 данный показатель составил 20,03%.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что произошли незначительные изменения в структуре операционных расходов, которые повлияли на величину операционного риска. В ОАО "АСБ Беларусбанк" действует эффективная система управления рисками, с целью стабильного функционирования, развития, обеспечения финансовой устойчивости и надежности банка.

В ходе проведенного анализа были выявлены следующие проблемы:

1) Отсутствие мониторинга первичных признаков реализации обстоятельств операционного риска (предупреждения). Управление рисков должно осуществлять не только текущую оценку, но и прогнозирование возможного риска. Для этого необходимо внедрить мониторинг, который позволит выявлять угрозы по заранее определенным признакам и предотвращать наступление событий операционного риска.

2) Отсутствие представления у сотрудников сущности операционного риска. Данная проблема заключается в том, что деятельность банка настолько разнообразна, что зачастую при реализации обстоятельств операционного риска сотрудник может даже не понимать, что таковой произошел.

Для решения, которых можно использовать:

1. Расчет величины операционного риска ОАО «АСБ Беларусбанк» стандартизированным подходом.

Базовый индикативный подход является наиболее простым, он может успешно применяться в небольших организациях, которым сложно использовать более совершенные методики оценки операционных рисков. Ожидается, что любой банк сможет применять его на практике без каких-либо промежуточных условий. Одновременно данный подход не позволяет учесть особенности возникновения операционных рисков в различных направлениях деятельности.

В ОАО «АСБ Беларусбанк» есть составляющие позволяющие получить разрешение Национального банка Республики Беларусь на применение стандартизированного подхода (назначено должностное лицо, ответственное за управление рисками в Банке; осуществляется разработка стратегии выявления, оценки, мониторинга, контроля и снижения операционного риска; имеется достаточные ресурсы; управление рисками в банке базируется на законодательных актах Республики Беларусь, нормативных документах Национального банка, международных стандартах и требованиях и некоторые другие).

Список использованных источников

1. Финансовые и банковские риски: учебник / Л. И. Юзвович, Ю. Э. Слепухина, Ю. А. Долгих, В. А. Тьянников, Е. В. Стрельников, Р. Ю. Луговцов, М. Н. Клименко ; под ред. Л. И. Юзвович, Ю. Э. Слепухиной ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 336 с.
2. Банковские риски: учебное пособие / кол. авторов ; под ред. д-ра экон. наук, проф. О.И. Лаврушина и д-ра экон. наук, проф. Н.И. Валенцевой. – М.: КНОРУС, 2007. – 232 с.
3. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь 29.10.2012 № 550 «Об организации системы управления рисками» [Электронный ресурс] //www.nbrb.by/ – Режим доступа: [https://www.nbrb.by/legislation/documents/pp550\(12\).pdf](https://www.nbrb.by/legislation/documents/pp550(12).pdf) – Дата доступа: 04.04.2024
4. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «Сбергательный банк «Беларусбанк» за 2019 год.
5. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «Сбергательный банк «Беларусбанк» за 2020 год.
6. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «Сбергательный банк «Беларусбанк» за 2021 год.

УДК 336.71

THE ROLE OF FOREIGN BANKS IN SINGAPORE'S CREDIT SYSTEM

S.V. Shishlo, A.S. Svorob, 3rd year
Research advisor – **V.S. Sergejuk**, Senior Tutor
Polessky State University

The credit system is an integral component of the economic infrastructure of each state, playing a key role in its development and stability [1]. It is a mechanism that ensures the flow of financial resources from lenders to borrowers, which facilitates the realization of investments, supports entrepreneurial activity and stimulates economic growth. The importance of the credit system for the country is not limited to economic aspects, it also has social significance, providing accessibility of financial services to the general population and contributing to the improvement of living standards.

The structure of the credit system includes various components:

Central Bank, commercial banks, investment banks, credit cooperatives and credit unions, financial institutions, capital markets, credit agencies [1].

Considering the credit structure of economically developed countries of the world, we can highlight its example in Singapore. This city-state, being an integral part of the financial life of the world community, must have a stable and well-structured credit system. The peculiarity of this system in Singapore is that the majority of banks are foreign, namely there are 114 of them, while there are only 7 local banks.

The credit structure of this Asian country is as follows:

1. Monetary Authority of Singapore (MAS): MAS plays a key role in regulating and supervising Singapore's financial sector. It sets monetary policy and regulates
2. banks and other financial institutions [2]. On January 1, 1971, the Monetary Authority began its operations [3].
3. Commercial banks in Singapore are represented by DBS Bank, United Overseas Bank (UOB), Oversea-Chinese Banking Corporation (OCBC) and Standard Chartered
4. Bank. These banks provide a wide range of banking services including loans, deposits, account services and other financial products [4].
5. Financial companies in Singapore may include Aviva, Great Eastern, Prudential and others that provide insurance and investment products as well as asset management services [4].
6. Singapore has some microfinance organizations such as Credit Counselling Singapore (CCS) that provide small loans and financial advice to small businesses and individuals [4].
7. Investment banks active in Singapore include Goldman Sachs, J.P. Morgan, Citibank and Credit Suisse. These banks specialize in arranging securities offerings, financial transaction advisory and other investment services [4].
8. The Singapore Exchange operates as a capital market. It is the main trading platform for stocks, bonds, derivatives and other financial instruments. SGX provides access to capital for companies and investors from around the world [4].

According to the above information, in all divisions of the credit system we see the presence of both local banks, which regulate the financial processes of the country, and foreign representatives who offer

their services to the population of Singapore.

Table – Total assets, capital and country of origin of banks in Singapore (2022-2023)

Bank	Total assets (billion, USD)	Equinty (billion, USD)	Country of origin
DBS Bank	560.48	54.643	Singapore
Oversea Chinese Bank	426.26	49.662	Singapore
United Overseas Bank	304.339	41.131	Singapore
Standard Chartered	819.992	50.729	Great Britain
Citibank	2,432.675	56.9	USA
Goldman Sachs	1,641.327	44.537	USA

The table provides information on banks' total assets and capital for the period 2022-2023, as well as the location of their headquarters. Based on the data presented in the second column on the total assets of each institution, we can scale the banks according to their quantitative presence and, as a consequence, their importance for the country's economy. Capital ratios indicate the reliability and credibility of the campaign. The fourth pillar shows the interests of which countries each bank represents, depending on the location of its head office and its relation to the economic policy of a particular country.

Therefore, we can conclude that the credit system of Singapore has a diverse composition of participants, including both local and foreign banks, which contributes to the versatile development of the financial sector and provides access to a wide range of financial services for the population. In addition, local banks dominate, while foreign banks create competition by offering a wide range of services.

List of references

1. Каримова, О.В. Кредитно-денежная политика / Каримова, О.В. // Курс лекций для ИППК. М.: ФА. – 2006. – 25-31 с.
2. Monetary Authority of Singapore [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.mas.gov.sg> – Date of access: 01.04.2024.
3. Статья по финансам // Финансист [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.finanshist.ru> – Date of access: 29.03.2024.
4. Annual Report 2022-2023 // Monetary Authority of Singapore [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.mas.gov.sg/publications/annual-report/2023/annual-report-2022-2023> – Date of access: 01.04.2024.
5. Annual Report 2022-2023 // DBS Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.dbs.com/iwovresources/images/investors/othermaterials/2024/DBS%20Annual%20Report%202023.pdf> – Date of access: 03.04.2024.
6. Annual Report 2022-2023 // Oversea Chinese Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.ocbc.com/iwovresources/sg/ocbc/gbc/pdf/investors/annualreports/2023/2023-annualreporten.pdf> – Date of access: 03.04.2024.
7. Annual Report 2022-2023 // United Overseas Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.uobgroup.com/AR2023/index.html> – Date of access: 03.04.2024.
8. Annual Report 2022-2023 // Standard Chartered [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.sc.com/en/investors/financialresults/annualreport/> – Date of access: 03.04.2024.
9. Annual Report 2022-2023 // Goldman Sachs [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.goldmansachs.com/investorrelations/financials/current/annualreports/2023-annual-report/index.html> – Date of access: 03.04.2024.

ОЦЕНКА РОЗНИЧНОГО СЕГМЕНТА ЗАО "АЛЬФА-БАНК"

А.Г. Юнчиц, магистрант

Научный руководитель – Н.Г. Петрукович, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

ЗАО "Альфа-Банк" является одним из ведущих участников розничного рынка Беларуси, предоставляя широкий спектр услуг физическим лицам. В данной работе проведен анализ его розничного сегмента за 2020-2022 годы с целью оценки его деятельности и эффективности.

Анализ розничного сегмента основан на данных из годовых отчетов ЗАО "Альфа-Банк". Оценка проведена по следующим ключевым параметрам: активы и обязательства розничного сегмента, кредитование физических лиц, динамика привлеченных средств, доходы и расходы, финансовый результат, а также показатели эффективности розничного сегмента. В таблице 1 приведены основные показатели розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк" за 2020-2022 годы, а также динамический анализ данных показателей.

Таблица 1. – Показатели розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк" за 2020-2022 годы

Показатели розничного сегмента	2020	2021	2022	Темп прироста, %		Абсолютное отклон-е, тыс. руб.	
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	2021/2020	2022/2021	2021/2020	2022/2021
Активы	291 855	300 327	411 315	2,90	36,96	8 472	110 988
Обязательства	1 021 088	1 284 680	1 525 944	25,81	18,78	263 592	241 264
Кредиты физическим лицам	293 692	323 952	413 276	10,30	27,57	30 260	89 324
Средства физических лиц	1 014 179	1 306 004	1 512 085	28,77	15,78	291 825	206 081
<i>Доходы:</i>	127 334	152 417	174 954	19,70	14,79	25 083	22 537
Процентные доходы	67 083	63 812	80 984	-4,88	26,91	-3 271	17 172
Комиссионные доходы	58 960	89 624	99 457	52,01	10,97	30 664	9 833
Прочие операц-е доходы	1 291	-1 019	-5 487	-178,93	438,47	-2 310	-4 468
<i>Расходы:</i>	91 442	104 054	112 986	13,79	8,58	12 612	8 932
Процентные расходы	21 873	18 192	33 994	-16,83	86,86	-3 681	15 802
Резерв под обесценение	4 278	-10 837	-3 066	-353,32	-71,71	-15 115	7 771
Комиссионные расходы	33 643	49 693	65 122	47,71	31,05	16 050	15 429
Чистый доход от операций с ин. валютой	-27 731	-32 303	-80 173	16,49	148,19	-4 572	-47 870
Прочие операционные расходы	59 379	79 309	97 109	33,56	22,44	19 930	17 800
Результат розничного сегмента	35 892	48 363	61 968	34,75	28,13	12 471	13 605

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

Из анализа данных таблицы о розничном сегменте ЗАО "Альфа-Банк" за период 2020-2022 годов следует, что банк продемонстрировал общую положительную динамику роста. Активы, кредиты физическим лицам и средства физических лиц значительно увеличились за этот период. Доходы также росли, хотя темп их прироста замедлился к 2022 году. Однако, важно отметить, что не все категории доходов ведут себя одинаково. Например, комиссионные доходы продолжают расти с 2020 по 2022 годы, указывая на эффективность стратегий по увеличению доходности продуктов и услуг. В то время как процентные доходы испытывают нестабильность, а прочие операционные доходы снижаются, особенно заметно в 2022 году.

Также стоит отметить, что расходы розничного сегмента, особенно прочие операционные расходы и процентные расходы, также увеличились, причем в некоторых случаях более быстро, чем доходы.

Несмотря на это, результат розничного сегмента банка значительно вырос, что свидетельствует о его успешной деятельности в данном сегменте за рассматриваемый период.

Рентабельность (доходность) коммерческого банка — один из основных стоимостных показателей эффективной банковской деятельности. Важно анализировать рентабельность не только банка в целом, но и отдельных его сегментов, это может помочь в разработке индивидуальных

стратегий для каждого сегмента, учитывая особенности их работы и конкурентную среду. Это может привести к более точному прогнозированию будущих доходов и расходов, а также к увеличению конкурентных преимуществ банка на рынке.

Используя данные об активах, доходах, расходах и прибыли розничного сегмента банка, можно рассчитать несколько показателей рентабельности, которые помогут оценить финансовую эффективность данного сегмента.

В таблице 2 представим результаты расчётов показателей эффективности розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк" за 2020-2022 годы.

Таблица 2. – Показатели эффективности розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк" за 2020-2022 гг.

Показатели эффективности розничного сегмента	2020	2021	2022	Темп прироста, %			Абсолютное отклонение, тыс. руб.		
				2021/2020	2022/2021	2022/2020	2021/2020	2022/2021	2022/2020
Рентабельность активов розничного сегмента, %	12,30	16,10	15,07	30,94	-6,44	22,51	3,81	-1,04	2,77
Рентабельность доходов розничного сегмента, %	28,19	31,73	35,42	12,57	11,63	25,66	3,54	3,69	7,23
Рентабельность затрат розничного сегмента, %	39,25	46,48	54,85	18,41	18,00	39,73	7,23	8,37	15,59
Коэффициент эффективности затрат розничного сегмента	1,39	1,46	1,55	5,19	5,71	11,20	0,07	0,08	0,16

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

Из анализа таблицы 2 показателей эффективности розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк" за период 2020-2022 годов можно сделать следующие выводы.

Во-первых, рентабельность доходов и затрат постепенно увеличивается, что свидетельствует о более эффективном использовании финансовых ресурсов банка. Это может быть результатом оптимизации бизнес-процессов, улучшения управления рисками и повышения качества услуг.

Во-вторых, увеличение коэффициента эффективности затрат указывает на более эффективное использование операционных ресурсов в сегменте розничного банковского бизнеса. Это может быть связано с оптимизацией расходов и внедрением новых технологий.

Однако, снижение рентабельности активов в 2022 году может быть сигналом для банка о необходимости дополнительного анализа и корректировки стратегии. Возможно, требуется более активное управление активами или разработка новых продуктов и услуг для увеличения их доходности.

Несмотря на это все остальные показатели эффективности демонстрируют стабильную положительную динамику, что безусловно говорит о высоком уровне эффективности банка, что может указывать на высокую конкурентоспособность банка на розничном рынке. Однако для поддержания и улучшения этой тенденции банку следует продолжать мониторинг и анализ своей деятельности, а также принимать соответствующие меры по оптимизации и развитию.

В результате анализа розничного сегмента ЗАО "Альфа-Банк" за период с 2020 по 2022 годы можно сделать следующие выводы:

Во-первых, ЗАО "Альфа-Банк" продемонстрировал общий рост важных показателей, таких как активы, кредитование физических лиц и привлеченные средства. Это свидетельствует о том, что он успешно расширял свою деятельность и увеличивал клиентскую базу.

Во-вторых, доходы банка также росли, но некоторые категории доходов, такие как комиссионные доходы, росли быстрее, чем другие. Это может указывать на успешные стратегии банка по увеличению доходности своих продуктов и услуг.

Однако, стоит отметить, что рост расходов, особенно в некоторых категориях, таких как прочие операционные расходы и процентные расходы, также был заметным. Это может потребовать дополнительного внимания банка и возможного реагирования на эти изменения.

Несмотря на это, результаты розничного сегмента банка значительно улучшились за рассматриваемый период. Это свидетельствует о его общей успешности и эффективности в этом сегменте рынка.

В целом, анализ показал, что ЗАО "Альфа-Банк" демонстрирует положительную динамику развития своего розничного сегмента, что подтверждает его стабильность и конкурентоспособность на рынке финансовых услуг.

Список использованных источников

1. Финансовая отчетность ЗАО "Альфа-Банк" в соответствии с МСФО за 2021 год [Электронный ресурс] ЗАО "Альфа-Банк". – Режим доступа: <https://www.alfabank.by/upload/iblock/1a5/fin-otchet-mcfo-2021-rus.pdf> – Дата доступа: 05.04.2024.

2. Финансовая отчетность ЗАО "Альфа-Банк" в соответствии с МСФО за 2022 год [Электронный ресурс] ЗАО "Альфа-Банк". – Режим доступа: https://www.alfabank.by/upload/iblock/70e/msfo_2022_RUS.pdf – Дата доступа: 05.04.2024.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФИНАНСОВ И УЧЕТА

УДК 657.6

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧИМОСТЬ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

Д.А. Андриюшкевич, 2 курс

Научный руководитель – М.Н. Галкина, ассистент

Полесский государственный университет

В условиях рыночной экономики бухгалтерская (финансовая) отчетность представляет собой важнейший элемент информационной системы, выступающий средством внешней коммуникации, служащий основой оценки финансового потенциала организации, эффективности использования финансовых ресурсов организации и её деятельности, является основой планирования, прогнозирования и имеет первостепенное значение в принятии управленческих решений.

В настоящее время существует достаточно большое количество интерпретаций определения бухгалтерской (финансовой) отчетности. В таблице 1 представлены подходы различных авторов к сущности категории “бухгалтерская (финансовая) отчетность”.

Таблица 1. – Подходы различных авторов к сущности категории “бухгалтерская (финансовая) отчетность”

Автор, источник	Понятие “бухгалтерской (финансовой) отчетности”
В.В. Ковалев [2, с. 345]	Система показателей, которые характеризуют имущественное и финансовое положение предприятия на определенную дату и финансовые результаты его деятельности за определенный период, методологически и организационно является неотъемлемым элементом всей системы бухгалтерского учета
Г.В. Савицкая [3, с. 112]	Сведения о финансовом положении организации, об имущественном состоянии и результатах её деятельности
В.Н. Лемеш [4, с. 5]	Система стоимостных показателей об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации, а также иная информация, отражающая финансовое положение организации на отчетную дату, финансовые результаты деятельности и изменения финансового организации за отчетный период
А.П. Шевлюков [5, с. 583]	В широком смысле этого слова она представляет собой совокупность показателей бухгалтерского учета, отраженных в утвержденных таблицах, которые характеризуют ее хозяйственные операции и процессы за отчетный период

Мнения авторов во многом сходятся, но по нашему мнению, определение “бухгалтерской (финансовой) отчетности” наиболее полно раскрыл автор

В.Н. Лемеш, так как в её определении отчетности отражена сущность ее содержания как информации о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период.

С помощью бухгалтерской (финансовой) отчетности можно получить всю основную информацию о деятельности организации и понять, как обстоят ее дела: развивается ли она, стагнирует или, наоборот, дело идет к банкротству. На основании этих данных руководство принимает основные управленческие решения и планирует дальнейшее развитие экономической деятельности.

Главным регулятором бухгалтерской (финансовой) отчетности в Республике Беларусь является Закон Республики Беларусь №210-3 “О бухгалтерском учете и отчетности” от 11 октября 2022 года. Этот закон не содержит, в понятиях и терминах, принципиальных отличий от тех, что используются в других странах. Более того, Беларусь принимает международные стандарты отчетности и стремится привести существующую систему бухгалтерского учета к общепринятым образцам.

В настоящее время существуют различные формы отчетности, которые применяются в разных контекстах. В таблице 2 представлены основные отличия между формами бухгалтерской (финансовой) отчетности в Республике Беларусь, Российской Федерации и МСФО.

Таблица 2. – Основные отличия между формами бухгалтерской (финансовой) отчетности в Республике Беларусь, Российской Федерации и МСФО [1, 6, 7]

Республика Беларусь	Российская Федерация	МСФО
Бухгалтерский баланс	Бухгалтерский баланс	Отчет о финансовом положении по состоянию на дату окончания периода
Отчет о прибылях и убытках	Отчет о финансовых результатах	Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе за период
Отчет об изменении собственного капитала	Отчет об изменениях капитала	Отчет об изменениях в собственном капитале за период
Отчет о движении денежных средств	Отчет о движении денежных средств	Отчет о движении денежных средств за период
Примечания к бухгалтерской отчетности	Пояснения к бухгалтерской отчетности	Примечания, состоящие из значимых положений учетной политики и прочей пояснительной информации;

На основании данных таблицы видно, что формы бухгалтерской (финансовой) отчетности имеют незначительные различия. Однако, независимо от их различий, формы бухгалтерской (финансовой) отчетности являются одинаково важным инструментом для предоставления информации о финансовом состоянии и результативности организации в Российской Федерации, Республике Беларусь и МСФО.

В Республике Беларусь осуществляется дальнейшее развитие бухгалтерской (финансовой) отчетности, согласно Закону “О бухгалтерском учете и отчетности”, будет включать в себя разграничение понятий “бухгалтерская отчетность” и “финансовая отчетность”. Бухгалтерской отчетностью будет являться отчетность, составляемая в соответствии с национальными стандартами бухгалтерского учета и отчетности, финансовой – в соответствии с МСФО. Все организации банковской сферы с 01.01.2025 обязаны вести бухгалтерский учет и составлять отчетность *только в соответствии с МСФО*, т.е. финансовую отчетность.

Реальный сектор будет составлять бухгалтерскую с использованием национальных стандартов бухгалтерского учета и отчетности. Исключением являются *общественно-значимые организации*, которые также с 01.01.2025 обязаны составлять финансовую отчетность *в соответствии с МСФО*.

Подводя итоги, можно сказать, что значение бухгалтерской (финансовой) отчетности заключается в том, что она является источником информации высокой степени надежности для широкого круга пользователей. Показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности служат основой для принятия как тактических, так и стратегических управленческих решений путем анализа и оценки динамики имущественного положения организации, изучения прогнозирования объемов денежных средств, поиска резервов наращивания ресурсного и финансового потенциала устойчивости.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь “О бухгалтерском учете и отчетности”: от 11.10.2022 г. – №210-3 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/> – Дата доступа: 21.03.2024.
2. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика: учебник. – 3-е изд., пер. и доп. –М.: Проспект, 2017. – 1094 с.
3. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник. – Минск: РИПО, 2019. – 373 с.
4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учеб, пособие / В.Н. Лемеш, О.В. Малиновская. – 2-е изд., перераб, и доп. – Минск: Амалфея, 2020. - 164 с.
5. Шевлюков А.П., Бухгалтерская отчетность: учеб-практ. пособие А. П. Шевлюков. – Минск: Современ. шк., 2008. – 612 с.

6. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 "Представление финансовой отчетности" (с изменениями и дополнениями). – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/> – Дата доступа: 25.03.2024

7. Приказ Минфина России от 4 октября 2023 г. N 157н "Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 4/2023 "бухгалтерская (финансовая) отчетность". – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru/> – Дата доступа: 25.03.2024

УДК 336.143.232(476)

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАЗРЕЗЕ БЮДЖЕТНОГО ДЕФИЦИТА

К.А. Артамошина, 2 курс

Научный руководитель – **А.М. Шутова**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

Бюджетный дефицит – это превышение расходов бюджета над его доходами. Тема бюджетного дефицита является актуальной по нескольким причинам:

1. Экономическая стабильность: Бюджетный дефицит может привести к нестабильности экономики страны. Если правительство тратит больше, чем получает доходов, оно вынуждено занимать деньги, что может привести к росту государственного долга и увеличению процентных ставок. Это может негативно сказаться на экономическом росте и стабильности страны.

2. Финансовая устойчивость: Бюджетный дефицит может привести к нехватке средств для финансирования важных государственных программ и услуг, таких как здравоохранение, образование и социальная защита. Это может негативно сказаться на жизни граждан и ухудшить качество предоставляемых услуг.

3. Зависимость от заемных средств: Бюджетный дефицит может привести к увеличению зависимости страны от заемных средств. Если правительство постоянно занимает деньги, чтобы покрыть свои расходы, оно становится все более зависимым от кредиторов. Это может ограничить финансовую независимость страны.

В целом, бюджетный дефицит является актуальной темой, так как он имеет серьезные последствия для экономической и финансовой стабильности страны, а также для качества жизни граждан.

Бюджетный дефицит не является однозначно отрицательным явлением. В условиях динамично развивающейся экономики в допустимых размерах он не так уж и страшен. Небольшой дефицит в некоторых случаях может даже в некоторой степени способствовать оживлению экономики. Например, государственное регулирование может стать причиной бюджетного дефицита, который демонстрирует надобность осуществления больших государственных инвестиций в развитие различных областей хозяйства для того, чтобы улучшить структуру национальной экономики. Несмотря на это, в большинстве случаев дефицит выступает все же отрицательным явлением, отражая спады в экономике страны, неэффективность в финансовой и налоговой системах, ухудшение и нарушение экономических связей.

Доходы и расходы государственного бюджета, в принципе, могут быть сбалансированы. Однако на практике наблюдается дефицит или профицит.

Анализ сравнения доходов и расходов республиканского бюджета за последние годы показывает, ситуацию в стране: бюджетный дефицит или профицит.

Таблица – Динамика государственного бюджета Республики Беларусь 2013-2022гг.

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Доходы млрд. р.	10,6	12,9	16,7	17,8	19,7	20,4	23,7	24,4	23,3	27,83
Расходы млрд. р.	10,8	12,8	15,2	16,7	17	19,7	22	25,4	27,35	30,67
Дефицит млрд. р.	0,2	—	—	—	—	—	—	1	4,05	2,84
Профицит млрд. р.	—	0,1	1,5	1,1	2,7	0,7	1,7	—	—	—

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Анализируя показатели республиканского бюджета Республики Беларусь, можно заметить, что в 2013 г. наблюдался дефицит в размере 0,2 млрд. рублей. А с 2014 по 2019 год наступило резкое превышение доходов над расходами, что свидетельствует о наличии профицита.

В 2020 резко произошел дефицит бюджета в размере 1 млрд. рублей. По экономике в 2020 году ударила сначала приостановка поставок нефти из России, а затем глобальная пандемия COVID-19. Низкие цены на нефть на фоне пандемии привели к снижению цен на экспортируемые Беларусью нефтепродукты. Так же обесценение белорусского рубля к доллару и евро на фоне снижения реального ВВП при прочих равных условиях приводит к увеличению долгового бремени. Растущий дефицит бюджета вынуждает белорусское правительство также привлекать новые долги [4].

Для покрытия дефицита бюджета в 2020 были приняты различные меры. В частности, правительство Беларуси увеличило объем выпуска облигаций на внутреннем рынке, привлекло заемные средства за рубежом. Были проведены меры по оптимизации бюджетных расходов и увеличению налоговых поступлений.

Бюджет 2021 был рекордно дефицитным и составил 4,05 млрд. р. Это было связано с различными факторами, включая падение экономической активности из-за пандемии COVID-19, увеличение расходов на социальную защиту населения и другие факторы. Для покрытия дефицита бюджета в 2021 были приняты различные меры. В частности размещение белорусских облигаций за рубежом и примерно 1 млрд – за счет привлечения кредитов иностранных государств и иных зарубежных кредиторов [4].

В 2022 году наблюдался дефицит бюджета в размере 2,8 млрд. р. Снижение дефицита связано с уменьшением расходов на общегосударственную деятельность, что может объясняться большими объемами господдержки в начале прошлого года. Однако, возможными причинами бюджетного дефицита в 2022 году могли быть увеличение расходов на социальные нужды, инфраструктуру и другие области, а также сокращение доходов от экспорта товаров и услуг из-за санкции со стороны других стран.

В список конкретных мероприятий по управлению бюджетом, а именно – по уменьшению дефицита, следует включить такие действия, которые бы стимулировали поступление денежных средств в государственный бюджет и содействовали снижению государственных расходов. Среди таких мер можно выделить следующие: повышение деловой активности в экономике, что способствует увеличению финансовых ресурсов и налоговой базы; повышение эффективности и усиление приоритетности выбора объектов государственного финансирования, а также разработка механизма перевода неэффективных, убыточных отраслей на самообеспечение, тщательный анализ всех расходных пунктов бюджета; развитие рыночных форм хозяйствования для улучшения инвестиционного климата в стране; упрощение налогового законодательства для повышения прозрачности налоговых правил; расширение ассортимента государственных ценных бумаг и расширение доступа нерезидентов на рынок государственных ценных бумаг.

Список использованных источников

1. Государственный бюджет: учеб.-метод. Пособие / Е.В. Васина, Т.Г. Ролева, Т.И. Хоменко. – Минск: Частн. ин-т упр. И предпр., 2015 – 80 с.
2. Финансы и финансовый рынок: учеб. пособие/ Г.Е. Кобринский [и др.]; под общ. ред. Г.Е. Кобринского, М.К. Фисенко. – 2-е изд., испр. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 348 с.
3. Финансы Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Белстат [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/finansy-organizatsiy/statisticheskie-izdaniya/index_10920/. – Дата доступа: 14.03.2024
4. Белорусская экономика [Электронный ресурс] / Дефицит бюджета Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/09/01/5f4a734a9a79477fa015e387>. – Дата доступа: 14.03.2024.

ФАКТОРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПОСТАВЩИКОВ

Т. Байда

Полесский государственный университет, tatanabaida@mail.ru

В настоящее время многие предприятия и организации в процессе своей деятельности сталкиваются с проблемой несвоевременной оплаты за поставленный товар. В то же время, сегодняшняя реальность и рыночные условия диктуют необходимость наличия свободных денежных средств для обеспечения непрерывного производственного процесса. Одним из перспективных способов поддержки деятельности организаций является факторинг. Именно факторинг как инструмент финансирования, при котором банк или *небанковская кредитно-финансовая организация* выкупает требования поставщика к покупателю за определенное вознаграждение, увеличивает наличие на предприятии свободных оборотных средств и тем самым позволяет обрести конкурентное преимущество за счет увеличения произведенной продукции и объема продаж.

В последние годы в мире и, особенно, в Европе происходит быстрое развитие факторинга. Роль факторинга как источника финансирования торговых операций и обеспечения финансовой устойчивости предприятий общепризнана. Факторинг наиболее эффективен для малого и среднего бизнеса и при проведении внешнеторговых операций. [2]

С экономической точки зрения факторинг — это финансовый инструмент, позволяющий оплачивать поставки продукции, либо услуги в более ранний срок, чем это подразумевает договор, заключенный между поставщиком и покупателем. Он позволяет быстро увеличить обороты предприятия, поэтому популярность этой услуги возрастает каждый год.

Договор факторинга представляет собой либо двустороннюю сделку, сторонами которой являются фактор и кредитор, либо многостороннюю (трехстороннюю) сделку, сторонами которой являются фактор, кредитор и должник.

Рассмотрим преимущества и недостатки факторинга для каждой из сторон сделки (Таблица).

Таблица – Преимущества и недостатки факторинга

Преимущества для продавца (кредитор)	Преимущества для фактора (финансового агента)	Недостатки
Продавец может получить деньги еще до того, как ему заплатит покупатель, что помогает улучшить ликвидность и оборачиваемость средств	Получает комиссию за предоставление финансирования, которая может быть значительной при большом объеме сделки	Факторинг, как правило, дороже кредита, что невыгодно для кредитора
Снижение риска неуплаты, так как фактор берет на себя риск неуплаты со стороны должника, что особенно важно при работе с новыми или нестабильными клиентами	Развитие клиентской базы посредством привлечения новых клиентов через сотрудничество с кредиторами	Фактор обычно предоставляет финансирование на короткий срок (обычно не более полугода), в то время как банковский кредит может быть предоставлен на более длительный срок
Управление дебиторской задолженностью, так как фактор может взыскивать долги от покупателей, вести бухгалтерский учет, обрабатывать реестры должников, проводить инвентаризацию дебиторской задолженности, осуществлять страхование и др., что позволяет продавцу сосредоточиться на своем бизнесе.	Диверсификация кредитного портфеля, что позволяет распределять риски	Поскольку факторинг не всегда предполагает залог, факторинг представляет собой более рискованную сделку, и фактор заинтересован как можно скорее ее закрыть

Источник: собственная разработка

В Беларуси регулирование факторинга осуществляется статьей 772 главы 43 Гражданского кодекса, статьями 153-163 главы 19 Банковского кодекса, указами Президента и рядом других нормативных актов.

И Гражданский кодекс и Банковский кодекс определяют данный тип гражданско-правового обязательства как договор, в рамках которого одна сторона (фактор), каковой может быть лишь банк или небанковская кредитно-финансовая организация, обязуется другой стороне (кредитору) или сторонам (кредитору и должнику) вступить в денежное обязательство между кредитором и должником путем выплаты кредитору суммы денежного обязательства должника за вознаграждение. При этом вознаграждение фактору выплачивает либо кредитор, либо должник в форме дисконта (разницы между суммой денежного обязательства должника и суммой, выплачиваемой фактором кредитору), и (или) в иных формах, определенных договором факторинга. Кроме того, условиями договора факторинга дополнительно могут быть предусмотрены иные виды вознаграждения, взимаемого фактором за предоставление других услуг, связанных с денежными требованиями, являющимися предметом уступки (ст. 772 ГК, ст. 153-1 БК).

Денежное требование к должнику может быть уступлено кредитором фактору также в целях обеспечения исполнения обязательств кредитора перед фактором.

С правовой точки зрения договор факторинга - консенсуальный договор, так как возникновение прав и обязанностей по данному договору связано не с выплатой фактором кредитору суммы денежного обязательства должника или совершением фактором иных действий, а с принятием на себя фактором обязательства перед кредитором или кредитором и должником по вступлению в денежное обязательство между кредитором и должником.

Договор факторинга является возмездным, так как фактор осуществляет соответствующее (или соответствующие) действие (действия) за вознаграждение.

Согласно статьи 154 Банковского кодекса факторинг бывает открытым, когда должник может быть уведомлен о заключении договора факторинга, по которому права кредитора переходят к фактору, и скрытым, когда должник может быть не уведомлен о заключении договора факторинга, по которому права кредитора переходят к фактору.

Договоры факторинга по месту проведения подразделяются на внутренние и международные. Внутренние - если сторонами договора факторинга являются резиденты; международные - если одна из сторон договора факторинга является нерезидентом.

По условиям платежа между фактором и кредитором договоры факторинга бывают без права обратного требования (регресса), когда фактор несет риск неоплаты должником денежных требований; и с правом обратного требования (регресса), когда кредитор несет риск неоплаты должником денежных требований.

Статьей 155 Банковского кодекса регламентировано, что предметом уступки по договору факторинга может быть как денежное требование, срок платежа по которому уже наступил (существующее денежное требование), так и денежное требование, срок платежа по которому наступит в будущем (будущее денежное требование).

Кроме того, Банковским кодексом предусмотрены права и обязанности и должника, кредитора и фактора, порядок исполнения обязательств по договору факторинга, а также ответственность кредитора перед фактором.

Необходимо отметить, что в белорусской экономической литературе подчеркивается ряд связанных с использованием факторинга проблем.

В частности, отмечается преобладание факторинга с регрессом, ограничения по срокам факторинга в связи с валютным регулированием, стремление банков - факторов перестраховаться в отношении рисков [2]. В то же время, потенциал развития факторинга, несмотря на проблемы в области регулирования, состояния предприятий и деятельности банков, оценивается достаточно высоко [3, с.48].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что договор факторинга может рассматриваться в качестве отдельного (самостоятельного) способа обеспечения исполнения определенного гражданско-правового обязательства.

В странах постсоветского пространства, включая Беларусь, рынок факторинга пока не достиг высокой степени развития. Основные причины - в низкой осведомленности предпринимателей и организаций о возможностях факторинга, а также недостатке специализированных компаний, бан-

ки по-прежнему являются основными игроками на рынке факторинга, что ограничивает разнообразие услуг и инноваций.

Список использованных источников

1. Банковский Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 25 октября 2000 г., № 441-3: принят Палатой представителей 03 октября 2000 г.: одобр. Советом Респ. 12 октября 2000 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 12 июля 2023 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

2. Рабец, Н. Привлекателен ли факторинг для предприятий Беларуси? / Н. Рабец // "Финансовый директор" 2012. – № 02. – С. 21-25.

3. Никанорова, М. Становление и развитие факторинга постсоветских государствах/ М. Никанорова // Банкаўскі веснік: інфармацыйна-аналітычны і навучна-практычны журнал Нацыянальнага банка Рэспублікі Беларусь. – 2010. – № 5 (478). – С. 42-48.

УДК 658.15

АВТОМАТИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И УЧЕТА

Е.Е. Балакир, 4 курс

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

Белорусский национальный технический университет

Автоматизация финансового планирования учета с каждым годом развивается, подстраиваясь под нынешние условия экономики. Развитие автоматизации в финансовом планировании и учете прежде всего наблюдается за счет изменения законодательства и роста конкуренции, что вынуждает предприятия разрабатывать и использовать новые информационные технологии для улучшения своего конкурентного преимущества. Поэтому данная тема в направлении финансового планирования и учета является актуальной и будет являться таковой ещё многие годы [1].

Автоматизация финансового планирования и учета позволяет увеличить эффективность и точность на предприятии. Это достигается за счет замены ручного труда автоматизированными системами, что позволяет устранить возможность человеческих ошибок. Автоматизированные системы могут обрабатывать большие объемы данных и выполнять сложные расчеты, что повышает точность и надежность финансовой информации предприятия.

Автоматизация финансового планирования и учета осуществляет ускорение процессов на предприятии, что позволяет сократить время, затрачиваемое на финансовое планирование и учет. Автоматизированные системы могут автоматически собирать и обрабатывать данные, генерировать отчеты и аналитическую информацию, что позволяет быстрее принимать решения и реагировать на изменения внешней среды.

Автоматизация финансового планирования и учета улучшает процесс аналитики и прогнозирования. Автоматизированные системы финансового планирования и учета обладают мощными аналитическими инструментами, которые позволяют проводить глубокий анализ данных и строить прогнозы. Это помогает предприятиям принимать более обоснованные решения, оптимизировать расходы и улучшать финансовые показатели.

Автоматизация финансового планирования и учета осуществляет улучшение контроля и управления на предприятии, что позволяет предприятиям более эффективно контролировать свои финансовые ресурсы и управлять ими. Автоматизированные системы позволяют отслеживать выполнение бюджета, контролировать затраты, анализировать финансовые результаты и принимать меры по оптимизации финансовых процессов.

В условиях постоянно меняющегося законодательства автоматизация финансового планирования и учета позволяет предприятиям быть в соответствии с требованиями налогового и финансового законодательства. Автоматизированные системы могут автоматически выполнять расчеты налогов, формировать отчетность и обеспечивать точность и своевременность предоставления финансовой информации.

Таким образом, автоматизация финансового планирования и учета позволяет предприятиям повысить эффективность, точность и скорость финансовых процессов, улучшить аналитику и контроль, а также быть в соответствии с требованиями законодательства.

В сфере финансового планирования и учета существует множество автоматизированных систем, которые помогают предприятиям улучшать различные аспекты их работы. В качестве примера рассмотрим следующие программы, которые может использовать предприятие для осуществления эффективного финансового учета и планирования: QuickBooks и SAP ERP Financials.

QuickBooks предназначена для малого и среднего бизнеса. Данная система предлагает широкий спектр функций для учёта, включая инвойсинг, платежи, управление налогами и отчётность. QuickBooks также обеспечивает соответствие налоговому законодательству и предлагает возможности для интеграции с другими сервисами [2].

SAP ERP Financials является комплексной системой для крупных предприятий, которая включает в себя функции финансового учёта, контроллинга, управления казначейством, управления финансовыми рисками и другое. SAP ERP Financials помогает предприятиям автоматизировать финансовые процессы и предоставляет глубокую аналитику для стратегического планирования [3].

QuickBooks идеально подходит для малого и среднего бизнеса, в то время как SAP ERP Financials разработан для крупных предприятий с более сложными финансовыми потребностями.

QuickBooks предлагает базовые функции учёта и финансового менеджмента, тогда как SAP ERP Financials предоставляет более широкий спектр функций и возможностей для масштабирования.

Внедрение QuickBooks обычно проще и менее затратно, чем SAP ERP Financials, которое требует более длительного времени на внедрение и может потребовать дополнительных ресурсов для обучения персонала.

Выбор между этими программами зависит от размера предприятия, его специфических потребностей и доступных ресурсов. Обе программы помогают предприятиям быть в соответствии с требованиями законодательства и улучшить финансовое планирование и учёт.

Список использованных источников

1. Левина, А.Л. Автоматизация финансового планирования в организации // Проблемы экономики и информационных технологий : материалы 57-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР – Минск: БГУИР, 2021. – С. 160-162.

2. Accounting Software & Solutions [Электронный ресурс] / QuickBooks Global – Режим доступа: <https://quickbooks.intuit.com/accountants/training-certification/> – Дата доступа: 07.04.2024.

3. Financial Management Software SAP [Электронный ресурс] / SAP ERP Financials – Режим доступа: <https://www.sap.com/products/financial-management.html> – Дата доступа: 07.04.2024.

УДК 331.1

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

А.А. Белевич, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Сегодня управление персоналом является одной из важнейших функций менеджмента в связи с тем, что человек в организации был и остается основным «двигателем» хозяйственной деятельности. Без трудовых сил невозможно представить ни одно предприятие. Данное обстоятельство предопределило необходимость и значимость анализа трудовых ресурсов в системе анализа хозяйственной деятельности.

Одним из первых кто сформировал в своей статье понятие «трудовые ресурсы» был академик Струмилин С.Г. в 1922 году, который считал, что под трудовыми ресурсами понимается часть населения, обладающая физическим развитием и интеллектуальными (умственными) способностями, необходимыми для трудовой деятельности [1].

Следует отметить, что сущности дефиниции «трудовые ресурсы» на просторах научных исследований отводится пристальное внимание. Ученые пытаются всячески дополнить смысловую сущность категории. Более того, результаты проведенного исследования позволили выявить, что наряду с категорией «трудовые ресурсы» ученые исследуют следующие термины: «трудовой потенциал», «человеческий капитал», «интеллектуальный капитал», «трудовой потенциал», «рабочая сила», «персонал». Все это еще раз подчеркивается значимость человека и его труда (не важно физического или интеллектуального) для деятельности субъекта хозяйствования.

В традиционный анализ трудовых ресурсов входят следующие направления: анализ обеспечения организации трудовыми ресурсами и их движения, использования рабочего времени, производительности труда, среднечасовой выработки, влияния трудовых показателей на объем производимой продукции, фонда заработной платы [2, с. 135].

Анализ эффективности использования трудовых ресурсов — одна из важнейших задач в секторе экономического развития предприятий. Грамотное использование трудовых ресурсов на предприятии существенно влияет на результативность процесса производства и показатели качества производимой продукции. Уровень обеспеченности трудовыми ресурсами, эффективность их использования и уровень производительности труда — это прямые показатели, влияющие на рост объемов производства и реализации продукции, а также повышение эффективности самого процесса функционирования предприятия в целом [3, с.460].

Бердниковой Т.Б. в ее работах выделены следующие показатели эффективности использования трудовых ресурсов кризисного предприятия:

- средняя численность рабочих, занятых на предприятии;
- показатель уровня занятости физическим и умственным трудом;
- критерий интенсивности труда;
- количество отработанных дней и т.п.

Для автора показатель производительности труда на предприятии — основной показатель интенсивности труда, с помощью которого можно оценивать эффективность использования трудовых ресурсов [4, с. 157].

Для оценки уровня производительности труда в экономической литературе приводится система обобщающих показателей (среднегодовая, среднедневная и среднечасовая выработка продукции на одного рабочего, среднегодовая выработка на одним работающим в стоимостном выражении), частных показателей (трудоемкость продукции определенного вида в натуральном выражении за один человеко-день или человеко-час) и вспомогательных (затраты времени на выполнение единицы определённого вида работ или объём выполненных работ за единицу времени) показателей.

Используется так же показатель рентабельности персонала, который не имеет ограничений для оценки эффективности труда, что нельзя сказать о производительности труда.

Рентабельность персонала в случае роста всегда характеризует рост эффективности использования трудовых ресурсов. Например, если значение показателя больше 0 – трудовые ресурсы используются эффективно, если меньше 0 (в случае получения убытка) – неэффективно. Преимуществом показателя рентабельности персонала является возможность предоставить оценку эффективности использования трудовых ресурсов не в разрезе отдельных категорий, а в целом, всего персонала.

Однако рентабельности персонала присущи и недостатки. В первую очередь – это отсутствие на сегодняшний день единой методики расчета. Одной из проблем является сложность в выборе показателя (вида) прибыли.

Второй проблемой при расчете рентабельности персонала является интерпретация числовых значений рентабельности персонала. На сегодняшний день для расчета рентабельности персонала различные ученые предлагают в знаменателе показателя брать:

- среднесписочную численность работников;
- явные издержки работодателя на содержание работников организации (затраты на оплату труда, затраты на питание, на командировки, на приобретение спецодежды, на обучение и повышение квалификации и др.);
- неявные издержки (обоснованной методики расчета, которых пока не существует);
- стоимость человеческого капитала [5, с. 246].

Данилова С.С., Монин И.Г. и Тихонова К.А. считают необходимым осуществлять анализ эффективности трудовых ресурсов по оцененной стоимости человеческого капитала. При этом расширив и направления анализа, например [6, с. 135]:

- оценка морального износа человеческого капитала организации и его влияния на экономические показатели;
- оценка влияния уровня образования на производительность труда и другие экономические показатели;
- анализ влияния половой структуры персонала на производительность труда;
- оценка влияния возрастной структуры человеческого капитала на производительность труда;
- расчет влияния текучести кадров на затраты предприятия, оценка эффективности деятельности организации на основе показателей человеческого капитала;
- оценка влияния стоимости человеческого капитала на стоимость фирмы.

Таким образом, отметим, что для анализа трудовых ресурсов в экономике литературе существуют различные подходы с системой самых разных показателей. Данное направление анализа имеет важное значение для любого предприятия, поскольку по итогам его проведения можно оценить обеспеченность организации персоналом и его качеством, эффективность использования трудовых ресурсов, а также выявить резервы более полного и эффективного их использования.

Список использованных источников

1. Струмилин, С.Г. Наши трудовые ресурсы и перспективы / С.Г. Струмилин. – Хозяйственное строительство, 1922. – Вып. 2. – 32-46 с.
2. Подходы к анализу использования трудовых ресурсов предприятия на основе теории человеческого капитала [Электронный ресурс] / Данилов С.С., Монин И.Г., Тихонова К.А. // Journal of Economy and Business. – 2019. – №12-1 (58). – с. 134-136.
3. Кучерова, О.А. Современные подходы к методическим аспектам экономического анализа показателей эффективности использования трудовых ресурсов предприятия в условиях финансового кризиса [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2016. – № 28 (132). – С. 460-462.
4. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 212 с.: табл. – (Сер.: Высшее образование).
5. Добрыдень, Н.В. Методологические подходы к анализу эффективности использования трудовых ресурсов [Электронный ресурс] / Н.В. Добрыдень, В.И. Соболева // Экономическая наука в XXI веке: проблемы, перспективы, информационное обеспечение: материалы Международной научной конференции, посвященной 80-летию Краснодарского края, 21-22 декабря 2017 г. / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина», составители: Ю.И. Сигидов, Н.С. Власова, Г.Н. Ясменко, В.В. Башкатов. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – С. 243-251.
6. Подходы к анализу использования трудовых ресурсов предприятия на основе теории человеческого капитала [Электронный ресурс] / Данилов С.С., Монин И.Г., Тихонова К.А. // Journal of Economy and Business. – 2019. – №12-1 (58). – с. 134-136.

УДК 657

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА ОРГАНИЗАЦИИ

Д.С. Бир, 2 курс

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

Полесский государственный университет

Основные средства являются неотъемлемой частью производственного процесса и оказывают существенное влияние на его эффективность. Они составляют большую часть активов организации и играют ключевую роль в его финансовом состоянии.

Современные и эффективные основные средства могут помочь организации быть конкурентоспособной на рынке, увеличивая производительность и качество продукции.

Существуют различные подходы к определению экономической сущности основных средств, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Экономическая сущность категории “основные средства”

Автор, ссылка	Определение
Левкович О.А., Бурцева И.Н., [1, с.250]	Основные средства – это стоимостное выражение средств труда, являющихся продуктом труда, многократно участвующих в производственных процессах, постоянно изнашивающихся и в суммах этого износа переносящих свою стоимость на готовую продукцию (работы, услуги).
Сушко Т.И., [2, с. 156]	Основные средства – это средства труда, используемые в деятельности организации более одного года, переносящие свою стоимость на создаваемый продукт частями в течение срока использования, не меняя при этом своей материально-вещественной формы.
Астахов В. П., [3, с. 444]	Основные средства относятся к внеоборотным активам и представляют собой средства труда, используемые при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг, либо в целях управления организацией свыше 12 месяцев или в течение обычного операционного цикла с учетом вышеприведенного ограничения.

Исходя из вышеприведённых категорий экономической сущности основных средств, мы придерживаемся точки зрения Сушко Т.И., которая предоставляет полное понимание того, что такое основные средства и как они используются в деятельности организации.

В Республике Беларусь бухгалтерский учёт основных средств регулируется постановлением Министерства финансов Республики Беларусь № 26 “Инструкция по бухгалтерскому учёту основных средств”. В соответствии с данным постановлением к основным средствам относятся активы, имеющие материально-вещественную форму, при одновременном выполнении следующих условий признания:

- активы предназначены для использования в деятельности организации, в том числе в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации, а также для предоставления во временное пользование (временное владение и пользование), за исключением случаев, установленных законодательством;
- организацией предполагается получение экономических выгод от использования активов;
- активы предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12 месяцев;
- организацией не предполагается отчуждение активов в течение 12 месяцев с даты приобретения;
- первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена.

В Республике Беларусь согласно Инструкции по бухгалтерскому учёту основных средств №26 существует четыре основных вида оценки основных средств: [4]

1. Первоначальная стоимость – стоимость, по которой актив принимается к бухгалтерскому учёту в качестве основного средства.

2. Переоцененная стоимость – стоимость основного средства после его переоценки.

3. Остаточная стоимость – разница между первоначальной (переоценённой) стоимостью основного средства и накопленными по нему за весь период эксплуатации суммами амортизации и обесценения.

4. Текущая рыночная стоимость – сумма денежных средств, которая была бы получена в случае реализации основного средства в текущих рыночных условиях [5].

Важнейшей составляющей рациональной организации бухгалтерского учёта основных средств является их классификация, представленная в таблице 2.

Таблица 2. – Классификация основных средств Республики Беларусь в сравнении с МСФО и Российской Федерацией [6, 7, 8]

Классификация основных средств		
В Республике Беларусь	В МСФО	В Российской Федерации
1. Здания	1. Земля	1. Здания
2. Сооружения	2. Земля и здания	2. Сооружения
3. Машины и оборудование	3. Машины и оборудование	3. Машины и Оборудование
4. Транспортные средства	4. Водные суда	4. Транспортные средства
5. Хозяйственный инвентарь и инструменты	5. Воздушные суда	5. Производственный и хозяйственный инвентарь
6. ИКТ оборудование	6. Автотранспортные средства	6. Измерительные и регулирующие приборы и устройства
7. Машины производственные и оборудование промышленное	7. Мебель и встраиваемые элементы	7. Вычислительная техника
8. Аппаратура и приборы	8. Мебель и встраиваемые элементы	8. Рабочий, продуктивный и племенной скот
9. Культивируемые ресурсы животного происхождения, неоднократно дающие продукцию	9. Офисное оборудование	9. Многолетние насаждения
10. Культивируемые ресурсы растительного происхождения, неоднократно дающие продукцию	10. Плодовые культуры	10. Внутрихозяйственные дороги

Из данных таблицы видно, что классификация основных средств в Республике Беларусь приближена к классификации основных средств в соответствии с Международными стандартами и абсолютно идентична российскому классификатору основных средств.

Вместе с тем, мы считаем необходимым добавить новый вид классификации основных средств по степени начисления амортизации, что позволит разграничить объекты на амортизируемые, неамортизируемые и самортизированные. Такая информация необходима при проведении анализа динамики и структуры основных средств, при составлении бухгалтерской и статистической отчетности, а также в целях управленческого учёта.

Таким образом, можно сделать вывод, что в бухгалтерском учёте существует многообразие классификаций основных средств, а правильная классификация позволяет более точно осуществлять учёт и контроль за активами, а также рассчитывать и анализировать их стоимость, амортизацию и налоговые обязательства.

Список использованных источников

1. Левкович О. А. Бухгалтерский учет: учебное пособие / О. А. Левкович, И. Н. Бурцева. – 13-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2020. — 631 с.
2. Сушко Т.И. Бухгалтерский финансовый учёт в промышленности : учебник / Т.И. Сушко. – Минск : Вышэйшая школа, 2020. – 451 с.
3. Астахов В. П. Бухгалтерский (финансовый) учет. В 2 ч. Ч. 1: учебник для академического бакалавриата / В. П. Астахов. – 12-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2016. – 536 с.
4. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь: Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учёту основных средств №26 от 30 апреля 2012 г. [Электронный ресурс] –: <https://www.minfin.gov.by> – Дата доступа 26.03.2024.
5. Бухгалтерский финансовый учет в промышленности: кейс-задания для студентов специальности 1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)» : в 2 ч. / М. Н. Галкина, Н. В. Добрыдень, А. Г. Бондарь. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – Ч. 1. – 94 с.
6. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) МСФО 16 «Основные средства» [Электронный ресурс] / – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=117365-mezhdunarodnyi_standart_finansovoi_otchetnosti_ias_16_osnovnye_sredstva/ – Дата доступа: 28.03.2024.
7. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь: Об утверждении и введении в действие общегосударственного классификатора Республики Беларусь №3 от 22 февраля 2024 г. [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://pnkbel.by/legislation/okof/>. Дата доступа: 28.03.2024.

8. Федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства» от 17.09.2020 № 204н [Электронный ресурс] / – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=133537- Дата доступа: 28.03.2024.

УДК 657.471

ЗАТРАТЫ НА ПРОИЗВОДСТВО В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЁТЕ: ПОДХОДЫ К СУЩНОСТИ И КЛАССИФИКАЦИИ

П.И. Бобкова, 2 курс
Научный руководитель – **М.Н. Галкина**
Полесский государственный университет

Затраты требуют тщательного учёта, потому что организация сможет предвидеть отпускную цену на товар или услугу, себестоимость товара. Анализируя данные затрат, за отчётный и базисный период, организация имеет возможность определить какие виды продукции нерентабельны и исключить их производство, тем самым развивать более прибыльные. В таблице 1 рассмотрим определение «затрат» по мнению разных авторов.

Таблица 1. – Сущность категории «затраты»

Автор	Определение
О.В. Грищенко [1, с. 6]	Затраты – явные (фактические, расчетные) издержки предприятия, т.е. стоимостные оценки ресурсов, используемые организацией в процессе своей деятельности.
К. Друри [2, с. 17]	Затраты – это часто используемое понятие, отражающее денежные измерения всех ресурсов, затраченных для достижения такой конкретной цели, как приобретение какого-то товара или какой-то услуги.
Ч. Хорнгрен, Дж. Форстер [2, с. 17]	Затраты – сумма денежных средств, которую необходимо уплатить за приобретенные товары и услуги.
МСФО [2, с. 17]	Затраты – расходование или какое-либо другое использование активов или принятие обязательств в течение периода в связи с доставкой и производством товаров, оказанием услуг, выполнением различных работ, ведением другой деятельности, составляющей непрерывную основную деятельность организации.
Постановление №102 Министерства Финансов [3]	Затраты – стоимость ресурсов, приобретенных и (или) потребленных организацией в процессе осуществления деятельности, которые признаются активами организации, если от них организация предполагает получение экономических выгод в будущих периодах, или расходами отчетного периода, если от них организация не предполагает получение экономических выгод в будущих периодах.

На наш взгляд, более полное определение сущности категории «затраты» раскрыто Министерством финансов Республики Беларусь. В нём более точно и конкретно сказано за счёт чего формируются затраты организации и что ожидается в следствии использования ресурсов.

В свою очередь производственные затраты представляют собой всю сумму трудовых, финансовых, материальных и прочих ресурсов, которые в дальнейшем будут вовлечены в процесс производства и реализации товаров, работ и услуг.

Многие отождествляют категории затраты и расходы, но это неправильное суждение. Их следует разграничивать и понимать разницу, потому что правильная терминология является основой любой науки. Для эффективной работы специалиста и организации в целом надо иметь конкретное и чёткое понимание определений. На фоне разногласий по поводу одного и того же термина могут возникать конфликты среди работников. Для понимания различий между понятиями «затраты» и «расходы» рассмотрим таблицу 4, в которой будет показана сущность категории «расходы» по мнению разных авторов.

Таблица 2. – Сущность категории «расходы»

Автор	Определение
Закон Республике Беларусь №57-з «О бухгалтерском учёте и отчётности» [6]	Расходы – уменьшение экономических выгод в результате уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества организации, распределением между учредителями (участниками) организации.
С.А. Рассказова-Николаева [7]	Расходы – отток экономических выгод в течение отчетного периода в форме уменьшения активов или увеличения обязательств организации, приводящий к уменьшению капитала, отличный от распределения капитала между участниками организации.
И.Е. Мизиковский [7]	Расходы – уменьшение экономических выгод предприятия в результате выбытия текущих производственных активов.

Классификация затрат на производство по мнению Т.Д. Сорокина [4, с. 7]:

Таблица 3. – Классификация затрат на производство по мнению Т.Д. Сорокина

Признаки классификации	Виды затрат
По принципу группировки затрат	Экономические элементы Калькуляционные статьи
По способу отнесения к себестоимости продукции	Прямые Косвенные
По влиянию объёма производства	Переменные Условно-постоянные
По характеру участия в производственном процессе	Основные Накладные
В зависимости от периода возникновения и отнесения к себестоимости	Единовременные Текущие
По степени Целесообразности	Производственные Непроизводственные

Также как у сущность есть много представлений, так и классификация различается у каждого автора. Рассмотрим в таблице 3 ещё одну классификацию от М.И. Бухтик, И.А. Конончук, И.А. Пригодич [5, с. 118]

Таблица 4. – Подходы авторов к классификации затрат

Признак классификации	Вид затрат
По экономическим элементам	Материальные затраты Расходы на оплату труда Отчисления на социальные нужды Амортизация основных средств и нематериальных активов Прочие затраты
По статьям калькуляции	Материалы Покупные полуфабрикаты Топливо, энергия Общепроизводственные затраты Общехозяйственные затраты Потери от брака и т.д.
По экономической роли	Основные затраты Накладные затраты

Классификация необходима для более эффективного управления того или другого объекта (в нашем случае мы классифицируем затраты).

Законодательство постоянно изменяется, совершенствуется и всегда следует следить за изменениями в законодательстве, чтобы отслеживать актуальность информации.

Таким образом затраты имеют важную роль для функционирования организации. От затрат зависит прибыль, а она в свою очередь является главной целью организации и регулирование расходов может привести к максимизации прибыли и минимизации налогов.

Список использованных источников

1. Кот Е.М., Пильникова И.Ф. История развития и эволюция изучения издержек: обзор научных публикаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.by/view/0/?> . – Дата доступа: 01.04.2014 г.
2. Дьяченко О.Г., Т.А. Бородин Понятийный аппарат «затраты», «издержки», «расходы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatiynyuy-apparat-zatraty-izderzhki-rashody> . – Дата доступа: 11.03.2010 г.
3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь «Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учёту доходов и расходов» №102 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=W21224697> . – Дата доступа: 30.09.2011 г.
4. Сорокин Т.Д. Экономика предприятия отрасли. Экономика организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.by/view/0/?> . – Дата доступа: 05.01.2012 г.
5. Бухтик, М.И. Бухгалтерский учет : специальности : 1-25 01 04 Финансы и кредит, 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям), 1-26 02 03 Маркетинг, 1-25 01 07 Экономика и управление на предприятии, 1-40 05 01 Информационные системы и технологии (по направлениям) [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М.И. Бухтик, И.А. Конончук, И.А. Пригодич; УО «Полесский государственный университет». – Пинск : ПолесГУ, 2021. - 203 с.
6. Закон Республики Беларусь №57-з «О бухгалтерском учёте и отчётности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057> . – Дата доступа: 12.07.2013 г.
7. Галлямова Л.О. Экономическая сущность категорий «расходы», «затраты», «издержки» // Синергия наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://synergy-journal.ru/archive/article0944> . – Дата доступа: 2017г.

УДК 657

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА “ПРОИЗВОДСТВО” в ОАО “ВИТЕБСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ”

У.А. Болобосова, 3 курс

Научный руководитель – И.П. Якубова

Полесский государственный университет

Бизнес-процесс на производстве – это последовательность связанных операций и действий, которые выполняются для производства товаров или предоставления услуг. Он включает в себя все этапы процесса производства, так как соответствует принципу максимальной локализации производственных затрат, что означает отнесение затрат на соответствующие продукты, стадии производства и места возникновения.

Открытое акционерное общество “Витебский мясокомбинат” является коммерческой организацией, которая производит колбасы, сосиски, сардельки, копчености из свинины и говядины, полуфабрикаты под торговой маркой “Мясковит”.

Формирование информации о затратах по центрам ответственности и бизнес-процессам подразумевает собой процессный подход, заключающийся в выделении бизнес-процессов и центров ответственности для передачи им полномочий принятия управленческих решений. [3]

На предприятии ОАО “Витебский мясокомбинат” выделяют следующую структуру производства, состоящую из трех основных бизнес-процессов: основное и вспомогательное производство, обслуживающие производства. Организационная структура предприятия представлена на рисунке 1.

Информация о произведенных затратах на производство продукции формируется с использованием метода двойной записи по калькуляционным статьям бухгалтерского учета на счете 20 “Основное производство” по субсчету 20.1 “Промышленное производство”.



Рисунок – Организационная структура предприятия ОАО “Витебский мясокомбинат”

Самым важным этапом процедуры организации учета по центрам ответственности и бизнес-процессам является формирование рабочего плана счетов для учета деятельности центров ответственности. В соответствии с декомпозицией центров ответственности разрабатывается структура счетов управленческого учета, аналитические признаки (субсчета) на предприятии по изготовлению мясной продукции.

В связи с этим предлагаем дополнить рабочий план счетов, основываясь на организационной структуре ОАО “Витебский мясокомбинат”.

Таблица 1. – Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО “Витебский мясокомбинат” по счету 20 “Основное производство”

Действующий рабочий план счетов		Рекомендуемый рабочий план счетов	
20.01	Промышленное производство	20.1	Мясоперерабатывающий цех
		20.1.1	Цех подготовки вспомогательных материалов
		20.1.2	Сырьевой цех
		20.1.3	Машинно-технологический цех
		20.1.4	Цех посола копченостей
		20.1.5	Цех упаковки готовой продукции
		20.2	Мясожировой цех
		20.3	Холодильник

Примечание – Источник: собственная разработка на основе рабочего плана счетов ОАО “Витебский мясокомбинат”

Информацию о затратах на производство продукции ОАО “Витебский мясокомбинат” предоставляет в Национальный статистический комитет Республики Беларусь в виде Отчета о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг) форма 4-ф (затраты) в разрезе экономических элементов и отдельных статей затрат. [1, с.1]

Для формирования информации о затратах по центрам ответственности и бизнес-процессам предлагаются счета 30–38, аккумулирующие информацию о затратах в разрезе экономических элементов. К счетам 31–38 открыты субсчета 2-го и 3-го порядка, в основу которых положен

принцип выделения бизнес-процессов и центров ответственности. Структура предлагаемых счетов представлена в таблице 2.

Таблица 2. – Рекомендация по формированию информации о затратах по центрам ответственности и бизнес-процессам

Синтетический счет	Субсчета 2-го порядка	Субсчета 3-го порядка
31 “Сырье и материалы”; 32 “Затраты на оплату труда”; 33 “Отчисления на социальные нужды”; 34 “Электрическая энергия”; 35 “Топливо”; 36 “Тепловая энергия”; 37 “Амортизация”; 38 “Прочие материальные расходы”	1 “Основное производство”	1.1 “Мясоперерабатывающий цех”
		1.2 “Цех подготовки вспомогательных материалов”
		1.3 “Сырьевой цех”
		1.4 “Машинно-технологический цех”
		1.5 “Термический цех”
		1.6 “Цех посола копченостей”
		1.7 “Цех упаковки готовой продукции”
		1.8 “Холодильный цех”
		1.9 “Мясожировой цех”

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2, 6]

Вводимые счета управленческого учета 30–38 являются “сквозными”, так как, при списании затрат со счетов 02, 05, 10, 70, 96, 69, 02, 05, 60, 76, 97 на счета затрат на производство по центрам ответственности. Эти затраты также находят свое отражение на счетах управленческого учета в разрезе экономических элементов и формируют информацию о затратах центров ответственности и соответствующих бизнес-процессов. [2, с.4]

Таким образом, необходимо в системе бухгалтерской отчетности отечественных предприятий иметь отдельные формы отчетности о затратах на производство по экономическим элементам, которые должны входить в состав годовой бухгалтерской отчетности и накапливать информацию, отвечающую требованиям системы национальных счетов.

Список использованных источников

1. Абрамчик Е.С., Якубова И.П. “Отчетность о затратах на производство промышленной продукции”: научная статья // “Совершенствование бухгалтерского учета, анализа и аудита” Е.С. Абрамчик, И.П. Якубова // Полесский государственный университет – Пинск – 2 с.

2. М.В. Феськова “Методика учета затрат на производство продукции в системе бизнес-процессов и центров ответственности” (проблемы учета): научная статья/ Ставропольский государственный аграрный университет [Электронный ресурс] – режим доступа: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/учет%20затрат%20по%20бизнес-процессам%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/учет%20затрат%20по%20бизнес-процессам%20(1).pdf)

3. Якубова И.П. Направления совершенствования бухгалтерской отчетности о выпуске и затратах на производство продукции промышленных предприятий // Розвиток банківських систем світу в умовах глобалізації фінансових ринків: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції. 27 жовтня 2017 р. – Черкаси : ЧННІ ДВНЗ “Університет банківської справи”, 2017. – 362 с.

УДК 657.2

МСФО (IFRS) 8 «ОПЕРАЦИОННЫЕ СЕГМЕНТЫ»: ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ

Е.А. Борзенко, 3 курс

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

В развитых экономиках финансовая отчетность ориентирована на инвесторов, которые хотят получать непосредственно из самой финансовой отчетности и примечаний к отчетности подробную информацию о финансовом состоянии компании. Изучая и анализируя отчетность компании, инвесторы могут принимать управленческие, инвестиционные решения. Немаловажное значение для принятия решений инвесторами отводится информации о разнопрофильных компонентах бизнеса компании, получивших название «операционные сегменты».

В мировой практике действует Международный стандарт финансовой отчетности 8 (IFRS) 8 «Операционные сегменты». В данном стандарте нашло свое отражение понятие операционного сегмента. Операционный сегмент – это компонент организации:

1) осуществляющий деятельность, от которой он может получать выручку и на которую нести расходы (включая выручку и расходы, связанные с операциями с другими компонентами той же организации);

2) результаты операционной деятельности которого регулярно анализируются руководством организации, принимающим операционные решения, для того, чтобы принять решения о распределении ресурсов сегменту и оценить результаты его деятельности;

3) в отношении которого имеется отдельная финансовая информация [1].

Как видим, определение, приводимое в МСФО достаточно емкое. Проведем критический обзор литературных источников относительно рассматриваемой категории (таблица).

Таблица – Подходы к сущности категории «операционный сегмент»

Автор, источник	Экономическое содержание
Алисенов А.С. [2, с.1161]	Операционный сегмент - это компонент предприятия, задействованный в деятельности, от которой оно может генерировать доходы и нести расходы: операционные результаты которого рассматриваются руководителем предприятия, отвечающим за операционные решения; в отношении которого имеется дискретная финансовая информация.
Домбровская Е.Н. [3, с.231]	Операционный сегмент специализируется на производстве определенного товара, выполнении определенной работы, оказании определенной услуги или однородных групп товаров, работ, услуг; его деятельность связана с рисками и прибылями, отличными от рисков и прибылей по другим товарам, работам, услугам или однородным группам товаров, работ, услуг
Сапожникова Н.Г. [4, с.358].	Операционный сегмент - это компонент компании: осуществляющий хозяйственную деятельность, которая позволяет получить или ожидать получения выручки и предусматривает несение расходов (включая выручку и расходы, связанные с совершением операций с другими компонентами одной и той же компании); результаты деятельности которого регулярно анализируются ответственным лицом компании, принимающим операционные решения, в целях принятия решений о выделении сегменту ресурсов и оценки эффективности его деятельности; по которому имеется отдельная финансовая информация
Агеева О.А. [5, с.97]	Операционный сегмент - это компонент компании, который может получать доходы от операций как внутри компании, так и с внешними контрагентами, нести расходы

Таким образом, подытожив и систематизировав полученную информацию, отметим, что в основу сущностного содержания категории «операционный сегмент» лежат следующие аспекты:

- компонент компании ведет хозяйственную деятельность, а значит несет доходы и расходы;
- ведется в отношении компонента отдельная информация;
- результаты деятельности сегмента анализируются;

Именно по этим аспектам приведенные различными учеными определения на просторах экономической науки находят свое соприкосновение.

Основной принцип МСФО (IFRS) 8 «Операционные сегменты» заключается в том, что организация должна раскрыть информацию, которая позволит пользователям ее финансовой отчетности оценить характер и финансовое влияние, оказываемое видами деятельности, которые осуществляет организация, а также разновидностями экономических условий, в которых субъект хозяйствования действует [1].

Спецификой данного стандарта является то, что принципы классификации операционных сегментов определяются непосредственно самой организацией исходя из практики анализа ее результатов главным исполнительным органом. Так одни организации могут выделять сегменты по географическому принципу, другие – по товарному принципу и т. д.

Основные проблемы возникают касательно части раскрытия информации об операционных сегментах в следующих аспектах:

- какие именно сегменты требуют раскрытия информации;
- какого характера должна быть информация об операционных сегментах, подлежащая раскрытию;
- необходимость пересмотра информации, представленной в предыдущем финансовом отчете, если операционный сегмент стал соответствовать критериям для классификации только в текущем отчетном периоде [6].

В МСФО 8 (IFRS) «Операционные сегменты» говорится, что в состав финансовой отчетности входят только крупные сегменты, где учитываются количественные пороговые значения, и незначительные, которые прошли процесс агрегирования (рисунок).

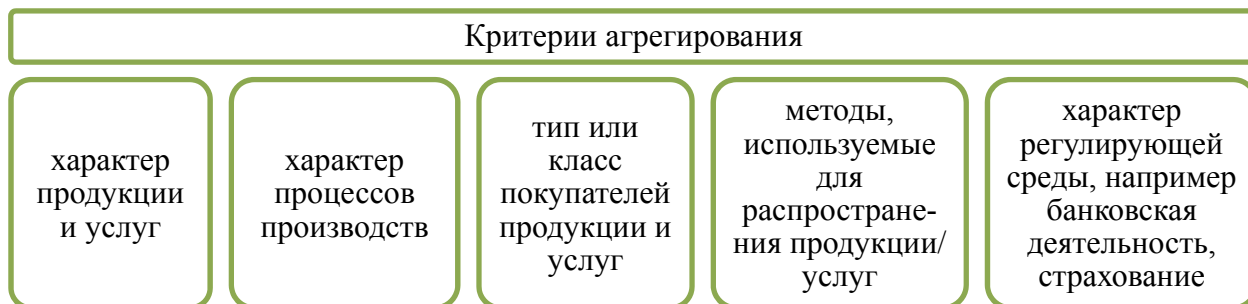


Рисунок – Критерии агрегирования операционных сегментов

Примечание – Источник: [1]

Раскрытие сегментарной отчетности позволяет компании решить ряд аналитических задач, на основании которых впоследствии принимаются управленческие решения.

Основные преимущества при составлении и анализе операционной отчетности следующие:

1. возможность принятия более обоснованных решений относительно компании в целом;
2. возможность сравнить рентабельности различных производств внутри одной компании;
3. возможность выявления наиболее существенных рисков, а также обозначить пути дальнейшего.

Таким образом, определение операционных сегментов осуществляется исключительно исходя из установленной деятельности организации. Раскрытие отчетности по операционным сегментам предоставляет более наглядную и структурированную картину о финансовом положении компании как для внутренних, так и для внешних пользователей. Однако, сегментную информацию невозможно использовать для сравнения различных компаний друг с другом. Но даже этот факт не отменяет того, что МСФО (IFRS) 8 играет очень важную роль в раскрытии информации, служит важным источником, способствующим принятию грамотных управленческих решений.

Список использованных источников

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 8 «Операционные сегменты» [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2016/02/main/RU_BlueBook_GVT2015.pdf. – Дата доступа: 05.04.2024.
2. Алисенов, А.С. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.С. Алисенов - М.: Юрайт, 2015. - 360 с.
3. Домбровская, Е.Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебное пособие / Е.Н. Домбровская. - М.: ИНФРА-М, 2015. — 279 с.
4. Сапожникова, Н.Г. Международные стандарты финансовой отчетности / под ред. Н. Г. Сапожниковой. - М.: Кнорус, 2012. - 368 с.
5. Агеева, О.А. Международные стандарты финансовой отчетности. Теория и практика: учебник для вузов / О.А. Агеева, А.Л.Рибизова. - М.: Юрайт, 2015. - 2-е изд. - 385 с.
6. Бахтигозина Э.И. Раскрытие информации об операционных сегментах Э.И. Бахтигозина // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова.- 2017. №5 (95). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/raskrytie-informatsii-oboperatsionnyh-segmentah> . – Дата доступа: 05.04.2024.

РАСЧЕТЫ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ

Д.В. Бушило, 2 курс

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

В деятельности любого хозяйствующего субъекта присутствуют расчеты с поставщиками и подрядчиками за полученные материалы, товары, оказанные услуги и выполненные работы. Постоянно совершающийся кругооборот производственных процессов вызывает непрерывное возобновление многообразных расчётов, в числе основных – расчетов с поставщиками и подрядчиками. Качественная постановка бухгалтерского и налогового учета расчетов с поставщиками и подрядчиками влияет на размер прибыли, которая остается в распоряжении организации. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками в Республике Беларусь осуществляется в соответствии с законодательством и правилами бухгалтерского учета.

Исследуем сущность категории “расчеты” раскрыв их по мнению авторов, которые представили в таблице 1.

Таблица 1. – Сущность категории “расчеты”

Автор, источник	Сущность
Даль В.И. [2]	Расчеты – расчет с рабочими, с подрядчиком, разделка, расплата по счетам
Сергеев А.П., Толстой Ю.К. [1]	Расчеты – расчетные обязательства опосредуют осуществление платежей за переданное имущество (выполненные работы, услуги) или по иным основаниям
Абалкин Л.И., Шамхалов Ф.И. [3]	Расчеты – погашение обязательств посредством осуществления платежей
Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [9]	Расчеты – исчисление чего-либо, учет данных или возможности совершения чего-либо.

Проанализировав подходы авторов к определению сущности категории “расчеты”, считаем, что наиболее полно и точно определение отразили Сергеев А.П. и Толстой Ю.К. *Расчеты* - расчетные обязательства опосредуют осуществление платежей за переданное имущество (выполненные работы, услуги) или по иным основаниям.

Далее рассмотрим сущность категорий безналичные и наличные расчеты по мнению разных авторов, которую представим в таблице 2.

Таблица 2. – Классификация расчетов

Автор, источник	Перечень классификаций
Гражданский кодекс РФ	Наличные расчеты – расчеты за товары и услуги наличными деньгами. Безналичные расчеты – это расчеты за товары и услуги, осуществляющиеся через банки, в которых открыты соответствующие счета [6].
И. Маковская, Н.Л. Давыдова	Безналичные расчёты – это расчёты, совершаемые путем записей по счетам плательщиков и получателей средств, либо путем зачёта взаимных требований. Наличный расчет – это передача денежных купюр или монет от покупателя продавцу [5].
В. Кудласевич, Ю. Лопух	Безналичные расчёты — это вид денежного обращения, при котором хранение и движение денежных средств происходят без участия наличных денег, путём зачисления денег на банковский счёт и перечисления со счёта плательщика на счёт получателя [4, с. 65].
Ю.А. Ганчаревич, Н.Н. Хоружая	Безналичные расчёты - это погашение обязательств физическими лицами, проводимое через банк посредством осуществления платежей [7, с. 7].

Безналичных расчетов на сегодняшний день является наиболее актуальным видом расчетов как для юридических лиц, так и для государственных органов контроля. Это обусловлено сокращением потребности в наличных денежных средствах, а также снижает расходы на денежное обращение.

Рассмотрим план бухгалтерских счетов в Республике Беларусь, Российской Федерации и Республике Казахстан по учёту расчётов с поставщиками и подрядчиками, представленный в таблице 3.

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

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

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

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

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

В рамках документального оформления расчётов с поставщиками и подрядчиками возникает кредиторская задолженность.

В таблице 4 представлены данные о состоянии кредиторской задолженности в Республике Беларусь по информации Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2016-2022 гг.

Таблица 4. – Состояние кредиторской задолженности по всем видам экономической деятельности в Республике Беларусь в период 2016-2022 гг., в бел. руб.

Год	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Сумма кредиторской задолженности	39 594,6	45 528,3	49 221,8	54 518,5	61 493,6	66 222,4	68 692,2

Примечание – Источник: составлено по [8]

Анализируя таблицу 4 можно отметить, что кредиторская задолженность организаций Республики Беларусь постоянно увеличивается в период с 2016 по 2022 гг. Это может свидетельствовать о том, что организации испытывают финансовые трудности и не могут выполнять свои обязательства в срок.

Список использованных источников

1. Гражданское право: Учебник / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. – т. 2, 534 с.

2. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс] / Расчет – Режим доступа: <https://azbyka.ru/otechnik/Spravochniki/tolkovyj-slovar-zhivogo-velikorusskogo-jazyka-v-i-dalja-bukva-r/1058> - Дата доступа: 03.04.2024.
3. Избранные труды : В 4 т. / Л. И. Абалкин. - Москва : Экономика - 22 см. - Труды Вольного экономического общества России. – 2000, 798с.
4. Кудласевич, В. Развитие безналичных расчётов населения в Республике Беларусь / В. Кудласевич, Ю. Лопух // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи : збірник наукових праць: [матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Ніжин, 12 квітня 2019 р.] / Ніжинський агротехнічний інститут; наук.ред. В.С. Лукач. – Ніжин, 2019. – С. 65-67.
5. Маковская, А.И. Безналичные расчёты, перспективы их развития в Республике Беларусь / А.И. Маковская, Н.Л. Давыдова // SCI-ARTICLE.RU: электронный периодический научный журнал. – 2017. – № 44. – С. 213-219.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ (действующая редакция) / Справочно-правовая система Консультант Плюс.
7. Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы XII международной молодежной научно–практической конференции, УО "Полесский государственный университет", г. Пинск, 6 апреля 2018 г. Ч.1 / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2018. – С. 7-8.
8. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> - Дата доступа: 03.04.2024.
9. Толковый словарь русского языка : 100000 слов, терминов и выражений : [новое издание] / Сергей Иванович Ожегов ; под общ. ред. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – Москва : Мир И образование, 2015. – 1375, с.

УДК 368

РИСКИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАХОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**Е.А. Вакулич, ассистент
Полесский государственный университет**

Внедрение инновационных финансовых технологий в сфере страхования сопряжено с определенными рисками. Каждая новая инновация, прежде всего, представляет собой рискованное предприятие. Инновационная деятельность обязательно связана с необходимостью крупных вложений и является рискованным делом.

Риск предполагает возможность отклонения результатов деятельности от прогнозируемого сценария реализации инновационного проекта, как в положительном, так и в отрицательном направлении. Риск возникает, когда необходимо принять решение при отсутствии определенности или недостаточной информации. Если риск является субъективным, то неопределенность является объективной [1, с. 6].

Таким образом, риск внедрения инноваций подразумевает вероятность возникновения фактора или события, которые могут существенно повлиять на потерю активов, снижение доходов или возникновение дополнительных расходов в результате инновационной деятельности.

На данный момент существует множество классификаций инновационных рисков. В процессе реализации технических новшеств возникает экономический риск. Кроме того, существуют такие риски, как риск оригинальности, технологический риск, финансовый риск, юридический риск, риск неуправляемости проектом или бизнесом, технические и юридические риски, риски сроков и многие другие [2, с. 5].

Риски внедрения инновационных финансовых технологий в страховании включают:

1. Технические проблемы: новые финансовые технологии могут столкнуться с техническими проблемами, такими как сбои в системе, хакерские атаки или проблемы с безопасностью данных.
2. Правовые и регуляторные риски: страховые организации должны соответствовать требованиям регуляторов и законодательства при внедрении новых технологий. Неправильное понимание или интерпретация может привести к юридическим проблемам и штрафам.

3. Риски конфиденциальности и защиты данных: внедрение новых финансовых технологий может повысить риск утечки конфиденциальной информации или нарушения защиты данных страховых организаций и их клиентов.

4. Отказ взаимодействия: некоторые клиенты могут предпочесть использовать традиционные методы страхования и откажутся от новых финансовых технологий. Это может привести к проблемам и оттоку клиентов.

5. Низкая осведомленность и недоверие: многие люди не знакомы с инновационными финансовыми технологиями в страховании и могут испытывать недоверие к этим новым методам.

6. Финансовые риски: внедрение новых технологий требует значительных финансовых вложений со стороны страховых организаций. Результаты этих инвестиций могут быть неопределенными или не достаточно быстрыми, чтобы оправдать затраты.

7. Риск потери рабочих мест: внедрение новых финансовых технологий может привести к автоматизации рутинных задач и потере рабочих мест для людей, чья работа связана с этими задачами.

8. Конкуренция: инновационные финансовые технологии в страховании могут создать дополнительную конкуренцию на рынке, что может стать вызовом для старых организаций, неподготовленных к изменениям [3, с. 188].

Это не исчерпывающий список рисков, но они являются одними из основных при внедрении инновационных финансовых технологий в страхование. Организации должны тщательно оценить эти риски и принять соответствующие меры для их снижения и управления.

Как и в любой инновационной индустрии, внедрение новых финансовых технологий в страховании несет свои риски. Однако, с правильным планированием, выполнением необходимых мер по безопасности и обучением клиентов, эти риски могут быть управляемыми и превратиться в возможности для улучшения деятельности страховой организации.

Список использованных источников

1. Круи, М. Основы риск-менеджмента: учеб. пособие для подготовки к экзамену на получение сертификата Associate PRM: [пер. с англ.] / М. Круи, Д. Галай, Р. Марк; науч. ред. В.Б. Минасян. – Москва: ЮРАЙТ, 2016. – 389 с.

2. Артеменко, В.Б. Организация лексая оценка инновационного риска / В.В. Артеменко. // Управление риском. – 2017. – № 1. – С. 5–20.

3. Фоломьев, А.Н. Менеджмент инноваций: Теория и практика / А.Н. Фоломьев, Э.А. Гейгер. – М.: РАГС, 2017. – 392 с..

УДК 336.7

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА

А.В. Гайдук, А.А. Малюженец, 3 курс

Научный руководитель – **А.М. Шутова, к.э.н., доцент**

Белорусский государственный экономический университет

Банковская деятельность сопряжена с многочисленными рисками, и управление ими является одной из ключевых функций банка. Несмотря на то, что термин «риск» употребляется очень часто, само понятие риска многогранно, и его можно определить по-разному.

В банковском деле риск означает вероятность того, что произойдет событие, которое неблагоприятно скажется на прибыли или капитале банка.

Кредитные операции, приносящие при грамотном управлении ими значительный доход, занимают в банковском деле особое место. Поэтому основным банковским риском, управление которым во многом определяет эффективность деятельности банка, является кредитный риск.

Кредитный риск, связанный с кредитным портфелем, — это риск потерь, которые возникают вследствие дефолта у кредитора или контрагента, носящий совокупный характер. Характеризуется как вероятность непогашения основного долга и процентов, непредвиденные обстоятельства, которые могут возникнуть до истечения срока погашения кредитной задолженности. К кредитному риску, с нашей точки зрения, относится ситуация, связанная только с кредитом, а не с другими

экономическими формами. Управление кредитным риском можно рассматривать как осознанную деятельность, направленную на реализацию интересов кредиторов и заемщиков в рамках принятой кредитной политики [2, с.34].

Высокая степень конкуренции на банковском рынке заставила руководителей банков изменить свое отношение к политике управления рисками.

В сложившейся ситуации становится очевидным необходимость эффективного управления системой банковских рисков, в частности кредитным риском, как одним из наиболее актуальных.

Качественное управление кредитным риском повышает шансы коммерческого банка добиться успехов в долгосрочной перспективе.

Процесс управления кредитным риском достаточно динамичен и его эффективность во многом зависит от быстроты реакции на изменение условий рынка, экономической ситуации в целом, финансового состояния коммерческого банка. Особое значение в решении рискованных задач играет интуиция, которая представляет собой способность находить правильное решение.

Как говорилось ранее, кредитный риск – непогашение заемщиком основного долга и процентов по кредиту, риск процентных ставок и т. д. Избежать кредитный риск позволяет тщательный отбор заемщиков, анализ условий выдачи кредита, постоянный контроль за финансовым состоянием заемщика, его способностью (и готовностью) погасить кредит. Выполнение всех этих условий гарантирует успешное проведение важнейшей банковской операции – предоставление кредитов.

Управление кредитным риском – это и процесс и сложная система. Процесс начинается с определения рынков кредитования, которые часто называются «целевыми рынками». Он продолжается в форме последовательности стадий погашения долгового обязательства.

В свою очередь под методом управления банковским кредитным риском обычно понимают совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект (кредитный риск) для достижения поставленных банком целей [1, с.119].

Можно выделить три основные цели управления банковским кредитным риском:

- предупреждение риска (достигается путем ликвидации предпосылок возникновения кредитного риска в будущем);
- поддержание риска на определенном уровне (данная цель предполагает соблюдение банком требований к уровню риска, которые устанавливаются центральным банком, а также определяются самим банком в соответствии с собственной стратегией);
- минимизация риска при некоторых заданных условиях (предполагает комплекс мер прямого воздействия на кредитный риск).

Следует отметить, что методы управления кредитным риском направлены на кредитный риск во всех его проявлениях. В свою очередь содержание методов управления кредитным риском представляет собой специфику приемов и способов воздействия на объект управления, а организационная форма определяет характер воздействия на рисковую ситуацию.

Кредитный риск составляет наибольшую долю совокупного риска операций банка и поэтому во многом определяет такие показатели банковской деятельности как размер активов, взвешенных по уровню риска, резервы на возможные потери по ссудам, достаточность собственного капитала и в конечном итоге доходность капитала банка. Именно поэтому выбор надежной модели управления кредитным риском является ключевым стратегическим решением руководства банка.

Процесс управления банковским кредитным риском должен осуществляться на двух уровнях – индивидуальном и портфельном. Управление кредитным риском на индивидуальном уровне подразумевает оценку кредитоспособности отдельных заемщиков, а также определение минимальной требуемой доходности по каждой конкретной ссуде. В то же время портфельный уровень управления кредитным риском включает процесс оценки совокупного кредитного риска портфеля банковских ссуд, а также определение оптимальной структуры кредитного портфеля с учетом ограниченности кредитных ресурсов банка [2, с.57].

Предупреждение потерь как метод управления кредитным риском позволяет уберечься от возможных случайных событий с помощью конкретного набора превентивных действий.

Методы оценки, измерения и прогнозирования включают показатели кредитного риска банка (индивидуального и совокупного), качественную и количественную оценку кредитного риска.

Методы избежания кредитного риска предполагают, отказ от расширения круга клиентов и финансирования проектов, выполнимость которых вызывает серьезные опасения.

Таким образом, система управления рисками банка находится в процессе постоянного развития, идущего параллельно с развитием банка, появлением новых банковских продуктов, совершенствованием организационной структуры, развитием информационных систем, изменением рыночных условий и ее задачей является обеспечение нормального функционирования банка в кризисных ситуациях.

Список использованных источников

1. Абдулсаламова, А.А., Казимагомедов, А.А. Банковские риски: учебное пособие / А.А. Абдулсаламова, А.А. Казимагомедов. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : КНОРУС, 2020. – 220 с.
2. Лаврушин, О.И., Валенцева, Н.И. Банковские риски: учебное пособие / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2015. – 292 с.

УДК 657.6

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

С.В. Гордюк, 3 курс

Научный руководитель – **Е.А. Хрусь**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В современных условиях вопросы коммуникации экономических субъектов и достоверности экономической информации, на которой основываются большинство управленческих решений, приобретают особую актуальность. Внедрение международных стандартов финансовой отчетности направлено на повышение качества и надежности экономической информации для всех групп пользователей.

Международные стандарты финансовой отчетности (далее МСФО) – это система стандартов и интерпретаций, а также специальных документов, предназначенных для формирования финансовой отчетности, которая может свободно использоваться широким кругом внешних заинтересованных сторон.

Преимущества внедрения МСФО для Республики Беларусь связаны, в первую очередь, с привлечением иностранного капитала, повышения доверия иностранных инвесторов к национальному бизнесу, что позволит увеличить количество совместных проектов, повысить рыночную капитализацию, обеспечить повышение прозрачности отечественных компаний и улучшить имидж белорусских компаний за рубежом. Даже в период глобальной турбулентности и смене направлений внешнеэкономических связей государства, стандарты финансовой отчетности остаются международным языком, который понятен и доступен инвестиционно-экономическому сообществу.

Некоторые белорусские предприятия, учредителями которых являются иностранные инвесторы, уже составляют финансовую отчетность в соответствии с МСФО.

Министерством финансов и Национальным банком Республики Беларусь проводится значительная методологическая работа по сближению национального законодательства в области бухгалтерского учета с требованиями международных стандартов. Так, в соответствии с совместным постановлением Совета Министров и Национального банка с 1 января 2017 г. в Республике Беларусь приняты 42 международных стандарта финансовой отчетности и 26 интерпретаций к ним [2]. С 2008 года представители финансово-кредитного сектора уже формируют отчетность в соответствии с МСФО, а с 2025 года Национальный банк анонсировал переход на ведение бухгалтерского учета в банках в соответствии с международными стандартами.

Переход на МСФО банковского сектора объясняется значительным присутствием иностранного капитала и необходимостью представления информации иностранным акционерам и инвесторам. Банковская система Республики Беларусь на 1 января 2023 включала 14 банков с долей участия иностранных инвесторов в уставном фонде более 50 процентов (в 3 банках она составила 100 процентов) [3]. Однако, многие практики считают, что не следует ожидать, что белорусские организации, за исключением крупных, в ближайшем будущем перейдут на ведение бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности на основе МСФО. Основным сдерживающим факто-

ром выступает незаинтересованность самих организаций. Многие организации малого и среднего бизнеса не заинтересованы в привлечении инвестиций и не готовы нести дополнительные издержки, которые связаны с параллельным учетом по МСФО или формированием дополнительной отчетности. Вместе с тем, ряд общих проблем и рисков, характерных для этапа перехода, с которыми сталкивается экономика включает:

1. Отсутствие или нехватка специалистов по МСФО. Зависит от особенностей регионального размещения организации и ее структур, недостаточный уровень оплаты труда, текучесть кадров.

Профессиональное обучение и подготовка сотрудников: обучение команды, ответственной за финансовую отчетность, поможет им лучше понимать и корректно применять требования МСФО.

2. Информационные процессы в бухгалтерском учете в настоящее время в значительной степени автоматизированы, однако, отсутствие или низкое качество информационных систем, гарантирующих применение МСФО является проблемой. Это связано с отсутствием подразделений информационных технологий (ИТ), высокими затратами на приобретение программного обеспечения для создания баз данных.

3. Искажение и сокрытие информации. Низкая квалификация бухгалтеров и сотрудников, которые предоставляют первичную информацию, недостатки в организации сбора и передачи информации.

Предоставление актуальной информации: регулярное обновление информации о требованиях МСФО и изменениях к ним поможет избежать ошибок и проблем при внедрении и использовании. Формирование системы контроля за соблюдением стандартов позволит своевременно исправлять любые выявленные неточности и ошибки.

Таким образом, несмотря на то, что переход на МСФО является сложным, неопределенным и по мнению ряда специалистов неоднозначным процессом. Внедрение международных стандартов в процессы отражения результатов финансово-хозяйственной деятельности предоставит белорусским организациям новые возможности для развития, тем самым повысив их инвестиционную привлекательность и позволив участвовать на международном рынке капитала.

Список использованных источников

1. Кухто, Ю. Ю. Переход на МСФО: проблемы, вызовы и пути для белорусских организаций [Электронный ресурс] / Ю. Ю. Кухто. – Режим доступа: <https://promsfo.by/articles/element/the-transition-to-ifs-challenges-problems-and-ways-for-belarusian-organizations/> – Дата доступа: 20.03.2024.

2. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь 12 июля 2013 г. № 57-З: с изм. и доп. от 11 октября 2022 г. № 210-3.// Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057>. – Дата доступа: 25.03.2024.

3. Об утверждении отчета Национального банка за 2022 год [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь от 18 мая 2023 г. №142// Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/report/report2022.pdf>. – Дата доступа: 25.03.2024.

УДК 657.6

АУДИТ: СУЩНОСТЬ, РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ

К.В. Гороховик, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Роль аудита и аудиторской деятельности является ключевой для обеспечения финансовой прозрачности и устойчивости бизнеса в условиях быстро меняющейся экономической среды. Аудит не только обеспечивает достоверность финансовой отчетности, но и помогает предотвращать финансовые мошенничества и минимизировать риски для заинтересованных сторон. В современном мире, где доверие играет ключевую роль, аудит и аудиторская деятельность становятся неотъемлемой частью управления организацией и принятия стратегических решений.

Основным нормативно-правовым актом, регулирующим аудиторскую деятельность Республики Беларусь, является Закон Республики Беларусь "Об аудиторской деятельности" от 18 июля 2019 г. № 229-3 [1].

Рассмотрим сущность категорий "аудит" и "аудиторская деятельность" в таблице 1.

Таблица 1. – Сущность категорий "аудит" и "аудиторская деятельность"

Автор или источник	Сущность
Закон Республики Беларусь "Об аудиторской деятельности" № 229-3 [1]	Аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности – аудиторская услуга по независимой оценке бухгалтерской и (или) финансовой отчетности аудируемого лица, в том числе составленной в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности и их разъяснениями или законодательством других государств, в целях выражения аудиторского мнения о ее достоверности. Аудиторская деятельность – предпринимательская деятельность по оказанию аудиторскими организациями, аудиторами, осуществляющими деятельность в качестве индивидуальных предпринимателей, аудиторских услуг.
В.Н. Лемеш [2, с.22, с.36]	Аудит – это наука о совокупности и развитии трехсторонних отношений, возникающих между субъектами информационного обмена, по обеспечению объективного и полного формирования информации об имущественном и финансовом состоянии аудируемого лица, результаты деятельности которого используются в процессе принятия управленческих решений пользователями такой информации. Аудиторская деятельность – предпринимательская деятельность по независимой проверке (аудиту) бухгалтерского учета и бухгалтерской (финансовой) отчетности и других документов организаций, их обособленных подразделений, хозяйственных групп, банковских групп, банковских холдингов, простых товариществ, индивидуальных предпринимателей, а при необходимости и (или) по проверке их деятельности, которая должна отражаться в бухгалтерской (финансовой) отчетности, в целях выражения мнения о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности и соответствия законодательству совершенных финансовых (хозяйственных) операций.
Дж.К. Робертсон [3]	Аудит – это деятельность, направленная на уменьшение предпринимательского риска.
Э.А. Аренс и Дж. К. Лоббек [4]	Аудит – это процесс, посредством которого компетентный независимый работник накапливает и оценивает свидетельства об информации, поддающейся количественной оценке и относящейся к специфической хозяйственной системе, чтобы определить и выразить в своем заключении степень соответствия этой информации установленным критериям.
В.А. Хмельницкий [5, с.129-130]	Аудит – проведение проверок финансово-хозяйственной деятельности организаций и предприятий как независимыми аудиторами (внешний аудит), так и специалистами, работающими в этих же организациях, на предприятиях (внутренний аудит). Аудиторская деятельность – предпринимательская деятельность физических и юридических лиц (аудиторов – индивидуальных предпринимателей и аудиторских фирм), осуществляющих в соответствии с действующим законодательством и на основании лицензии, выдаваемой соответствующим органом государственного управления, независимые проверки, в процессе которых исследуются хозяйственные процессы и финансовые операции, отраженные в первичных документах, записи в бухгалтерской и статистической отчетности, финансовой, технологической и иной документации на предмет их соответствия установленным нормам и правилам с последующей выдачей аудиторского заключения, а также оказывающих сопутствующие аудиту услуги в соответствии с заключенными договорами.

Таким образом, проанализировав мнения различных авторов относительно сущности категорий "аудит" и "аудиторская деятельность", можно сделать вывод, что наиболее полно и точно определение "аудит" сформулировано в Законе Республики Беларусь "Об аудиторской деятельности".

При этом необходимо заметить, что многие ученые совмещают понятия аудит и аудиторская деятельность, что не в полной мере отражает действительность. Наиболее точно раскрыто понятие "аудиторская деятельность" Хмельницким О.О. В нем он отразил различные аспекты аудиторской деятельности, начиная с определения участников, условий осуществления и заканчивая основными этапами проведения и выдачей результата.

Проведем анализ рынка аудиторских услуг в Республике Беларусь в динамике за последние 3 года.

Таблица 2. – Численность аудиторов и аудиторских организаций в динамике за период 2020-2022 гг.

Показатели	Год			Отклонение 2022 г. от 2020 г.	Темп роста 2022 г. к 2020 г., %
	2020	2021	2022		
Аудиторы, чел.	1350	1321	1224	- 126	90,67
Аудиторы – индивидуальные предприниматели, чел.	335	286	262	- 73	78,21
Аудиторские организации, ед.	73	71	67	- 6	91,78

Примечание – Источник: [6, 7]

Данные, представленные в таблице 2, позволяют выявить в 2022 г. в сравнении с 2020 г. сокращение числа аудиторов на 9,33% (или 126 чел.), индивидуальных предпринимателей, осуществляющих соответствующую деятельность на 21,79% (или 73 чел.). Аудиторские организации, в свою очередь, показывают наименьшее изменение: -8,22% или 6 ед.

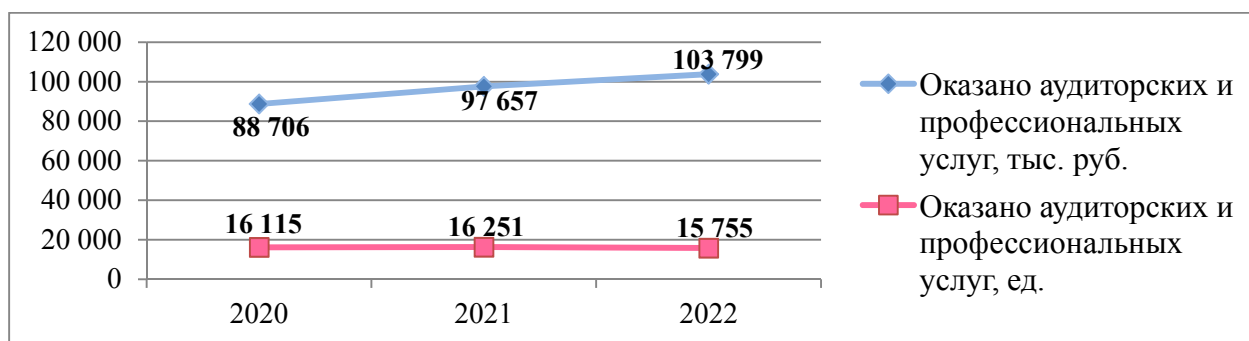


Рисунок 1. – Объем оказанных услуг аудиторскими организациями и аудиторами – индивидуальными предпринимателями за 2020-2022 гг.

Примечание – Источник: [6, 7]

Число оказанных аудиторских услуг в течение анализируемого периода снизилось на 2,23% или 360 ед., при этом объем оказанных услуг в денежном выражении увеличился на 17,01% и составил в 2022 г. 103 799 тыс. руб.

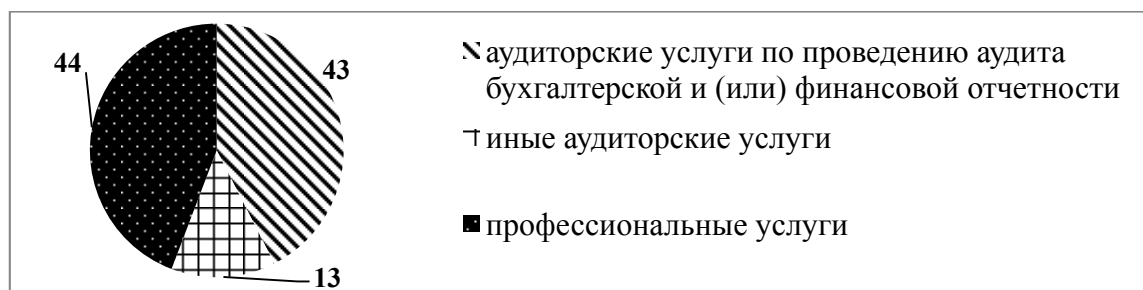


Рисунок 2. – Структура услуг, оказанных аудиторскими организациями и аудиторами – индивидуальными предпринимателями в 2022 г., %

Примечание – Источник: [7]

На основе данных, представленных на рисунке 2, можно сделать вывод, что в 2022 г. в структуре услуг, оказанных аудиторскими организациями и аудиторами, профессиональные услуги и аудиторские услуги по проведению аудита бухгалтерской и (или) финансовой отчетности имеют практически одинаковый удельный вес: 44 и 43% соответственно.

Таким образом, в работе были рассмотрены сущность, значение и статистические данные аудита и аудиторской деятельности.

Список использованных источников

1. Закон Республики Беларусь "Об аудиторской деятельности" от 18 июля 2019 г. № 229-З [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300056>. – Дата доступа: 30.03.2024.
2. Аудит: пособие / В.Н. Лемеш. – 4-е изд., перераб. И доп. – Минск: Амалфея, 2020. – 292 с.
3. Робертсон Дж. Аудит / Дж. Робертсон; пер. с англ. – М.: КРМУ, аудиторская фирма «Контакт», 1993
4. Арнс Э.А., Лоббек Дж.К. Аудит / пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 1995. – 250 с.
5. Ревизия и аудит: Учеб. Комплекс / В.А. Хмельницкий. – Мн. Книжный дом, 2005. – 480 с.: ил.
6. Итоги аудиторской деятельности за 2021 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/ru/auditor_activities/market_indicators/doc/f1e9015f443d4618.html. – Дата доступа: 30.03.2024.
7. Итоги аудиторской деятельности за 2022 год [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/ru/auditor_activities/market_indicators/doc/77bc77a6514e40d8.html. – Дата доступа: 30.03.2024.

УДК 657.2

СПРАВЕДЛИВАЯ СТОИМОСТЬ: ЭТАПЫ ЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.Д. Грицкова, 3 курс

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

При оценке имущества часто ставится задача определения ее «справедливой» стоимости. Всё чаще заказчики ссылаются на нормативные документы, в которых есть прямое указание определять только справедливую стоимость. Она широко используется в финансовой отчетности – от модели переоценки в МСФО (IAS) 16 «*Основные средства*» – до широко распространенного применения в более сложном МСФО (IFRS) 9 «*Финансовые инструменты*».

В МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» приводится следующее определение справедливой стоимости – цена, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства в ходе обычной сделки между участниками рынка на дату оценки [1].

Исходя из определения видно, что справедливая стоимость:

- для актива – это цена покупателя (цена, которая может быть получена от покупателя при продаже актива, например, инвестиционная недвижимость, запасы и др.)

- для обязательства – это цена принимающей стороны (при этом обязательство должно быть принято принимающей стороной непогашенным, например, обязательства, приобретенные в результате объединения бизнеса)).

Относительно определения справедливой стоимости важно отметить два основных момента.

Во-первых, стандарт устранил следующую неопределенность в оценке справедливой стоимости: справедливая стоимость – это цена покупателя или цена продавца?

Во-вторых, стандарт устанавливает следующие критерии для определения участников рынка. Участники рынка – покупатели и продавцы на основном (или наиболее выгодном) рынке, которые: независимы друг от друга; хорошо осведомлены и имеют необходимую информацию об операции и ее предмете (активе или обязательстве); имеют возможность и желают участвовать в операции с данным активом или обязательством [2].

Следует отметить, что определение справедливой стоимости является достаточно сложным процессом, требующим соответствующих знаний и нужной информации. На рисунке 1 представлен алгоритм действий для определения справедливой стоимости.

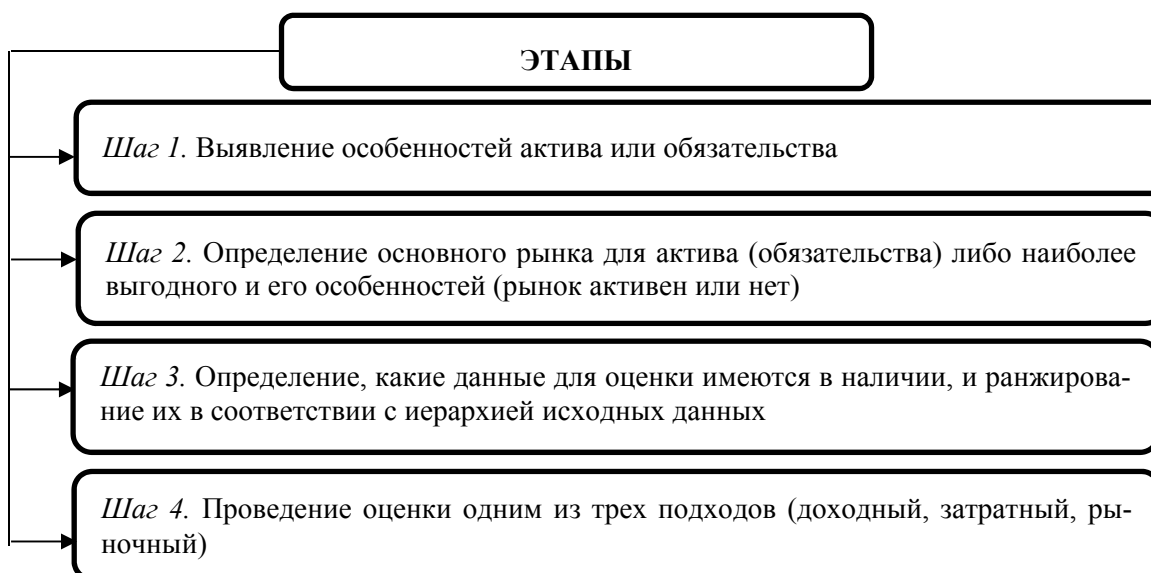


Рисунок – Порядок оценки справедливой стоимости актива или обязательства

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Справедливая стоимость в соответствии с МСФО предполагает соблюдение определенных условий:

- стороны совершают сделку, исходя из собственных экономических интересов;
- стороны не имеют друг перед другом обязательств, способных повлиять на справедливую стоимость активов или обязательств;
- владелец актива или обязательства предоставил полную информацию об объекте сделки;
- участники сделки при ее совершении получают экономические выгоды [2].

Результаты проведенного исследования показали, что в последнее время в законодательной базе Республики Беларусь категория «справедливая стоимость» все чаще стала появляться в нормативных правовых актах (таблица 1).

Таблица – «Использование справедливой стоимости в нормативно-правовых актах»

Нормативно-правовой акт	Объект оценки
Национальный стандарт бухгалтерского учёта и отчетности «Финансовые инструменты» от 22 декабря 2018 г. №74	Финансовый инструмент
Национальный стандарт бухгалтерского учёта и отчетности «Запасы» от 28 декабря 2022 г. №64	Запасы
Инструкция по бухгалтерскому учёту банковских операций с драгоценными металлами, драгоценными камнями от 18 июля 2023 года №257	Слитки, монеты, обезличенные драг. металлы, драгоценные металлы во вкладах
Инструкция по бухгалтерскому учёту операций в иностранной валюте от 11 апреля 2023 г. № 129	Немонетарные статьи
Инструкция по бухгалтерскому учёту операций с имуществом и аренды от 27 апреля 2023 г. №160	Имущество (основные средства, нематериальные активы, инвест. недвижимость)

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3-7]

Резюмируя выше изложенную информацию, следует отметить, что еще несколько лет назад вопрос внедрения в белорусскую учетную практику основных положений МСФО относительно справедливой стоимости являлся острым по той причине, что законодательная база Республики Беларусь в области оценки справедливой стоимости и учета объектов по справедливой стоимости была неразвита. Однако, на сегодняшний день, как показали результаты проведенного исследования, произошел «прорыв» на принципиально новый уровень развития учета и оценки в Республи-

ке Беларусь. Законодательство страны пополнил ряд нормативных правовых актов, в которых нашли свое отражение объекты, которые должны быть оценены по справедливой стоимости. Следует отметить, что в сегодняшних реалиях приоритет справедливой стоимости объясняется основными свойствами справедливой стоимости, такими как: объективность, отсутствие принуждения сторон и полная информированность о предмете сделки.

Список использованных источников

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minfin.gov.by/upload/accounting/mfso/post_190816_657_20.pdf. – Дата доступа: 01.04.2024 г.
2. Что подразумевает понятие справедливая стоимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://finacademy.net/materials/article/chto-takoe-spravedlivaya-stoimost-v-msfo> – Дата доступа: 26.03.2024.
3. Национальный стандарт бухгалтерского учёта и отчетности «Финансовые инструменты»: утв. постановлением Мин-ва финансов Респ. Беларусь от 22 декабря 2018 г. №74 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Минск, 2024.
4. Национальный стандарт бухгалтерского учёта и отчетности «Запасы»: утв. постановлением Мин-ва финансов Респ. Беларусь от 28 декабря 2022 г. №64 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Минск, 2024.
5. Инструкция по бухгалтерскому учёту банковских операций с драгоценными металлами, драгоценными камнями: утв. постановлением Правления НБ Респ. Беларусь от 18 июля 2023 года №257 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Минск, 2024.
6. Инструкция по бухгалтерскому учёту операций в иностранной валюте: утв. постановлением Правления НБ Респ. Беларусь от 11 апреля 2023 г. № 129 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Минск, 2024.
7. Инструкция по бухгалтерскому учёту операций с имуществом и аренды: утв. постановлением Правления НБ Респ. Беларусь от 27 апреля 2023 г. №160 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Минск, 2024.

УДК 336.74

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НА ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Я.А. Грицук, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Современный мир предлагает потребителям большой спектр товаров, связанных с финансами: кредиты, страхование, акции и др. Непонимание работы вышеупомянутых инструментов приводит к задолженностям, убыткам и банкротству. Низкий уровень финансовой грамотности населения может сказаться на уязвимости людей перед мошенниками. Более того, потребители, не способные адекватно оценить риски и принимать обоснованные финансовые решения, могут стать бременем для экономики, повышая нестабильность рынков и создавая препятствия для устойчивого развития.

Всем вышеперечисленным определяется актуальность тематики данного исследования. Его целью является выявление связи между уровнем финансовой грамотности и выбором, использованием и результатами использования различных финансовых инструментов.

Лихолетова Н.В. и Олейникова И. Н. определяют финансовую грамотность как «совокупность знаний, навыков и установок в сфере финансового поведения человека, ведущих к улучшению благосостояния и повышению качества жизни» и «умение распорядиться личными деньгами и принятие ответственности за свои решения» [1, с.14].

Для оценки финансовой грамотности в Республике Беларусь организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 2021 было проведено исследование, результаты которого показывают довольно высокий уровень базовых знаний о финансовых инструментах: 49% населения страны известны такие понятия, как инфляция и покупательская способность, а 67% знакомы с

термином «диверсификация», что превышает значение этого показателя среди других стран, 78% продемонстрировали понимание расчетов процентов [2].

Опрос населения 2022 года о страховании, инвестировании, защите прав потребителей и прочем показал, что уровень финансовых знаний в этих областях недостаточно велик. Почти 30% граждан утверждают, что они не сильны в вопросах страхования и налогообложения, 36,6% – в вопросах инвестирования и 33,5% в вопросах защиты прав потребителей. Наибольшее количество положительных оценок выявлено о таких инструментах, как сбережение и использование цифровых инструментов [3].

Согласно статистическим данным, наиболее известными среди финансовых услуг являются обмен валют (99,2%) и денежные переводы (85,1%), среди продуктов – банковская платёжная карточка и вклад/депозит. Наименее известны населению такие инструменты как инвестиции (46,9%), накопительное страхование (46,2%) и хранение ценностей в ячейках банка (42,2%) [3].

Хранение денег с помощью различных финансовых инструментов и приобретение соответствующих услуг признали выгодным и наименее рискованным лишь 38,5% респондентов, что свидетельствует о консервативности подходов к управлению личными финансами среди населения [3].

Следует отметить, что выбранные большинством финансовые услуги, такие как обмен валют и денежные переводы, не всегда являются наиболее эффективными вариантами использования финансовых ресурсов, а менее распространенные: инвестиции и накопительное страхование, – могут быть более выгодным способом распоряжения деньгами. Из представленных выше данных можно заключить, что люди принимают решения, касающиеся их финансов, на основе ограниченной и недостоверной информации, не учитывая риски и последствия их действий.

Резиденты, характеризующиеся высоким уровнем финансовой грамотности склонны к более осознанному и обдуманному подходу к управлению своими финансами. Они ищут потенциальные выгоды, ведут расчёты и анализируют сложившуюся ситуацию, продумывают стратегии поведения, определяют их продолжительность, и, в связи с этим, они менее подвержены финансовым потерям. Для них характерны такие черты, как рациональность, экономическая осведомленность, стрессоустойчивость и ответственность.

В поведении их оппонентов отмечается скептицизм и неуверенность в качестве и безопасности предлагаемых финансовых продуктов и услуг. Им свойственно ограждение себя от рисков, которые были восприняты особенно серьезно из-за недостоверности или неполноты полученной ими информации.

Респонденты с низким уровнем финансовой грамотности отдают предпочтение таким финансовым инструментам, как банковская платёжная карточка, обмен валют, денежные переводы, рассрочка, вклад (сберегательный счёт, депозит), кредитная рассрочка, кредиты на недвижимость, отдых и/или покупку товаров/услуг. Люди с высоким уровнем знаний также используют вышеперечисленные инструменты, но применяя отличные от оппонентских подходы. Кроме этого они прибегают к инвестированию, страхованию, лизингу, рефинансированию кредита и др.

Последствия выбора резидентом того или иного финансового инструмента могут быть дифференцированы в зависимости от уровня его финансовых знаний. Результат использования финансового средства более осведомлённым человеком, как правило, представляет собой увеличение доходов и накоплений, повышение кредитоспособности и рост инвестиционных возможностей, стабильность в финансах, минимизацию рисков и попаданий в аферы.

Недостаточная финансовая грамотность может привести к накоплению долгов, проблемам в управлении бюджетом, упущению возможностей роста, низкому уровню накоплений или их отсутствию, плохой кредитной истории, нестабильности и уязвимости перед мошенниками.

Примечательно, что 35% респондентов не считают нужным повышение уровня финансовой грамотности и не испытывают интерес ни к одной из предложенных в опросе тем: защита прав потребителей, финансовая безопасность и мошенничество, юридические аспекты в финансовых вопросах, пенсионное планирование и обеспечение доходов в пожилом возрасте, сберегательные услуги и др.

Рассматриваемое меньшинство подчёркивает необходимость дальнейшей работы по информированию граждан и их финансовому обучению. Однако большинство всё же отмечают повышение финансовой грамотности как одно из направлений своей деятельности. Это указывает на осозна-

ние важности знаний в рассматриваемой области, как для личного благополучия, так и для общества.

Согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь "О плане совместных действий по повышению финансовой грамотности населения на 2019 – 2024 годы" финансовая грамотность рассматривается как «необходимое условие улучшения благосостояния и качества жизни граждан Республики Беларусь и укрепления финансовой стабильности в стране» [4].

Государство, повышая осведомлённость людей о различных финансовых инструментах и развивая умение использовать все предоставляемые возможности, способствует развитию экономики, снижает риск финансовых кризисов и увеличивает стабильность финансовой системы.

Таким образом, уровень финансовой грамотности имеет сильное воздействие на использование гражданами финансовых инструментов: частое, наиболее рациональное и эффективное их применение отмечается у людей с высоким уровнем финансовых знаний. Они приобретают большее количество предлагаемых рынком инструментов для достижения финансовых и других целей, чем люди с низким уровнем финансовой грамотности. Уровень информированности о финансовых инструментах непосредственно влияет на выбор стратегии использования финансовых ресурсов населения, поэтому увеличение уровня финансовой грамотности является приоритетной задачей не только государства, но и каждого человека индивидуально.

Список использованных источников

1. Лихолетова, Н. В. Экономическая культура и основы финансовой грамотности : учебник / Н. В. Лихолетова, И. Н. Олейникова. – Персиановский : Донской ГАУ, 2022. – 228 с.

2. Financial Literacy Levels in the Commonwealth of Independent States in 2021 [Electronic resource]// OECD – Access mode: <https://www.oecd.org/finance/financial-education/financial-literacy-levels-in-the-commonwealth-of-independent-states-2021.htm>. – Date of access: April 1, 2024.

3. Отчет о выполнении научно-исследовательской работы по теме: «Оценка и анализ финансовой грамотности населения Республики Беларусь» [Электронный ресурс]// Национальный банк Республики Беларусь – Режим доступа: https://www.nbrb.by/today/finliteracy/research/issledovanie_obschie_2022.pdf . – Дата доступа: 01.04.2024

4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 12 апреля 2019 года № 241/6 "О плане совместных действий по повышению финансовой грамотности населения на 2019 – 2024 годы" [Электронный ресурс]// Национальный банк Республики Беларусь – Режим доступа: https://www.nbrb.by/today/finliteracy/docs/pdf/p241_6.pdf . – Дата доступа: 01.04.2024

УДК 657

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СЕЛЬСКО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

К.В. Гродель, 3 курс

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

На современном этапе развития производственного процесса важная роль отводится учету запасов, так как любой хозяйствующий субъект имеет кругооборот средств, скоростью движения которых во многом определяется эффективность всей предпринимательской деятельности. Операции с запасами носят массовый характер, затрагивают практически все сферы финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта и наиболее уязвимы с точки зрения нарушений и злоупотреблений. Данный аспект является предпосылкой для актуализации развития управленческой отчетности коммерческих организаций.

На сегодняшний день учет запасов в Республике Беларусь ведется в соответствии с Национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности «Запасы» № 64 от 28.12.2022 и на основании Инструкции о порядке применения типового плана счетов №50 от 29.06.2011 [1; 2].

Результаты проведенного исследования показали, что в организациях, в частности сельскохозяйственных, не нашли своего широкого распространения управленческие отчеты, значимость которых нельзя недооценивать.

Известно, что логическим завершением учетного процесса является отчетность. Именно в отчетности отражаются данные, накапливаемые за определенный период времени. Поэтому целесообразно разработать и внедрить учетно-контрольную практику сельскохозяйственных организаций (тех организаций, в структуре запасов которых значительный удельный вес занимают корма) управленческий отчет о движении кормов (рисунок 1).

(наименование организации) Отчет № _____ О движении кормов за _____ 20__ г.														
Наименование корма	Ед. изм	Остаток на начало				Расход				Остаток на конец				Коэффициент покрытия потребности*
		Покупные корма		Корма собственного производства		Покупные корма		Корма собственного производства		Покупные корма		Корма собственного производства		
		Кол-во	Стоим-сть	Кол-во	Стоим-сть	Кол-во	Стоим-сть	Кол-во	Стоим-сть	Кол-во	Стоим-сть	Кол-во	Стоим-сть	
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Рапсовый шроты														
Силос														
...														
X	X	X		X		X		X		X		X		
<p><i>Справочно* : коэффициент покрытия потребности рассчитывается как отношение остатка кормов к их плановой потребности</i></p> <p>Приложение документов _____ шт.</p> <p>Материально ответственное лицо _____ (подпись) _____ (ФИО)</p> <p>Отчет проверил _____ (подпись) _____ (ФИО)</p>														

Рисунок – Рекомендуемая форма управленческого отчета о движении кормов

Отчет о движении кормов – необходимый документ, который оформляется для учета движения кормов на предприятиях, специализирующихся на производстве сельскохозяйственной продукции.

Составляет данный отчет материально-ответственное лицо на основании первичных документов по потреблению кормов. При заполнении формы отчета используются документы, на основании которых производились прием и отпуск кормов (товарно-транспортные накладные, карточки учета расхода кормов, акты, требования, и др.).

В отчете указывается информация за какой период отражается движение кормов; фамилия, имя и отчество ответственного лица; данные о количественной и стоимостной оценке кормов на начало и на конец рассматриваемого периода; данные о потреблении кормов.

В рекомендуемом управленческом отчете должны найти свое отражение абсолютно все корма, которые отражаются в системе учета организации с указанием единиц измерения. Заносится остаток на начало отчетного периода, поступления от организации и водителей, расход корма, а также остаток на конец периода. В конце формы отчета проставляется количество листов приложений к данному отчету и ставится подпись материально-ответственного лица.

Отметим, что рекомендуемая для внедрения в учетно-контрольную практику сельскохозяйственной организации форма управленческого отчета о движении кормов имеет ряд достоинств, а именно:

- экономит временные затраты на поиск и обработку учетной информации о количестве и стоимости потребляемых кормов;
- наглядно демонстрирует, какими кормами организация покрывает потребности (собственными и заемными);
- предоставляет возможность руководству наглядно видеть данные о расходе кормов в натуральном выражении и в стоимостном);
- может использоваться для целей сверки фактического наличия кормов с данными учета организации при проведении инвентаризации;
- информация последней графы управленческого отчета может быть использована при планировании поставок кормов на прогнозный год (своего рода повысит качество системы планирования организации).

Считаем, что предложенную форму управленческого отчета о движении кормов следует составлять ежемесячно (что позволит своевременно отследить резкое увеличение потребления запасов, неравномерность их использования), что в свою очередь позволит значительно расширить масштабы контрольной функции. Отчет с приложениями (требования-накладные, товарно-транспортные накладные и др.) передается в бухгалтерию в установленными документооборотом организации сроки.

Таким образом, считаем, что, несмотря на наличие уже имеющейся исходной концептуально-методологической базы исследования, предложенные в данной работе рекомендации по совершенствованию информационного обеспечения сельскохозяйственных организаций, специализирующихся на животноводстве, позволят внести качественный вклад в формирование системно-целостного представления об учете запасов.

Список использованных источников

1. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Запасы»: постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 28.12.2022 г. № 64 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] /ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2024. – Дата доступа: 02.04.2024.
2. Инструкция о порядке применения типового плана счетов: постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 (в ред. пост. от 28.12.2022 г. № 64) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] /ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2024. – Дата доступа: 02.04.2024.

УДК 336.7

К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ УГЛЕРОДНОГО РЫНКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.Л. Елисавецкая, 4 курс

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

Углеродное регулирование в Российской Федерации развивается с момента подписания Киотского протокола в 1997 г. Изначально возможности углеродного рынка не привлекали внимание бизнеса. Даже при поддержке государства отечественным компаниям не удалось в полной мере

реализовать потенциал инвестирования в климатические проекты. Так, в 2008 г. несколько десятков климатических проектов российских компаний было представлено к регистрации на международном рынке, но все они получили отказ из-за несоответствия необходимым протоколам; в 2012 г. было подано 75 заявок по российским климатическим проектам, и большинство из них на этот раз получило одобрение [4].

Несмотря на неплохой старт и возможности, национальный углеродный рынок так и не сформировался, а международный – не пользовался спросом у российских предпринимателей. В 2019 г. в России было ратифицировано Парижское соглашение, в условиях которого предписывалось снижение объема выбросов на 80%, по сравнению с 1990 г. [5]. Темп декарбонизации российской экономики оставался достаточно низким, поэтому было необходимо развитие национального углеродного рынка, стимулом для которого стало начало Сахалинского проекта в 2022 г. [6], главная цель которого состоит в достижении углеродной нейтральности к 2025 году [1].

В работе анализируются проблемы развития углеродного рынка в России. Целью исследования является оценка перспектив развития национального углеродного рынка с учетом актуальных ограничений и возможностей. Исследование предполагало следующие основные этапы: обзор опыта участия РФ в углеродном регулировании; анализ текущей ситуации на российском углеродном рынке; оценка будущих перспектив его развития.

Пока что российское государство применяет мягкую политику в отношении становления углеродного рынка – введение обязательных углеродных требований через квотирование выбросов парниковых газов в формате Сахалинского эксперимента [6]. Наряду с этим, предприятия смогут торговать не только остатками не востребуемых квот, но и углеродными единицами, полученными в результате инициативных проектов (далее единицы квоты и углеродные единицы будут обозначаться «у. е.»). Следовательно, будут развиваться и добровольный, и регулируемый сегменты углеродного рынка. Некоторые области также высказали желание присоединиться к эксперименту: Хабаровский край, Башкирия, Иркутская и Калининградская области.

На данный момент наибольшую активность в реализации климатических проектов для эмиссии у. е. проявляют в основном крупные компании, например, Газпром. Такие проекты часто являются долгосрочными. Небольшие компании не могут позволить себе принять риск окупаемости климатических проектов, испытывая ограничения в доступе к финансированию. Также российские потребители не придают существенного значения экологической репутации компании, и для бизнеса не создаётся дополнительного стимула для работы в данной области. Поэтому государство применяет меры для стимулирования предприятий к участию в углеродном рынке. Совсем недавно была предложена инициатива по освобождению от уплаты НДС при реализации компаниями у. е. от их климатических проектов. Несмотря на поддержку государства, всё же компаниям не хватает регулируемых технологических площадок для полноценного взаимодействия на данном сегменте финансового рынка.

Ограничения в виде санкций и социальное напряжение между странами, замедляя развитие углеродного регулирования в Российской Федерации. Прогресс идёт гораздо медленнее, и сложнее заинтересовать менее крупные предприятия. Так, из-за сложившихся геополитических обстоятельств у российских компаний возникли сложности при выходе на международные углеродные рынки. Этот недостаток планируют компенсировать благодаря вовлечению иностранных участников в национальные климатические проекты. Однако реализация этих планов затруднена, так как услуги углеродного реестра в России предоставляются через портал Госуслуг [5], что делает реестр практически недоступным для иностранных лиц. Кроме этого, не предусмотрено возможности перевести российские у. е. в иностранный реестр.

Несмотря на отмеченные проблемы, углеродный рынок в России продолжает свое развитие. На данный момент в национальном углеродном реестре насчитывается 22 проекта [2], а 26 сентября 2022 г. уже была заключена одна из первых углеродных сделок на Национальной товарной бирже [2]. Среди проектов присутствуют инициативы таких предприятий, как «Татнефть», у которого на 1 млн выручки приходится 6,24 т выбросов парниковых газов [7], и «СИБУР-Кстово», аналогичный показатель для которого составляет 23,8 т [7]. Сибур уже к ноябрю 2023 года смог реализовать 2000 у. е. по цене 700 рублей, что является средней ценой на аукционе [3]

Выгода от этих проектов, несомненно, есть. Данная система наконец-то поможет стимулировать российские компании на создание новых технологий с меньшим углеродным выбросом и их

применение в деятельности компаниями. Также это привлечёт внимание к актуальной «зеленой» повестке, за которой, возможно, последует следующая череда необходимых законопроектов. Так как планируется что для предприятий будет формироваться своя квота, то не получится перепродавать просто избыток квот. Только работа над уменьшением выбросов даст компании возможность реализации свободных единиц.

Обобщим основные выводы.

- Международный рынок в данный момент является слишком труднодоступным для российских клиентов, однако остаются возможности для взаимодействия с партнерами из дружественных и нейтральных стран. Российский реестр также не предоставляет доступной возможности для иностранцев зарегистрировать результаты своих климатических проектов. В настоящее время этот недостаток можно рассматривать как возможность сделать акцент на развитие национального углеродного рынка. При этом опыт Сахалинского эксперимента может быть использован для расширения периметра обязательного углеродного регулирования.

- Государственный контроль необходим для данной сферы так же, как и стимулирование климатических инициатив. Опыт разных стран помог выявить наиболее удачную стратегию для построения собственной линии поведения на углеродном рынке. И постепенно эта сфера будет набирать всё большую востребованность среди российских предприятий.

- Значительная проблема может состоять в том, что на российском рынке будут присутствовать только крупные компании. По крайней мере, в начале точно данная особенность будет актуальна, поскольку реализация проектов занимает длительное время и требует значительных ресурсов. Но в будущем станет возможно привлечь и менее крупные предприятия.

Таким образом, при поддержке государства регулируемые организации в России смогут выполнять необходимый минимум выбросов парниковых газов и при успешной реализации климатических проектов даже получать дополнительную прибыль. Участие в данных проектах не только улучшит экологический имидж бизнеса, но и принесет экологическую пользу стране. Необходимость в сохранение имеющихся природных ресурсов для будущего производства и потребления всегда будет являться важной частью экономики, и углеродный рынок может стать важным условием для обеспечения этих задач.

Список использованных источников

1. Голышева А.В., Окорочкова А.А., Семенцов С.П., Энергетический переход: Сахалинский эксперимент // Института ВЭБ. 2022 год. 11 с.

2. Климатические проекты [Реестр углеродных единиц]. — Режим доступа: <https://carbonreg.ru/ru/projects/> (дата обращения: 12.03.2024).

3. На Национальной товарной бирже состоялись первые крупные сделки с углеродными единицами [Сибур]. — Режим доступа: https://magazine.sibur.ru/publication/news/na-natsionalnoy-tovarnoy-birzhe-sostoyalis-pervye-krupnye-sdelki-s-uglerodnymi-edinitami/?sphrase_id=1708928&ysclid=ltzbnvnsq1516065466 (дата обращения: 12.03.2024).

4. Россия и углеродный рынок [Климатическая платформа] — Режим доступа: <https://climate-change.moscow/article/rossiya-i-uglerodnyy-rynok?ysclid=ltnd7rsgk0615990494> (дата обращения: 12.03.2024).

5. Рынок углеродных единиц: текущее состояние и перспективы [EcoStandard.journal]. — Режим доступа: <https://journal.ecostandard.ru/esg/ustoychivoe-razvitie/rynok-uglerodnykh-edinit-tekushchee-sostoyanie-i-perspektivy/> (дата обращения: 12.03.2024).

6. Сахалинский эксперимент: как создается первый в мире регион нулевых выбросов [Экосфера]. — Режим доступа: <https://ecosphere.press/2022/10/31/sahalinskij-eksperiment-kak-sozdaetsya-pervyj-v-mire-region-nulevyh-vybrosov/?ysclid=ltnd8mu1ca631880026> (дата обращения: 12.03.2024).

7. Списочный рейтинг углеродного следа крупнейших российских компаний 2023 [Климатическая платформа]. — Режим доступа: https://www.akm.ru/upload/akmrating/AK&M_carbon_Rating_2023.pdf?ysclid=ltq2v85gji729036936 (дата обращения: 12.03.2024).

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ»**М.Д. Иванюк**, 2 курсНаучный руководитель – **А.Г. Гержа**, преподаватель-стажер**Полесский государственный университет**

Каждое предприятие ставит перед собой цель – максимизация прибыли при наименьших затратах, и для реализации этой цели необходимо определить, насколько эффективна деятельность предприятия. Это позволяет сделать такой показатель как рентабельность организации. Данное понятие произошло от немецкого слова «rentabel», что переводится как «оправдывающее расходы, целесообразное с хозяйственной точки зрения». Это означает, что средства, полученные от своей реализационной деятельности, возмещают себестоимость продукции и обеспечивают сверх того получение дохода.

Потенциал предприятия оценивается показателем экономической рентабельности, который является гарантом эффективной реализации экономических интересов всех участников финансово-хозяйственной деятельности компании. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия можно рассматривать через показатели рентабельности, которые позволяют предприятию выявить дальнейший потенциал развития компании, резервы роста прибыли, анализ капитала и т.д.

В широком смысле рентабельность обуславливает относительный показатель интенсивности, иллюстрирующий уровень прибыльности по отношению к определенной базе, в случаях, когда общей величины выручки от продажи продукции достаточно не только для покрытия предприятием своих затрат на производство и продажу продукции.

Понятие «рентабельность» рассматривали многие экономисты. Определение понятия с точки зрения разных авторов представлено в таблице.

Таблица – Понятие «рентабельность» с позиции разных авторов

Автор	Сущность понятия «рентабельность»
Алиханова Д.Х. [1, с. 18]	Рентабельность представляет собой эффективность, прибыльность, доходность предприятия или предпринимательской деятельности.
Волкова А.В. Батраков М.И. Бугаева В.Б. Прозорова И.В. [2, с. 118]	Рентабельность – это соотношение между прибылью и суммой вложенного капитала, финансовых ресурсов и затрат.
Володько О.В. [3, с. 282]	Рентабельность – относительный показатель, характеризующий отдачу вложенных средств в производство.
Митюшина И.Л. [4, с. 69]	Рентабельность – это инструмент оценки эффективности производства, который дает выбор оптимальному направлению ускорения экономического роста.
Прибылова В.В. [5, с. 134]	Рентабельность – обобщающий показатель, характеризующий качество работы промышленного предприятия, так как при всем значении массы получаемой прибыли наиболее полную качественную оценку производственно-хозяйственной деятельности предприятия дает величина рентабельности и ее изменение.

Если рассматривать таблицу, понятие «рентабельность» более глубоко рассмотрела Прибылова. На основании рассмотренных определений можно сформулировать обобщенное: «Рентабельность – это показатель эффективности и прибыльности бизнеса, отражающий соотношение между прибылью и вложенными средствами».

В зависимости от объекта исследования показатели рентабельности различаются по следующим видам:

- рентабельность организации,
- рентабельность продукции и услуг,
- рентабельность активов.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность деятельности и использования ресурсов организации и позволяют соизмерять величину прибыли с масштабом производства, а также с общей суммой затраченных и используемых ресурсов. Другими словами, чтобы понять, насколько эффективно работает организация, а также определять причины отрицательного финансового результата и выявлять резервы повышения прибыли используется такой показатель как рентабельность.

Рентабельность организации определяется, как отношение чистой прибыли к выручке от реализации (формула).

$$\text{Рентабельность организации} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Выручка от реализации}} \times 100\%$$

Таким образом, данный показатель дает сведения о том, сколько прибыли приходится на один рубль реализованной продукции (оказанных услуг) в рассматриваемом периоде.

Показатель рентабельности может рассчитываться и другими способами в зависимости от целей исследования также делением чистой прибыли на интересующий объект анализа, например, рентабельность активов, основных производственных фондов, капитала, продаж и так далее.

Таким образом, такой показатель эффективности деятельности предприятия как рентабельность позволяет выявить, способна ли организация функционировать на рынке и конкурировать в своей отрасли, а также насколько правильно осуществляется ее деятельность. Руководство должно быть ориентировано на повышение уровня рентабельности предприятия, и для осуществления этой цели необходимо использовать различные пути увеличения этого показателя.

Список использованных источников

1. Алиханова, Д. Х. Анализ показателей рентабельности / Д. Х. Алиханова, Ж. Б. Рабаданова // *Мировая наука*. – 2020. – № 12(45). – С. 18-21. – EDN LTOVVQ.
2. Анализ показателей рентабельности организации / А. В. Волкова, М. И. Батраков, В. Б. Бугаева, И. В. Прозорова // *Студент года 2024 : сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 05 февраля 2024 года*. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024. – С. 117-123. – EDN DUGIZN.
3. Володько, О. В. Экономика организации : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Маркетинг" / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй. – 2-е издание, исправленное и дополненное. – Минск : Вышэйшая школа, 2015. – 400 с. – ISBN 978-985-06-2560-1.
4. Митюшина, И. Л. Исследование понятия рентабельности и анализ основных показателей рентабельности на примере ПАО "Газпром" / И. Л. Митюшина // *Гуманитарные балканские исследования*. – 2019. – Т. 3, № 4(6). – С. 68-70. – DOI 10.34671/SCH.HBR.2019.0304.0017. – EDN VJMPVK.
5. Прибылова, В. В. Прибыль и рентабельность как основные характеристики финансового результата организации / В. В. Прибылова, Д. Г. Бадмаева // *Молодой ученый*. – 2019. – № 5 (243). – С.134-135.

УДК 657

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

А.А. Крымская, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Основные средства являются важнейшим средством производства и оказывают большое влияние на его эффективность. Бесперывный рост технического прогресса приводит к постоянному росту основных средств на базе внедрения новой техники, технологии и модернизации оборудования. Это требует улучшения интенсивности использования основных средств и особенно их активной части.

В Республике Беларусь бухгалтерский учет основных средств регулируется постановлением Министерства финансов Республики Беларусь 30.04.2012 г. № 26 "Инструкцией о порядке бухгалтерского учета основных средств," . В соответствии с данным постановлением к основным сред-

ствам относятся активы, имеющие материально-вещественную форму, при одновременном выполнении следующих условий признания:

- активы предназначены для использования в деятельности организации, в том числе в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации, а также для предоставления во временное пользование, за исключением случаев, установленных законодательством;
- организацией предполагается получение экономических выгод от использования активов;
- активы предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12 месяцев;
- организацией не предполагается отчуждение активов в течение 12 месяцев с даты приобретения;
- первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена [1].

Согласно законодательству Республики Беларусь в сфере бухгалтерского учета начисление амортизации по основным средствам в полном размере не является основанием для их списания, поэтому самортизированные основные средства используются в хозяйственной деятельности и отражаются в бухгалтерском учете наряду с недоамортизированными объектами. Отражение таких объектов на одних и тех же субсчетах бухгалтерского учета не позволяет получать оперативные сведения о состоянии основных средств для целей управленческого учета, а также для составления статистической отчетности [2]ю

В СПК “Восходящая заря” предусмотрен учет основных средств по группам основных средств, а именно:

- 01.01.1– “Здания”;
- 01.01.2 – “Сооружения”;
- 01.01.3 – “Машины и оборудование”;
- 01.01.4 – “Транспортные средства”;
- 01.01.5 – “Вычислительная техника”;
- 01.01.6 – “Передаточные устройства”.

В целях совершенствования методики бухгалтерского учета предлагается использовать в СПК “Восходящая заря” дополнение к субсчетам второго порядка аналитические субсчета третьего порядка, характеризующие степень амортизованности основных средств, таблица.

Таблица – Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов СПК “Восходящая заря” по счету 01 “Основные средства”

Действующий план счетов СПК “Восходящая заря”		Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов СПК “Восходящая заря”.		
Счёт	Содержание	Счёт	Субсчета 3-го порядка	Содержание
01.01.1	Здания	01.1.1	01.1.1.1	недоамортизированные здания
			01.1.1.2	самортизированные здания
01.01.2	Сооружения	01.1.2	01.01.2.1	недоамортизированные сооружения
			01.01.2.2	самортизированные сооружения
01.01.3	Машины и оборудование	01.01.3	01.01.3.1	недоамортизированные машины и оборудование
			01.01.3.2	самортизированные машины и оборудование
01.01.4	Транспортные средства	01.01.4	01.01.4.1	недоамортизированные транспортные средства
			01.01.4.2	самортизированные транспортные средства
01.01.5	Вычислительная техника	01.01.5	01.01.5.1	Недоамортизированная вычислительная техника
			01.01.5.2	Самортизированная вычислительная техника
01.01.6	Передаточные устройства	01.01.6	01.01.6.1	Недоамортизированные передаточные устройства
			01.01.6.2	Самортизированные передаточные устройства

Примечание – Источник: собственная разработка

На основании предложенных рекомендаций, нами была разработана форма управленческого отчета, необходимая для отражения полученных результатов за определенный месяц.

Управленческий отчет о степени амортизированности основных средств позволит получить оперативные сведения о состоянии основных средств, для целей управленческого учета и для составления статистической отчетности

В управленческом отчете о степени амортизированности будут указываться данные организации:

- название организации;
- учетный номер плательщика;
- вид деятельности организации;
- организационно-правовая форма;
- орган управления;
- единица измерения;
- адрес организации.

В наименованиях показателей будут указаны основные средства, в том числе:

- первоначальная (переоцененная) стоимость основных средств;
- амортизация основных средств;
- недоамортизированные основные средства;
- полностью самортизированные основные средства.

Так же будет указан код строки и сумма основных средств за определенный месяц, в конце данных управленческого отчета будет подпись руководителя (председателя) и главного бухгалтера.

Таким образом, использование организацией СПК “Восходящая заря” предложенных рекомендаций относительно совершенствования организации бухгалтерского учета основных средств позволит создать систему учета основных средств с высокой степенью детализации, что в свою очередь создаст основу для составления качественной отчетности как бухгалтерской, так и статистической по основным средствам в разрезе степени амортизированности.

Список использованных источников

1. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь: Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учёту основных средств №26 от 30 апреля 2012 г. – URL: <https://www.minfin.gov.by>.

2. Чечеткин, А. С. Бухгалтерский управленческий учет в сельскохозяйственных организациях [Текст] : учебное пособие для студентов учреждений высшего сельскохозяйственного образования по специальности “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” / А. С. Чечеткин, Л. Н. Корнеева, З. Н. Кулько. - 2-е изд., перераб. и испр. - Минск : ИВЦ Минфина, 2013. – 372 с. : табл. – Библиогр.: с. 372 . - ISBN 978-985-7060-45-0 : 66000-00.

УДК 657

ПОНЯТИЕ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ

Е.А. Крыштопович, 2 курс

Научный руководитель – **А.Г. Гержа**, преподаватель-стажер

Полесский государственный университет

В статье рассмотрены и проанализированы различные определения понятия «Инвентаризация». Инвентаризация помогает компаниям отслеживать свои активы, помогает определить оптимальный уровень запасов, результаты инвентаризации могут влиять на налоговые обязательства компании. Эта тема актуальна в настоящее время, так как инвентаризация является одним из активных элементов методов бухгалтерского учета, позволяющих составить бухгалтерскую отчетность.

Правильно организованная инвентаризация способствует повышению эффективности бизнеса, снижению издержек и оптимизации производственных процессов. Благодаря своевременному проведению инвентаризации компания может оперативно реагировать на изменения в запасах,

улучшить планирование закупок и сбыта, а также повысить качество финансовой отчетности. Проведение инвентаризации позволяет компаниям удостовериться в соответствии данных учета реальному наличию товаров и активов, выявить возможные потери, недостатки или несоответствия.

Инвентаризация имеет разные определения в зависимости от контекста и области применения.

Таблица – Понятие инвентаризации по мнению разных авторов

Автор или источник	Сущность
Лапшина Н.А. [1, с.13].	Инвентаризация – это процесс проверки и подтверждения точности данных о наличии и состоянии материальных ценностей, активов и запасов компании.
Бобков О. [2].	Инвентаризация – это пересчет всего содержащегося на балансе предприятия. Считают все имущество, от зданий и сырья до канцелярии. Такая проверка выявляет недостатки, кражи и излишки.
Will Kenton [3].	Инвентаризация – это процесс учета и проверки наличия и состояния материальных и финансовых активов компании.
Saddique Ansari [4].	Инвентаризация – это методический инструмент для проверки соответствия между реальными запасами и данными в учетной системе.
Суханов О.Н. [5, с.136].	Инвентаризация – это процесс установления и подтверждения прав собственности на имущество, активы и ценности компании.
Новиков А.В. [6, с. 34].	Инвентаризация – процесс учета и контроля запасов, складских остатков и материальных ценностей компании с целью оптимизации процессов закупок, хранения и сбыта товаров.
Килина К. [7].	Инвентаризация – фактический пересчет всех средств и имущества, которые числятся на балансе организации: материальных и нематериальных ценностей, в том числе сырьевой базы, канцелярии.

Изучив эти определения можно понять, что во многом они схожи и повторяют друг друга, однако определения 2, 6 и 7, более развернуто раскрывают этот термин.

На основе проанализированных определений можно составить более полное, отражающее все аспекты рассмотренного термина : «Инвентаризация – систематический процесс проверки, учета и оценки всех материальных и финансовых активов, запасов, оборудования, имущества и других ресурсов организации с целью подтверждения их фактического наличия, состояния, ценности и соответствия данным в учетной системе».

Этот процесс включает в себя физическую инвентаризацию, проверку документации, анализ данных, выявление потенциальных расхождений, корректировку ошибок, определение причин различий между данными учета и реальным наличием активов, а также разработку рекомендаций по улучшению системы учета и контроля.

Важной целью инвентаризации является обеспечение надлежащего контроля над имуществом компании, минимизация рисков утраты или хищения активов, а также обеспечение достоверности и точности финансовой отчетности.

Таким образом, инвентаризация играет важную роль в жизни любой организации, обеспечивая контроль и учет всех её активов, позволяя эффективно управлять ресурсами компании.

Список использованных источников

1. Лапшина, Н.А Бухгалтерский учет: Учебник / Н.А Лапшина. - : издательство "Юрайт", 2018. – 159с.
2. Инвентаризация: что это такое и для чего проводится проверка, определение и все тонкости процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/auto-busines/inventarizaciya-cto-eto-takoe-i-dlya-chego-provoditsya-proverka-opredelenie-i-vse-tonkosti-processa/> Дата доступа: 22.03.2024.
3. Понятие инвентаризации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.investopedia.com/terms/i/inventory.asp> Дата доступа: 22.03.2024.
4. Economics online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economicsonline.co.uk/> Дата доступа: 24.03.2024.
5. Суханов, О.Н "Гражданское право: Учебник" / О.Н Суханов, А.В Шершеневич. – : издательство "Проспект", 2020. – 496с.

6. Новиков, А.В "Логистика: Учебное пособие" / А.В Новиков, Е.В Смирнова. – : издательство "КНО-РУС", 2019. – 202с.

7. Инвентаризация: пошаговая инструкция по проведению и оформлению результатов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.moysklad.ru/poleznoe/shkola-torgovli/provedenie-inventarizacii-i-oformlenie-ee-rezultatov/?utm_source=yandex.by&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.by&utm_referrer=yandex.by
Дата доступа: 26.03.2024.

УДК 368

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

И.В. Левковец, 2 курс

Научный руководитель – **Т.В. Петрусевич**, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

Цифровая трансформация проникает во все сферы бизнеса, включая страхование. Беларусь не является исключением, и местный страховой рынок также сталкивается с вызовами и возможностями, которые приносит цифровая экономика. Для страховых компаний возникает необходимость адаптации к новым реалиям, чтобы оставаться конкурентоспособными и эффективными.

Сегодня страховой рынок Беларуси представлен несколькими десятками страховых компаний, предлагающих широкий спектр услуг как для физических лиц, так и для юридических лиц. Однако, в условиях цифровой экономики страховые компании сталкиваются с новыми требованиями со стороны потребителей, которые все более ожидают удобных и инновационных решений в области страхования.

Среди основных тенденций развития страхования в цифровую эпоху стоит выделить следующие:

1. Онлайн-обслуживание клиентов – возможность быстрого оформления полисов и урегулирования убытков через интернет;
2. Использование больших данных (Big Data) для анализа рисков и создания более точных и персонализированных продуктов страхования;
3. Развитие цифровых платформ для управления страховыми портфелями и взаимодействия с клиентами [2].

Чтобы успешно адаптироваться к требованиям цифровой экономики и эффективно использовать новые возможности, страховые компании в Беларуси могут принимать следующие рекомендации:

1. Инвестировать в цифровизацию своих процессов и систем для более быстрой и качественной работы с клиентами;
2. Развивать собственные цифровые продукты и сервисы, адаптированные к потребностям современного потребителя;
3. Активно использовать аналитику данных для прогнозирования рисков и оптимизации бизнес-процессов.

Информационные технологии играют ключевую роль в современном страховом бизнесе в Республике Беларусь. Внедрение цифровых технологий и развитие информационной инфраструктуры в страховой отрасли приносят значительные преимущества как для страховых компаний, так и для клиентов. Рассмотрим некоторые из основных ролей информационных технологий в страховом бизнесе Республики Беларусь:

1. Улучшение клиентского сервиса: благодаря информационным технологиям страховые компании могут предложить более удобные условия для клиентов, такие как онлайн-оформление полисов, доступ к информации о страховых продуктах, онлайн-консультации и многое другое.
2. Автоматизация процессов: использование IT-систем позволяет автоматизировать многие операции в страховой компании, что уменьшает ручной труд, повышает эффективность работы, сокращает время на обработку данных и улучшает качество услуг.

3. Разработка новых цифровых продуктов: информационные технологии способствуют созданию инновационных страховых продуктов, адаптированных к изменяющимся потребностям клиентов. Например, страхование на мобильных устройствах, киберстрахование и др. [3].

4. Кибербезопасность: защита информации и личных данных клиентов становится важной задачей для страховых компаний. Информационные технологии помогают обеспечить высокий уровень кибербезопасности и защиты от мошенничества.

5. Развитие мобильных приложений: мобильные приложения становятся все более популярным средством взаимодействия страховых компаний с клиентами. Благодаря удобным и функциональным приложениям клиенты могут оперативно получать информацию о своих полисах, подавать заявки на страховые случаи, контролировать статус обработки запросов и многое другое.

6. Разработка системы онлайн-образования: информационные технологии также активно применяются для обучения сотрудников страховых компаний, разработки онлайн-курсов и тренингов, что помогает повысить квалификацию сотрудников и повысить уровень сервиса.

7. Цифровизация процессов урегулирования убытков: использование IT-технологий в процессе урегулирования страховых случаев позволяет сократить временные затраты на осмотр ущерба, ускорить процесс выплаты страхового возмещения, что повышает удовлетворенность клиентов.

8. Создание цифровой экосистемы: информационные технологии способствуют развитию цифровых экосистем в страховой отрасли, где страховые компании сотрудничают с другими компаниями и сервисами для предоставления комплексных услуг, удовлетворяющих потребности клиентов [3].

9. Искусственный интеллект и машинное обучение: применение искусственного интеллекта и алгоритмов машинного обучения позволяет страховым компаниям анализировать большие объемы данных, выявлять тенденции, прогнозировать риски, управлять портфелем страхования более эффективно, а также принимать более обоснованные решения.

10. Блокчейн-технологии: внедрение технологии блокчейн позволяет улучшить процессы хранения и обработки данных, обеспечить безопасность транзакций, обеспечить достоверность информации, а также сократить количество мошеннических действий.

11. Цифровые электронные платформы: создание электронных платформ для онлайн-продажи страховых продуктов и услуг позволяет сделать процесс выбора и приобретения страхования более удобным и простым для клиентов, что способствует увеличению объемов продаж.

12. Аналитика данных и BI-системы: аналитика данных и бизнес-интеллект системы помогают страховым компаниям анализировать информацию о клиентах, рынке, конкурентах, оптимизировать стратегии продаж, принимать решения на основе данных и следить за показателями эффективности.

13. Киберстрахование и защита информации: с увеличением угроз кибербезопасности важно развивать киберстрахование и применять современные информационные технологии для защиты конфиденциальной информации клиентов и собственных данных страховых компаний [1].

Эти и другие аспекты свидетельствуют о том, что информационные технологии стали неотъемлемой частью современного страхового бизнеса в Республике Беларусь, обеспечивая конкурентные преимущества и новые возможности для развития отрасли. Таким образом, информационные технологии играют непрерывную и важную роль в развитии страхового бизнеса в Республике Беларусь, способствуя совершенствованию услуг, повышению эффективности операций, улучшению опыта клиентов и созданию конкурентных преимуществ для страховых компаний. Развитие информационных технологий позволяет страховым компаниям совершенствовать свой бизнес, улучшать обслуживание клиентов, повышать эффективность работы и оставаться конкурентоспособными на рынке страхования.

Список использованных источников

1. Киберстрахование: современное состояние, тенденции и направления развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://infobezopasnost.ru/blog/articles/kiberstrahovanie-sovremennoe-sostoyanie-tendentsii-i-napravleniya-razvitiya-perevod-nauchnoj-stati-ot-infobezopasnost/> – Дата доступа: 07.04.2024

2. Большие данные (Big Data) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php> – Дата доступа: 07.04.2024

3. Цифровые технологии: ключевой фактор успеха в современном бизнесе [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/czifrovye-tehnologii-v-biznese/> – Дата доступа: 07.04.2024

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА И ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ПО ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д.В. Маковчик, 3 курс

Научный руководитель – **Н.С. Недашковская**, к.э.н., доцент
Барановичский государственный университет

Эффективность финансового анализа организации напрямую зависит от полноты и качества используемой информации. Информационное обеспечение анализа финансовых результатов деятельности организации – это совокупность информационных ресурсов и способов их организации для проведения процедуры анализа. Рациональная организация информационного обеспечения анализа финансовых результатов базируется на определенных принципах, важнейшими из которых, на наш взгляд, являются актуальность, полнота отражения, однородность информации, достоверность и обоснованность данных.

Информационное обеспечение анализа финансового результата по текущей деятельности включает в себя сбор, обработку и анализ финансовой информации, необходимой для оценки результатов деятельности организации.

В качестве основных источников информации для проведения финансового анализа могут использоваться:

внешние данные:

- состояние экономики, финансового сектора, политическое и экономическое состояние;
- курсы валют;
- курсы ценных бумаг, доходность по ценным бумагам;
- показатели финансового результата других компаний.

внутренние данные:

- бухгалтерская отчетность;
- управленческая отчетность.

Исходные данные для финансового анализа должны соответствовать следующим требованиям:

- 1) подготовка данных должна вестись на регулярной основе и по единой методике;
- 2) данные об имуществе и источниках должны быть сбалансированы между собой;
- 3) активы должны быть структурированы по их экономической природе (по принципу отнесения стоимости на производимую продукцию, срокам использования и степени ликвидности);
- 4) данные об источниках финансирования должны быть разделены по принципу собственности и срокам привлечения [1, с. 77].

В качестве источников информации используются так же нормативные и правовые акты, локальные нормативные акты организации, первичные учетные документы, отражающие операции по учету финансовых результатов, регистры синтетического и аналитического учета по счетам, бухгалтерская и налоговая отчетность, документы неучетного характера.

При анализе показателей финансовых результатов используются нормативные документы Министерства финансов, Министерства экономики, Министерства промышленности, Национального статистического комитета Республики Беларусь; специальная экономическая литература стран СНГ, а также бухгалтерская и статистическая отчетность промышленных организаций Республики Беларусь.

Начинают анализ с изучения изменений итога бухгалтерского баланса. При анализе его динамики сопоставляются данные на начало и конец отчетного периода. В случае уменьшения итога бухгалтерского баланса проводится анализ причин сокращения хозяйственного оборота, в случае увеличения — учитывается влияние переоценки активов. При рассмотрении структуры бухгалтерского баланса для сопоставимости анализируемых данных по статьям и разделам бухгалтерского баланса на начало и конец отчетного периода определяется их удельный вес к итогу бухгалтерского баланса, который принимается за 100 %. При анализе краткосрочной дебиторской задолженности оценивается возвратность долгов субъекта хозяйствования [2, с. 105].

Бухгалтерский баланс является наиболее информативной формой для анализа. Актив баланса характеризует имущественную массу организации, т.е. состав и состояние материальных ценностей, находящихся в непосредственном владении хозяйства. Пассив баланса характеризует состав и состояние прав на эти ценности, возникающих в процессе хозяйственной деятельности организации у различных участников коммерческой деятельности. Баланс отражает состояние организации в денежной оценке [3].

Основным источником анализа финансовых результатов является отчет о прибылях и убытках, который составляется организациями всех отраслей. Его аналитическая ценность заключается в последовательном отражении формирования и использования прибыли, начиная с выручки и заканчивая чистой прибылью. В отчете о прибылях и убытках обобщенно представлены наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности организации, в рамках которого признание и оценка доходов и расходов осуществляются в соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признанию утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 [4].

Отчет о прибылях и убытках — важнейший источник информации для анализа прибыльности организации, рентабельности реализованной продукции, рентабельности производства, размера чистой прибыли, находящейся в распоряжении организации, и других показателей. Эта форма позволяет доступно и быстро получить представление о результатах деятельности любой организации, в том числе некоммерческой.

Отчет о прибылях и убытках является основным источником для оценки финансовых результатов деятельности организации и уровне ее экономической эффективности с начала года до отчетной даты. В данной форме отражается величина доходов и расходов по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности. Преимуществом показателей финансовой отчетности является их унификация, что позволяет использовать типовые методики анализа и алгоритмы финансовых расчетов по отдельным вопросам формирования и использования прибыли. Данная информация обеспечивает высокую степень надежности и регулярности сведений, а также сопоставимость с показателями других предприятий [5].

По данным отчета о прибылях и убытках можно проанализировать в динамике не только результат от реализации продукции, работ, услуг, а также суммы прочих доходов и прочих расходов и общую сумму прибыли (убытка) по текущей деятельности. Для анализа состава прочих доходов и расходов по текущей деятельности используются данные аналитического учета. Кроме этого, по статьям доходов и расходов можно проанализировать результаты инвестиционной, финансовой деятельности и полученные суммы чистой и совокупной прибыли.

Учет финансовых результатов является центральным и одним из наиболее важных вопросов во всей системе бухгалтерского учета. Важность учета финансовых результатов предопределяется тем обстоятельством, что по его данным формируется информация о прибыли организации. В свою очередь, прибыль выступает в качестве одного из важнейших показателей, характеризующих хозяйственную деятельность предприятия [6].

Таким образом, информационное обеспечение финансового результата по текущей деятельности играет важную роль в процессе управления организацией и принятии обоснованных решений.

Список использованных источников

1. Савицкая, Г.В.. Экономический анализ : учеб. / Г.В. Савицкая. – 11-е изд., испр. и доп. – М.: Новое знание, 2015. – 651 с.
2. Матальцкая, С. К. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности : учеб.-метод. пособие / С. К. Матальцкая. – Минск : БГЭУ, 2018. — 183 с.
3. Информационное обеспечение финансового анализа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=483738#text> – Дата доступа: 27.02.2024.
4. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь 30.09.2011 г., № 102 : в ред. 22.12.2018 г. № 74 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 2018. – 8/33714.
5. Егоркина А.Ю. Информационное обеспечение анализа финансовых результатов коммерческой организации / Егоркина А.Ю. // Экономика и социум. – 2021. – № 2 (57). – С. 132–135.

УДК 657

РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА МАТЕРИАЛАХ ОАО “БРЕСТСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ”

И.В. Максимук-Супрунович, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Реализация продукции является завершающей стадией процесса кругооборота средств производственной организации и выступает важнейшим объектом финансового учета. В современных условиях успешное развитие производственных организаций требует улучшения управления ими на основе использования экономических методов хозяйствования. В системе управления производственными организациями важную роль играет учетно-аналитическая информация, от достоверности и оперативности которой зависит качество принятия управленческих решений по определению путей увеличения доходов от реализации продукции. [1]

ОАО “Брестский мясокомбинат” является крупным предприятием. Ассортимент продукции Брестского мясокомбината насчитывает более 200 наименований. В целях детализации и повышения аналитичности учетной информации о реализации продукции, которая могла бы служить полноценной информационной основой для принятия управленческих решений, к счету 43 “Готовая продукция” предлагается ввести аналитические счета, которые представлены в таблице 1. [2]

Таблица 1. – Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО “Брестский мясокомбинат” по счету 43 “Готовая продукция”

Действующий план счетов ОАО “Брестский мясокомбинат”		Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО “Брестский мясокомбинат”		
Счёт	Содержание	Счёт	Субсчета 1-го порядка	Содержание
1	2	3	4	5
43	Готовая продукция	43	43.1	Готовая продукция “Колбасные изделия”
			43.2	Готовая продукция “Мясные продукты”
			43.3	Готовая продукция “Паштеты и намазки”
			43.4	Готовая продукция “Полуфабрикаты”

В частности, по счету 43 “Готовая продукция” предлагается ввести аналитические счета первого порядка в соответствии с номенклатурным делением готовой продукции.

В связи с этим возникает так же необходимость создания к счёту 20 “Основное производство” субсчетов по видам производимой продукции. На счёте будет обобщаться информация о затратах на производство конкретного вида продукции. Рекомендации по дополнению представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО “Брестский мясокомбинат” по счету 20 “Основное производство”

Действующий план счетов ОАО “Брестский мясокомбинат”		Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО “Брестский мясокомбинат”		
Счёт	Содержание	Счёт	Субсчета 2-го порядка	Содержание
1	2	3	4	5
20	Основное производство	20	20.1	Затраты на производство “Колбасные изделия”
			20.2	Затраты на производство “Мясные продукты”
			20.3	Затраты на производство “Паштеты и намазки”
			20.4	Затраты на производство “Полуфабрикаты”

Разработка субсчетов и ведение учёта готовой продукции с их использованием способствует проведению более детального маржинального анализа.

Маржинальный анализ – это метод, используемый для обоснования управленческих решений на основе изучения соотношения между объемом производства (реализации) продукции, издержками и прибылью.

Для проведения подобного анализа возникает необходимость в соответствующей информационной базе. В общем виде итоговые значения объёма запасов, производства и отгрузки готовой продукции содержатся в форме государственной статистической отчетности 12-п “Отчет о производстве промышленной продукции (работ, услуг)”. В дополнение к официальной отчетности предлагается разработать дополнительную форму управленческого отчёта. [3]

Управленческая отчетность – это прежде всего внутренняя отчетность, то есть отчетность об условиях и результатах деятельности структурных подразделений предприятия и отдельных направлениях его деятельности. [5]

Управленческий отчёт будет содержать в себе ту же информацию, что и статистическая отчетность 12-п, но в разрезе отдельных видов производимой продукции, тем самым более детально раскрывать виды готовой продукции, их себестоимость.

Управленческий отчёт “О производстве, отгрузке и запасах промышленной продукции” представляет собой таблицу, содержащую в себе информацию о полном наименовании вида промышленной продукции, счёте и соответствующем субсчётом, на котором учитывается продукция в бухгалтерии, единице измерения, а так же информацию об остатках готовой продукции на начало и конец отчётного периода и объёме поступления и отгрузки готовой продукции со склада за соответствующий период.

Информация составленного управленческого отчёта может быть использованная для:

- проведения маржинального анализа;
- выполнения расчета объёма производства (реализации) каждого вида продукции, который обеспечивает полное покрытие затрат на изготовление соответствующей продукции, не принося при этом ни прибыли, ни убытков, а также объёма, обеспечивающего получение необходимой суммы прибыли;
- планирования объёма производства и реализации продукции исходя из информации о прибыльности отдельных видов готовой продукции;
- отслеживания динамики производства отдельных видов промышленной продукции и изменении структуры производства, производимой в организации.

Таким образом, на основании проведенного исследования нами были разработаны следующие рекомендации по совершенствованию бухгалтерского учета готовой продукции для ОАО “Брестский мясокомбинат”:

1. Дополнить рабочий план счетов ОАО “Брестский мясокомбинат” новыми субсчетами: к счёту 43 “Готовая продукция” в зависимости от вида готовой продукции, к счёту 20 “Основное

производство”, субсчета будут обобщать информацию о затратах на производство конкретного вида продукции, к счёту

2. Использовать рекомендуемую форму управленческого отчета о производстве, отгрузке и запасах промышленной продукции.

Данные мероприятия позволят вести учет более конкретизировано, что увеличит достоверность и качество учёта готовой продукции.

Список использованных источников

1. Максимук-Супрунович, И.В. Готовая продукция: сущность и оценка / И.В. Максимук-Супрунович // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси : материалы XVII международной молодежной научно-практической конференции, Пинск, 14 апреля 2023 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2023. – Ч. 1. – С. 60–62.

2. Якубова, И.П. Сегментарная отчетность о затратах на производство промышленных организаций / И.П. Якубова // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества : материалы XI Международной научно-практической конференции, 28 мая 2018 г. / Минский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова; сост. Д.Ю. Бусыгин, В.Н. Курбацкий. - Минск : Ковчег, 2018. - С. 144-146.

3. Об утверждении формы государственной статистической отчетности 12-п “Отчет о производстве промышленной продукции (работ, услуг)” и указаний по ее заполнению: постановление Национального статистического комитета Респ. Беларусь, 12 окт. 2012 г., № 182 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2012. — № 7/2223.

4. Закона Республики Беларусь от 12.07.2013 г. № 57-3 “О бухгалтерском учете и отчетности” редакции Законов Республики Беларусь от 11 октября 2022 г. № 210-3 / Национальный правовой интернет портал Республики Беларусь. – Режим доступа <http://pravo.by> – Дата доступа: 15.03.2024.

5. Сигидов Ю. И. Управленческая отчетность : учеб. пособие / Ю. И. Сигидов, Н. С. Власова. – Краснодар : КубГАУ, 2020. – 112 с.

УДК 005.52 (075.8)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ И ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д.Г. Мацкевич, 2 курс

Научный руководитель – **А.Г. Гержа**, преподаватель-стажер
Полесский государственный университет

Ведущие экономисты в области экономического анализа и финансового менеджмента большое значение уделяют в своих исследованиях изучению финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия, однако подходят к определению экономического содержания данного понятия с разной степенью детализации. Подходы различных авторов к понятию «финансовый результат» представлены в таблице 1.

Таким образом, обобщая все приведенные интерпретации данного понятия, можно дать определение термину «финансовый результат» - обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях его формирования [2, с.100].

В рыночных условиях хозяйствования любая организация заинтересована в получении положительного общего финансового результата от своей деятельности, который представляет собой сумму результата (прибыли или убытка) по текущей, финансовой и инвестиционной деятельности [3]. Поскольку благодаря величине этого показателя организация способна расширять свою мощность, материально заинтересовывать персонал, работающий на данной организации, выплачивать дивиденды собственникам и т. д.

На финансовый результат, кроме текущей деятельности, также оказывает немаловажное значение результат от инвестиционной и финансовой деятельности.

Таблица 1. – Подходы различных авторов к понятию «финансовый результат»

Автор	Экономическая сущность
О. В. Ефимова [1]	Под финансовым результатом деятельности предприятия понимает прибыль, в то же время отмечая, что «конечный результат тот, правом распоряжаться которым, обладают собственники», и в мировой практике под ним подразумевается «прирост чистых активов».
Г. В. Савицкая [1]	Отмечает, что финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности: «прибыль - это часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции».
И. А. Бланк [1]	Анализируя финансовые механизмы управления формированием операционной прибыли характеризует балансовую (совокупную) прибыль как «один из важнейших результатов финансовой деятельности предприятия». Это сумма следующих видов прибыли предприятия, прибыли от реализации продукции (или операционной прибыли), прибыли от реализации имущества и прибыли от внереализационных операций при главной роли операционной прибыли доля которой в настоящее время составляет примерно «90-95% общей суммы прибыли».
В. В. Бочаров [1]	Рассматривает порядок формирования финансовых результатов предприятия (прибыли), систематизируя статьи, входящие в отчет о прибылях и убытках и показывающая формирование прибыли от валовой до нераспределенной (чистой) прибыли (непокрытого убытка) отчетного периода.
Т. А. Головина [1]	Пишет, что «финансовый результат деятельности предприятия служит своего рода показателем значимости данного предприятия в народном хозяйстве».

Рассмотрим состав доходов и расходов по инвестиционной и финансовой деятельности согласно Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов: утв. Министерством финансов Республики Беларусь от 30.08.2011. №102, в таблице 2 [4].

Таблица 2. – Состав доходов и расходов по инвестиционной деятельности

Инвестиционная деятельность	
Доходы	Расходы
<ul style="list-style-type: none"> - доходы, связанные с реализацией и прочим выбытием инвестиционных активов; - суммы излишков инвестиционных активов, выявленных в результате инвентаризации; - доходы, связанные с участием в уставных фондах других организаций; - доходы по договорам о совместной деятельности; - доходы по финансовым вложениям в долговые ценные бумаги других организаций; - доходы, связанные с государственной поддержкой, направленной на приобретение инвестиционных активов; - стоимость инвестиционных активов, полученных безвозмездно; - доходы, связанные с предоставлением во временное пользование (временное владение и пользование) инвестиционной недвижимости; - проценты, причитающиеся к получению; - прочие доходы и расходы по инвестиционной деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - расходы, связанные с реализацией и прочим выбытием инвестиционных активов; - суммы недостач и потерь от порчи инвестиционных активов; - расходы, связанные с участием в уставных фондах других организаций; - расходы по договорам о совместной деятельности; - расходы по финансовым вложениям в долговые ценные бумаги других организаций; - расходы, связанные с предоставлением во временное пользование инвестиционной недвижимости; - прочие расходы по инвестиционной деятельности.

Таким образом, из приведенной информации в таблице 2 можно сделать вывод, что инвестиционная деятельность – деятельность организации направленная на вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Рассмотрим состав доходов и расходов по финансовой деятельности в таблице 3.

Таблица 3. – Доходы и расходы по финансовой деятельности

Финансовая деятельность	
Доходы	Расходы
<ul style="list-style-type: none"> - разницы между фактическими затратами на выкуп акций и их номинальной стоимостью (при аннулировании выкупленных акций) или стоимостью, по которой указанные акции реализованы третьим лицам (при последующей реализации выкупленных акций); - доходы, связанные с выпуском, размещением, обращением и погашением долговых ценных бумаг собственного выпуска - прочие доходы по финансовой деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - проценты, подлежащие к уплате за пользование организацией кредитами, займами; - расходы, связанные с получением во временное пользование имущества по договору финансовой аренды (лизинга); - расходы, связанные с выпуском, размещением, обращением и погашением долговых ценных бумаг собственного выпуска; - разницы, возникающие при погашении обязательства в валюте, отличной от валюты обязательства, за исключением случаев, установленных законодательством; - прочие расходы по финансовой деятельности.

Таким образом, из приведенной информации можно сделать вывод, что финансовая деятельность – это деятельность организации, приводящая к изменениям величины и состава внесенного собственного капитала, обязательств по кредитам, займам и иных аналогичных обязательств.

Из вышесказанного отметим, что значимую часть в получении финансового результата занимает финансовая и инвестиционная деятельность организации. С точки зрения бухгалтерского учета конечный финансовый результат деятельности предприятия выражается в показателе прибыли или убытке, который в свою очередь, не может быть получен только по данным текущей деятельности.

Список использованных источников

1. Финансовый результат. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.upruchet.ru/articles/2006/3/4084.html>. – Дата доступа: 02.04.2024.
2. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. М.: Финансы и статистика, 2009. 243 с.
3. Лысов И.А. / Понятие, сущность и значение финансовых результатов / Лысов И.А. - Вестник НГИЭИ. – 2015.
4. Инструкция по бухгалтерскому учёту доходов и расходов: утв. Министерством финансов Республики Беларусь от 30.08.2011г., №102 (в ред. Постановления от 22.12.2018 г., № 74) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

УДК 368.01

СТРАХОВОЙ ПОЛИС КАК ЛИКВИДНЫЙ АКТИВ

Н.А. Минченко, магистрант

Научный руководитель – **И.А. Пригодич**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Многие авторы рассматривают страхование как один из инструментов сбережений наряду с ценными бумагами и реальными активами. С нашей точки зрения, только уверенность в получении страховой защиты в случае непредвиденных обстоятельств делает страховой полис по-настоящему ценным финансовым инструментом.

В Республике Беларусь, к сожалению, ценные бумаги и страховые полисы – основные финансовые активы рядовых граждан – не пользуются большой популярностью. Белорусы предпочитают инвестировать в реальные активы, такие как дома, машины и земельные участки, золото, бриллианты, предметы домашнего обихода. Благодаря своей осязаемости они считаются более надёжными. Что касается финансовых активов, то они не пользуются популярностью и, соответственно, часто не признаются в качестве активов.

И всё же в научной литературе есть исследования, в которых страховой полис рассматривается именно как доходный актив и даже ценная бумага. Необходимо отметить, что страхование и ценные бумаги могут рассматриваться как активы только в рамках теории рациональных ожиданий, которая предполагает, что субъекты хозяйствования информированы и обладают аналитическим складом ума, позволяющим достоверно установить действительную стоимость страхового полиса. Противоположной концепцией, утверждающей иррациональность человеческого поведения, является теория адаптивных ожиданий, которая наиболее правдоподобно описывает модель поведения субъектов хозяйствования в Республике Беларусь, у которых ярко выражено предпочтение реальных активов перед финансовыми.

В научной литературе не выработано единой ставки дисконтирования страховых убытков. Представлению о страховых договорах как финансовых активах, подобных ценным бумагам, соответствует подход Фэрли. [1] В этом ключе ценообразование страховых активов производится с учётом ставки дисконтирования с поправкой на риск, основанной на расширении модели ценообразования капитальных активов (САРМ) на страховые договоры.

Некоторые исследователи пытаются расширить использование САРМ и применяют её к страховым договорам и реальным активам. [3, р. 292]. Соичиро Моридайра отмечает, что равновесная доходность страховщика от страховой деятельности может быть отрицательной. Данный факт означает, что страховщик не взимает денежные средства за управление страховым фондом, а, наоборот, платит за его использование своим клиентам, уплачивая возмещения больше, чем было собрано взносов. В результате страховой полис приобретает черты ценной бумаги. Получается, что именно скрытый инвестиционный доход по договорам страхования позволяет рассматривать их как финансовые активы, напоминающие ценные бумаги. С другой стороны, и эффект уменьшения рисков с помощью страховых договоров также позволяет их рассматривать наряду с ценными бумагами, реальными активами в рамках САРМ.

Допущение модели Соичиро Моридайра и др. заключается в том, что все договоры страхования продаются взаимными страховщиками

Заметим, что взаимные страховые организации позволяют более полно реализовать сущность страхового полиса как финансового инструмента. Хотя в обычном страховании страховые резервы в соответствии с учётной политикой страховой организации принадлежат страхователям, инвестиционные доходы представляют собой собственность страховщика. Взаимное страхование может позволить решить эту проблему. Взаимные страховщики принадлежат страхователям и поэтому они могут полностью распоряжаться доходами от инвестиций страховых резервов в ценные бумаги.

Ещё одним признаком связи рынка ценных бумаг и страхования является существование андеррайтинговых циклов. Причина этого явления - наличие в стране развитого фондового рынка с высокой степенью финансовой глубины и периодической волатильностью. Когда ставки по ценным бумагам растут, страховщики, желая увеличить свою прибыль, проводят достаточно рискованную политику. Они начинают снижать стоимость договоров страхования (тариф) ниже необходимой для покрытия обязательств по выплатам возмещений, рассчитывая на инвестиционный доход. Кроме того, страховщики начинают менее тщательно проверять принимаемые на страхование риски, практически никому не отказывая (это явление получило название мягкого андеррайтинга). Такая политика будет оправданна до тех пор, пока ставки не начнут падать. Как только это происходит, у страховой организации повышается риск неплатежеспособности в ближайшем будущем, поскольку ей приходится расплачиваться по множеству дешёвых страховых договоров, которые слабо учитывают реальный уровень риска.

Ли выделяет следующие типы взаимоотношения страхования и рынка ценных бумаг:

1) Отсутствие связи: инвестиционный доход никак не влияет на предложение, спрос, цену страхового полиса.

2) Связь на стороне спроса: когда на других финансовых рынках возрастает неопределённость, инвесторы выводят свои капиталы в страховой сектор.

3) Лидирующая сторона предложения: страховые организации, включая пенсионные фонды, являются финансовыми посредниками, аккумулирующими огромное количество инвестиционных ресурсов. [2, с. 32]

4) Взаимосвязи и двунаправленные связи.

Согласно Ли, политики в развитых странах учитывают взаимодействия страхового сектора и рынка ценных бумаг и с учётом этого «делают денежно-кредитную политику эффективной».

С нашей точки зрения, все варианты взаимодействия рынков страхования и ценных бумаг, позволяют говорить об их неразрывной взаимосвязи. Даже когда данные сегменты финансового сектора не связаны, они предоставляют пространство для выбора. Страховые договора могут рассматриваться как выгодное вложение средств, потому что они гарантируют стабильное финансовое положение в будущем, в то время как вложение средств в ценные бумаги часто не является надёжным средством приумножения или сохранения капитала.

В качестве мер по преодолению сложившихся проблем на страховом рынке следует отметить:

1. Создание рейтингового агентства, которое будет оценивать страховые организации по таким критериям, как вероятность встретиться со страховой организацией в суде, уровень выплат, общественный рейтинг, клиентоориентированность правил страхования.

2. Создание благоприятных условий для деятельности общественных аджастеров – фирм, которые будут защищать интересы страхователя перед страховой организацией, оказывать содействие в сборе документов для получения страховой выплаты. Это снизит асимметрию информации с перевесом в сторону страховой организации.

3. Государственное регулирование тарифов по видам страхования, приносящим страховой организации значительные инвестиционные доходы.

4. Внедрение инструментов телематики и страховых историй в практику деятельности страховых организаций. Эти меры позволят снижать тарифы для добросовестных страхователей.

Все эти меры призваны повысить доверие к страховому рынку, увеличить приток денежных ресурсов в сферу страхования, что должно способствовать развитию инвестиционной активности страховых организаций.

Список использованных источников

1. Fairley, W. Investment Income and Profit Margins in Property-Liability Insurance: Theory and Empirical Results/W. Fairley//JSTOR [Electronic resource] – Mode of access : <https://www.jstor.org/stable/3003326> - Date of access: 06.03.2024.

2. Lee, Ch., The dynamic interactions among the stock, bond and insurance markets/Ch. Lee, W. Huang, Ch. Yin //Science Direct [Electronic resource]. – Mode of access : <https://scihub.se/https://doi.org/10.1016/j.najef.2013.04.003> - Date of access: 06.03. 2024, p. 32.

3. Soichiro, M. The Equilibrium Insurance Price and Underwriting Return in a Capital Market Setting/ Soichiro Moridaira, Jorge L. Urrutia and Robert C. Witt//JSTORE [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.jstor.org/stable/253195> - Date of access: 06.03. 2024.

УДК 330.564.224

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ДОХОДА ОРГАНИЗАЦИИ

В.А. Мостыка, 2 курс

Научный руководитель – **А.Г. Гержа**, преподаватель-стажер

Полесский государственный университет

Одним из ключевых аспектов финансового планирования является анализ доходов и расходов. Его итогом выступает финансовый результат, который представляет собой разницу между доходами и расходами за определенный период времени. Эффективное управление позволяет организации обеспечить свою финансовую устойчивость, рост и развитие. По этой причине каждое предприятие стремится к увеличению доходов и сокращению расходов.

Рассмотрим понятие дохода в трактовке разных авторов (таблица 1).

Таблица 1. – Понятие дохода

Автор, ссылка	Содержание категории
Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 "О бухгалтерском учете и отчетности" (с изменениями и дополнениями) [1]	Доход – увеличение экономических выгод в результате увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации, не связанному с вкладами собственника имущества (учредителей, участников) организации
Налоговый Кодекс Республики Беларусь [2]	Доход – это экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить.
Положение Российской Федерации по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99 [3]	Доходы – увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).
Федеральная Налоговая служба России [4]	Доход – это выручка по основному виду деятельности (доходы от реализации), а также суммы, полученные от прочих видов деятельности.
Гнатюк, С. Н [5, с. 281]	Доход – все поступления в денежной и натуральной форме конкретного домохозяйства за определенный период времени (месяц, год).
Темирова Г.Г. [6, с. 88]	Доход – это увеличение активов либо уменьшение обязательств в отчетном периоде.
Филиппова Т.В [7, с. 911]	Доходы – факты хозяйственной жизни, которые с экономической, юридической и бухгалтерской точек зрения изменяют финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия.

В ходе проведения анализа выяснилось, что Закон Республики Беларусь "О бухгалтерском учете и отчетности" № 57-3 (с изменениями и дополнениями) и Положение Российской Федерации по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 имеют заметную схожесть. Наиболее точная и полная трактовка сформулирована в Законе Республики Беларусь "О бухгалтерском учете и отчетности" № 57-3.

На основании данных из таблицы составим более развернутое определение доходов: "доходы – это факты хозяйственной жизни, изменяющие финансовый результат, которые подразумевают увеличение экономических выгод в денежной или натуральной форме в результате увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала, не связанному с вкладами собственника имущества (учредителей, участников) организации за отчетный период".

Для каждой организации необходимо детализировано проводить анализ финансовой деятельности, распределяя доходы по направлениям деятельности. С этой задачей помогает справляться классификация доходов.

Рассмотрим и сравним, как классифицируются доходы в зависимости от их характера, условия получения и направленности деятельности в таблице 2 на основании изученных источников [3, 8].

Таблица 2. – Классификация доходов в Республике Беларусь и Российской Федерации

Классификация доходов	
Республика Беларусь	Российская Федерация
Доходы по текущей деятельности	Доходы от обычных видов деятельности
Доходы по инвестиционной деятельности	Операционные доходы
Доходы по финансовой деятельности	

Проанализировав данные из таблицы 2, можно сделать вывод, что подходы к классификации доходов различны, так как в Российской Федерации доходы подразделяются на две категории, а в Республике Беларусь на три. Классификация согласно инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная постановлением Министерством финансов Республики Беларусь от

30.11.2011 № 102 (с изменениями и дополнениями) дает нам провести более детальный анализ движения доходов организации.

Таким образом, доходы организации являются основой ее финансовой устойчивости и успеха. Постоянное стремление к увеличению доходов и сокращению расходов, эффективное управление ими позволят предприятию сохранить конкурентоспособность и достичь поставленных целей и задач.

Список использованных источников

1. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республике Беларусь от 12 июля 2013г. № 57-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057> – Дата доступа: 25.03.2024.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (общая часть) от 19 декабря 2002 г. № 166-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0200166> – Дата доступа: 27.03.2024.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 (утв. Приказом Минфина РФ от 06.05.1999 № 32н в ред. От 27.11.2020 // Министерство финансов России. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=2268 – Дата доступа: 27.03.2024.
4. Доходы // Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации. – Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru/rn77/fl/pay_taxes/income/#:~:text=%D0%94%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%20%D0%B4 – Дата доступа: 27.03.2024.
5. Гнатюк С.Н. Макроэкономика : учеб.-метод. пособие / С. Н. Гнатюк. – Могилев : Белорус. – Рос. ун-т, 2013. – 401 с. : ил.
6. Темирова Г.Г. Бухгалтерский учет и аудит : учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / сост.: Темирова Г. Г. - Павлодар : Кереку, 2011. – 128 с.
7. Филиппова, Т. В. Доходы и расходы предприятия / Т. В. Филиппова, Д. А. Хурсин, П. В. Микитюк // Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства : тези II Міжнародної науково-практичної конференції, Житомир, 6–8 листопада 2019 р. – Житомир : Житомирська політехніка, 2019. – С. 911–915. – Библиогр.: с. 915 (2 назв).
8. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов: утв. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 г. № 102. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_300911_102.pdf - Дата доступа: 01.04.2024.

УДК 657.1

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

К.Н. Невдах, 2 курс

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

Полесский государственный университет

Особое место в производственной деятельности любого предприятия занимает труд и его результаты, потому что с помощью рабочей силы создается готовый продукт, услуга. Это предполагает рациональное использование трудовых ресурсов, так как без трудовых ресурсов, определенных профессий и квалификации ни одна организация существовать не может. Правильная организация труда и заработной платы должна обеспечивать формирование стимулов и мотивации к труду, повышению его качества и производительности. Наряду с материальными затратами, значительную часть в себестоимости производимой готовой продукции, выполненных работ, оказанных услуг составляют затраты на оплату труда.

Проведем критический анализ литературных источников относительно сущности категории «заработная плата» с точки зрения различных ученых, а также определение категории в нормативной правовой базе.

В Республике Беларусь трудовые отношения, основанные на трудовом договоре, регулируются Трудовым кодексом Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. №296-3 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2024 г.). Так, в ст. 57 Трудового Кодекса приводится следующее определение заработной платы - вознаграждение за труд, которое наниматель обязан выплатить

работнику за выполненную работу в зависимости от ее сложности, количества, качества, условий труда и квалификации работника с учетом фактически отработанного времени, а также за периоды, включаемые в рабочее время [1].

В своем учебном пособии Левкович О.А. определяет заработную плату следующим образом: «вознаграждение за труд, которое наниматель обязан выплатить работнику за выполненную работу в зависимости от ее сложности, количества, качества, условий труда и квалификации работника с учетом фактически отработанного времени, а также за периоды, включаемые в рабочее время» [2, с. 223]. Как видим, автор в своем научном труде использует определение заработной платы из Трудового кодекса Республики Беларусь.

Ладутько Н.И. трактует понятие заработной платы как совокупность вознаграждений в денежной, натуральной форме, получаемых работником за фактически выполненную работу, а также за периоды, включаемые в рабочее время [3, с.242]. Ладутько в отличие от понятия, приведенного в Трудовом кодексе, в своем подходе к трактованию категории указал на денежную и натуральную формы причитающегося вознаграждения работнику.

Достаточно развернутое определение заработной платы приводит Бекниязова Г.У: «заработная плата – это цена труда наемных работников, выраженная затратами на формирование их рабочей силы, количеством и качеством затраченного труда, сложившейся конъюнктурой на рынке труда и финансовыми возможностями работодателя и определяемая количественными и качественными величинами, характеризующими результаты труда» [4, с.72]. В такой интерпретации автор дополняет уже существующее определение заработной платы, которое учитывает не только количество и качество трудовых усилий работников, но и другие количественные и качественные величины, характеризующими результаты труда.

Следует отметить, что на просторах Интернета в различных статьях встречаются категории «заработная плата» и «оплата труда». Однако это не синонимичные категории, хоть и относятся они к трудовым отношениям. Так, согласно ст. 61 Трудового кодекса Республики Беларусь, под оплатой труда следует понимать - определение размеров, структуры, условий и порядка выплаты заработной платы работникам за исполнение ими трудовых обязанностей в соответствии с настоящим Кодексом, иными нормативными правовыми актами, коллективным договором, соглашением, иными локальными правовыми актами и трудовым договором [1]. Т.е., если заработная плата – это сумма денежных средств, которая отражается в системе учета организации, то оплата труда – это процесс, порядок определения такой суммы денежных средств.

С 1 января 2015 г. вступил в силу Декрет Президента Республики Беларусь от 15.12.2014 № 5 «Об усилении требований к руководящим кадрам и работникам организаций». В соответствии с данным Декретом у работодателей появилась право устанавливать в соответствии с законодательством, локальными нормативными правовыми актами, а также решением собственника имущества организации или уполномоченного им органа работникам, не допускающим нарушений производственно-технологической, исполнительской и трудовой дисциплины, дополнительные выплаты стимулирующего характера без ограничения их размера за счет прибыли, средств от приносящей доходы деятельности, остающихся в распоряжении организаций после уплаты обязательных платежей в бюджет [5].

К выплатам стимулирующего характера относятся различного рода доплаты, надбавки, премии. Такие выплаты устанавливаются в организации на основании коллективного договора, соглашения и трудового договора (ст. 63 Трудового кодекса Республики Беларусь).

В связи с ограниченностью финансовых ресурсов руководству организации особо тщательно необходимо подходить к эффективному использованию фонда заработной платы. К сожалению, причины роста фонда заработной платы не всегда связаны с повышением производительности труда работников организации. Известно, что фонд заработной платы может расти за счет увеличения премиальных выплат, не связанных напрямую с выпуском продукции (такая ситуация наблюдается в тех организациях, где руководство не уделяет должного внимания разработке так называемой «справедливой» системе премирования).

Одно из направлений совершенствования системы премирования – сделать привязку к личным результатам труда каждого работника. Для этого в учетную практику промышленной организации необходимо внедрить дифференциацию дополнительных стимулирующих выплат. Данная система

позволит усилить мотивацию работников к качественному труду и тем самым получить дополнительное вознаграждение.

В системе учета рекомендуем к счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» предусмотреть субсчет первого порядка 70/Х «Дополнительные стимулирующие выплаты» и субсчета второго порядка:

– 70/Х/1 – дополнительные стимулирующие выплаты за «качество» (новаторские идеи, реализация которых благоприятно сказалась на деятельности организации: маркетинговые исследования);

– 70/Х/2 – дополнительные стимулирующие выплаты за «результативность» (перевыполнение плана производства, плана продаж);

– 70/Х/3 – прочие дополнительные стимулирующие выплаты (за многолетний стаж работы).

Начисление таких выплат следует отражать по Дебету счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» субсчет 90/10 «Прочие расходы по текущей деятельности» и Кредиту счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» соответствующего субсчета (из предложенных в рамках данной работы).

Выше рассмотренная методика учета дополнительных стимулирующих выплат не только способствует рациональному использованию фонда заработной платы и стабильному повышению результативности организации, но и изменяет психологию работников, поскольку каждый понимает, что у него есть возможность получить дополнительную стимулирующую выплату. Считаем, что предложенный подход имеет объективный характер и является мотивационным рычагом в заинтересованности работников в повышении своих доходов от трудовой деятельности.

Список использованных источников

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 26 июля 1999 г. № 4296-3 : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г.: одобр. Советом Респ. Беларусь 30 июня 1999 г.: ред. от 30.12.2018 № 159-З, в ред. Закона Республики Беларусь от 29.06.2023 №273-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2024.

2. Левкович, О.А. Бухгалтерский учет : учеб. пособие / О.А. Левкович, И.Н. Бурцева. – 13-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2020. – 632 с.

3. Ладутько, Н.И. Бухгалтерский учет в промышленности: учеб. пособие / Н.И. Ладутько. – Минск.: Книжный Дом, 2005. – 688 с.

4. Бекниязова Г.У. Уточнение сущности заработной платы как цены за труд / Г.У. Бекниязова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. - №2. – 2021. – С.68-73.

5. Об усилении требований к руководящим кадрам и работникам организации: Декрет Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2014 г. № 5 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2024.

УДК 336

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ АНАЛИЗА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В.А. Нестерук, студент магистратуры

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

Полесский государственный университет

В современном мире успешность бизнеса напрямую зависит от грамотного финансового управления, в том числе, от анализа доходов и расходов организации. Анализ доходов и расходов является ключевым элементом финансового планирования и контроля, позволяя предприятию оптимизировать свою деятельность, увеличить прибыль и минимизировать риски.

Анализ доходов и расходов позволяет дать оценку текущему финансовому положению организации, а также выявить факторы и их влияние на полученные результаты. Проведение данного анализа также дает возможность руководству определить, в каком направлении своей хозяйственной деятельности есть возможности роста.

Учет и результаты анализа доходов и расходов организации являются важным элементом деятельности любой организации, что определяет актуальность исследования данной темы.

В современных экономических условиях определение доходов и расходов приобретает все большее значение и толкование. Существуют различные подходы к определению данных категорий. Проанализировав трактовки понятия «доходы организации» и «расходы организации», можно сделать вывод, что доходы организации – это совокупность денежных поступлений, полученных организацией за определенный период времени от реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг, а также от других источников, таких как инвестиции, кредиты и прочие.

Расходы организации, в свою очередь, это совокупность денежных затрат, понесенных организацией за определенный период времени на оплату заработной платы, покупку сырья и материалов, оплату услуг, амортизацию основных средств, налоги и другие расходы, связанные с деятельностью организации.

Основными источниками для проведения анализа доходов и расходов является бухгалтерская и управленческая отчетность организации, такая как нормативно-плановая документация, бухгалтерский баланс, отчеты о финансовых результатах, первичные документы, внутренние планы организации.

Изучением темы анализа доходов и расходов организации занимались такие экономисты как Н.С. Пласкова, Г.В. Савицкая, А.Д. Шеремет, О.С. Бондаренко, А.Н. Горелик. Рассматриваемые авторы предлагают свою собственную методику анализа доходов и расходов, которая в чем-то схожи, а в чем-то различны между собой. Так, общими при рассматриваемых методиках анализа доходов и расходов является исследование динамики финансовых результатов, факторный анализ прибыли, расчет рентабельности деятельности организации.

Так, методика анализа доходов и расходов, описанная О.С. Бондаренко и А.Н. Горелик заключается в том, что методом и одновременно особенностью анализа доходной и расходной частей предприятия является то, что данный анализ представляет собой систему, состоящую из следующих составляющих:

1. Анализа состава, структуры и динамики доходов организации.
2. Анализ состава, структуры и динамики расходов [1].

Методика анализа доходов и расходов организации Н.С. Пласковой включает в себя подробное изучение процесса формирования финансовых результатов [2]. Н.С. Пласковой предложена следующая методика анализа:

Первым этапом является вертикальный и горизонтальный анализ структуры и динамики доходов и расходов организации.

На втором этапе проводится анализ динамики финансовых результатов деятельности организации.

На следующем этапе проводится факторный анализ прибыли организации, что позволяет выявить резервы повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Заключительным этапом анализа доходов и расходов организации является расчет и оценка показателей рентабельностей, в частности, рентабельность издержек производства, рентабельность продаж, доходность капитала и его составляющих.

Н.С. Пласкова, по сравнению с другими исследуемыми экономистами, создала более подробный порядок проведения анализа. Преимуществом данной методики является сбор и анализ только финансовой отчетности, что уменьшает массив анализируемых данных и ускоряет процесс проведения анализа.

Для повышения точности и анализа и получения более достоверных результатов предлагается добавить к рассмотренной методике Н.С. Пласковой такие этапы, как:

1. Быстрый анализ финансовой отчетности организации, как первый этап, в котором предлагается объединить в единый массив данных доходы и расходы организации, их структуру и движение за определенный период.
2. Углубленный анализ динамики прибыли и рентабельности продаж, включающий в себя анализ влияния инфляции на финансовые результаты.
3. В качестве заключительного этапа, проведение более углубленного анализа показателей рентабельностей, включающий в себя сравнительную оценку и динамику рассчитанных показателей.

Таким образом, анализ доходов и расходов позволяет оценить эффективность деятельности организации как в целом, так и отдельных ее структурных элементов. Учет результатов анализа доходов и расходов организации позволяет организации развиваться в более выгодном для нее направлении, а также сокращать нерентабельные производственные элементы.

Рассмотренная методика анализа доходов и расходов организации позволит увеличить точность анализа и получить более достоверные данные, необходимые для принятия управленческих решений.

Список использованных источников

1. Бондаренко, О.С. Доходы и расходы организации: особенности анализа структуры, динамики и оптимизации / О.С. Бондаренко, А.Н. Горелик. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 302 с
2. Пласкова Н.С., Проданова Н.А. Экономический анализ» / Н.С. Пласкова, Н.А. Продана. - М. :ИНФРА-М, 2023. – 324 с.

УДК 657

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ ОАО «СЛУЦКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»

А.А. Ништ, 3 курс

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

Основным вопросом учета во внешнеэкономических операциях по импорту товаров является формирование стоимости импортного товара. Именно полная стоимость импортных материалов играет существенную роль при формировании финансового результата от последующей реализации импортных товаров. [1, 2]

В целях обеспечения систематического контроля за осуществлением внешнеэкономической деятельности на ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» рекомендуем создание внутрихозяйственной системы валютного контроля. Основной целью создания внутрихозяйственной системы валютного контроля является формирование на предприятии механизма проверок для обеспечения легитимности внешнеэкономических сделок с тем, чтобы содействовать более эффективному управлению внешнеэкономической деятельностью. [3]

Таблица – Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»

Действующий план счетов ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»		Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»		
Счёт, субсчёт	Содержание	Счёт	Субсчёт	Содержание
1	2	3	4	5
90.1	Выручка от реализации продукции	90	90.1.1	Выручка от реализации продукции на внутреннем рынке
			90.1.2	Выручка от реализации продукции на экспорт
90.4	Себестоимость реализованной продукции	90	90.4.1	Себестоимость реализованной на внутреннем рынке продукции
			90.4.2	Себестоимость реализованной на экспорт продукции
90.6	Расходы на реализацию	90	90.6.1	Расходы на реализацию на внутреннем рынке
			90.6.2	Накладные расходы по экспорту
			90.6.3	Общеторговые накладные расходы по экспорту

С целью совершенствования учета экспортно-импортных операций ОАО “Слуцкий сыродельный комбинат” предлагаем добавить к счету 90 “Доходы и расходы по текущей деятельности” следующие счета второго порядка, приведенные в таблице.

Для отражения в отчетности видов расходов на реализацию предлагаем ввести в ОАО “Слуцкий сыродельный комбинат” управленческий отчет о расходах на реализацию продукции.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

о прибылях и убытках

за _____ 20 ____ года

Организация	Слуцкий сыродельный комбинат
Учетный номер плательщика	600119098
Вид экономической деятельности	Промышленные предприятия
Организационно-правовая форма	Открытое акционерное общество
Единица измерения	тыс.руб
Адрес	Минская обл., г. Слуцк, ул. Тутаринова, 14

Наименование показателей	Код строки	За _____ 20 ____ г	За _____ 20 ____ г
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	10		
в том числе:			
выручка от реализации продукции на внутреннем рынке	11		
выручка от реализации продукции на экспорт	12		
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	20		
в том числе:			
себестоимость реализованной на внутреннем рынке продукции	21		
себестоимость реализованной на экспорт продукции	22		
Расходы на реализацию	50		
в том числе: расходы на реализацию на внутреннем рынке	51		
накладные расходы по экспорту	52		
общеторговые накладные расходы по экспорту	53		

Руководитель _____

Главный бухгалтер _____

_____ 20 ____ г.

Список использованных источников

1. Кольбух М.Ю. Совершенствование учета импортных операций: проблемы и пути их решения // Бухгалтерский учет и анализ. - Минск: 2004. - С. 20-25.
2. Галкина М.Н., Добрыдень Н.В., Бондарь А.Г. Бухгалтерский финансовый учет в промышленности . - Пинск: 2022. - 92 с.
3. "Методическое руководство по созданию на предприятии (в организации) внутрифирменной системы экспортного контроля " от 12.05.1998 // Российская газета

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НЬЮ-ЙОРКСКИХ ФОНДОВЫХ БИРЖ NYSE И NASDAQ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

А.В. Павлович, М.Р. Нехме, 3 курс

Научный руководитель – **В.С. Сергеюк**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Глобализация – это процесс интеграции экономик, культур и политики различных стран, который приводит к увеличению международных связей и взаимозависимости. В результате глобализации, мировая экономика становится более открытой и интегрированной, торговля между странами растёт, а также происходит обмен технологиями и идеями. При этом, процесс глобализации затрагивает и фондовый рынок, формированию и развитию которого способствует функционирование международных торговых и фондовых бирж [2, с. 41].

Международный оборот ценных бумаг концентрируется в мировых финансовых центрах. Внутри этих центров функционируют и развиваются фондовые биржи, которые являются неотъемлемой частью современного экономического мира. Они обладают возможностью проведения различных сделок с ценными бумагами, включая акции, облигации и другие финансовые инструменты. Стремительное развитие информационных технологий и глобализация финансовых рынков сделали фондовые биржи доступными для широкого круга инвесторов и предпринимателей. При этом, наиболее значимые фондовые биржи функционируют и развиваются в Нью-Йорке.

В контексте быстрого развития мировой экономики и финансовых рынков, Нью-Йоркские фондовые биржи (New York Stock Exchange - NYSE и NASDAQ - National Association of Securities Dealers Automated Quotation) играют ключевую роль в мировой финансовой системе. В данном исследовании мы рассмотрим основные направления развития NYSE и NASDAQ, выявим причину их превосходства в современном глобальном мире, сравним их положение с другими крупными биржами и выявим актуальные тенденции, которые происходят на биржах в современных условиях глобализации.

Нью-Йоркская фондовая биржа (NYSE) является крупнейшим в мире фондовым рынком, где ежедневно обмениваются в среднем 2,4 миллиарда акций [1, с. 183-188]. Общая капитализация равна более 50 триллионам долларов США, а в листинге насчитывается свыше 2 тысяч компаний. В условиях глобализации Нью-Йоркская фондовая биржа стала более интегрированной в мировой экономической системе и увеличила свое значение как центр международных финансовых операций.

Вторая в рейтинге биржа NASDAQ специализируется на акциях высокотехнологичных компаний. Именно здесь торгуются гиганты отрасли – Apple, Microsoft, Google, Intel, Nvidia и многие другие. За последние несколько лет капитализация NASDAQ выросла с 21,7 трлн до 35,6 трлн. долларов США. Такой стремительный рост связан с активным ростом акций высокотехнологичных компаний во время глобальной пандемии коронавируса (COVID-19) [4].

В таблице 1 представлен рейтинг бирж по рыночной капитализации и по количеству компаний на каждой из них.

Таблица 1. – Рейтинг бирж по рыночной капитализации по состоянию на 2020 и 2023

Ранг	Биржа	Местонахождение	Рыночная капитализация, трлн. дол. США		Количество компаний на бирже, ед	
			2020	2023	2020	2023
1	NYSE	Нью-Йорк, США	26,9	50,1	2529	2363
2	NASDAQ	Нью-Йорк, США	21,7	35,6	2880	3767
3	JPX	Токио, Япония	7,4	9,7	2537	3936
4	Euronext	Амстердам, Нидерланды	6,1	6,6	1527	1900
5	SSE	Шанхай, Китай	5,2	6,5	1644	2074

Примечание – Источник: собственная разработка исходя из [3], [4]

Опираясь на данные таблицы можно сделать вывод, что Нью-Йоркские фондовые биржи доминируют на рынке. Их капитализация превышает конкурентов в Европе и Азии в 3-4 раза по нескольким причинам. Во-первых США имеют одну из крупнейших экономик в мире, поэтому их биржи являются самыми крупными и активными. Ликвидность, доступность а также прозрачность биржи привлекает огромное количество компаний и инвесторов. Нью-Йорк исторически является одним из главных международных финансовых центров, что даже сформировало некоторую культуру вокруг фондовых бирж.

В настоящее время почти две трети сделок, которые имеют отношение к фондовому рынку, проводятся в Нью-Йорке. С каждым годом попасть на них, компаниям становится всё сложнее, из-за жёстких требований листинга. Например, NYSE дорожит своей репутацией и поэтому очень серьезно относится к отбору ценных бумаг, чтобы своим клиентам для торговли предоставлять только надёжные и хорошие акции.

Нью-Йорк занимает привилегированное положение, обладая конкурентными преимуществами по сравнению с другими крупными мировыми городами. Кроме того, NYSE и NASDAQ оснащены передовой динамичной технологической инфраструктурой, не имеющей аналогов на финансовых рынках.

Таким образом, Нью-Йоркские фондовые биржи занимают лидирующие позиции в мировых рейтингах уже который год. Причиной этому послужила глобализация, которая положительно сказалась на развитии не только фондовых бирж, но и всемирной экономике в целом. Глобализация позволяет сделать экономику стран более открытой и интегрированной, в следствие чего растут и развиваются торговля и технологии. Создаются свободные экономические зоны, которые помогают странам в быстрые сроки развить внутреннюю экономику и привлечь иностранные компании, что в дальнейшем сказывается на цене акций этих компаний. Это также способствует увеличению объемов торговли на фондовых биржах, привлекая больше инвесторов и увеличивая ликвидность рынков. Нью-Йоркские фондовые биржи также выигрывают от своей репутации в качестве ключевого финансового центра мира, оставаясь одними из самых привлекательных мест для инвестирования и торговли на мировых финансовых рынках.

Список использованных источников

1. Чукавина, М. А. Цифровые инновации в упаковочных решениях / М. А. Чукавина, Э. М. Гильманова // Цифровая экономика глазами студентов: Материалы Всероссийской научной конференции, Казань, 13 апреля 2022 года / Под технической редакцией Л.Ф. Нугумановой, Н.В. Кашиной. – Казань: ИП Сагиев А.Р., 2022. – С. 387-389.
2. Капранова, Л. Д. Развитие Нью Йорка в условиях глобализации / Л. Д. Капранова // Мегалополисы: Развитие в условиях глобализации. - 2008. №3. С. 41-56.
3. Largest stock exchange by market cap [Electronic resource]. – 2024. – Mode of access: <https://companiesmarketcap.com/stock-exchanges/largest-stock-exchange-companies-by-market-cap/>. Date of access: 05.04.2024.
4. Pulling apart in New York. An analysis of income trends in New York state and New York city [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: <http://www.fiscalpolicy.org/pullingapart.htm>. Date of access: 02.04.2024.

УДК 657.1

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

М.Ю. Панышева, 3 курс

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

Учет расчетов с дебиторами и кредиторами является важным аспектом финансового управления любой коммерческой организации. Он позволяет управлять и отслеживать потоки денежных средств, связанные с продажами и закупками. Эффективность расчетных операций по дебиторской и кредиторской задолженности организации зависит от состояния бухгалтерского учета расчетных операций.

В потоке экономических исследований на сегодняшний день не существует единого подхода к сущности категории «расчеты».

В Банковском кодексе приводится следующее определение категории: «Расчеты – это расчеты между физическими и юридическими лицами либо с их участием, проводимые через банк или небанковскую кредитно-финансовую организацию, его (ее) филиал (отделение) в безналичном порядке» [1].

Кожарский В.В. под расчетами понимает «правоотношения, опосредующие предоставление компенсации в денежной форме за произведенное исполнение или по другим основаниям» [2, с.47]. Следует отметить, что в такой интерпретации расчеты представлены с юридической стороны.

Ладутько Н.И. считает, что «В процессе деятельности организации вступают во взаимоотношения с другими организациями при совершении сделок купли-продажи продукции, товаров, оказания услуг и т.д. Эти отношения называются расчетными, так как осуществляются параллельно движению товарно-материальных ценностей, работ, услуг и денежных средств, которые обслуживают это движение» [3, с.132].

Новоселова Л.А. трактует категорию следующим образом: «Расчеты – это урегулированные нормами права денежные отношения по организации и осуществлению безналичных денежных платежей через банки или иные кредитные учреждения» [4, с. 45]. Как видим, автор раскрывает содержание понятия расчетов через содержание денежных отношений.

Таким образом, расчетные взаимоотношения возникают в связи с обязательством стороны, получившей его исполнения, оплатить его в денежном виде. Кроме того, расчеты могут возникать не только при надлежащем исполнении сделки, но и входе применения мер ответственности, возврата необоснованно полученного. Под расчетами в ряде случаев понимают расчетные правоотношения, расчетные обязательства и иногда исполнения денежного обязательства.

На сегодняшний день, расчеты с поставщиками оказывают большое влияние на состояние кредиторской задолженности организации. Следовательно, совершенствованию учета расчетов с поставщиками следует уделять повышенное внимание. Так, для совершенствования учета расчетов с кредиторами рекомендуем ввести следующие субсчета к счету 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»:

1.) 60.1 «Расчеты с юридическими лицами»;

- 60.1.1 «Расчеты с юридическими лицами за поставку сырья, материалов и комплектующих»;

- 60.1.2 «Расчеты с юридическими лицами за оказанные услуги»;

2) 60.2 «Расчеты с индивидуальными предпринимателями»;

- 60.2.1 «Расчеты с индивидуальными предпринимателями за поставку сырья, материалов и комплектующих»;

- 60.2.2 «Расчеты с индивидуальными предпринимателями за оказанные услуги»;

3.) 60.3 «Расчеты с прочими поставщиками и подрядчиками».

Внедрение в учетную практику промышленной организации рекомендуемых субсчетов к счету 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» повысят прозрачность учетного процесса по образованию кредиторской задолженности в разрезе субъектов расчетных взаимоотношений.

Логическим завершением учетного процесса расчетов с поставщиками является составление управленческого отчета. Рекомендуемая рабочая таблица управленческого отчета представлена в таблице.

Таким образом, предложенная форма управленческого отчета позволяет качественно структурировать информацию о расчетах со всеми контрагентами организации. В данной форме отчета контрагенты разделены на разные однородные группы. По каждому контрагенту предоставляется возможность увидеть сумму оплаты и дату оплаты.

Таблица – Рекомендуемая форма управленческого отчета расчетов с поставщиками (выдержка из рекомендуемой формы)

Контрагент, договор	Приход товара	Оплата по- ставщику	К оплате по сроку			Просроченные платежи	
	Сумма	Дата оплаты	Сумма	Дата оплаты	Сумма	Кол-во проср. дней	Сумма
Счет 60.1.1 - Расчеты с юридическими лицами за поставку сырья, материалов и комплектующих							
Контрагент							
...							
ИТОГО:							
Счет 60.1.2 – Расчеты с юридическими лицами за оказанные услуги							
Контрагент							
...							
ИТОГО:							
Счет 60.2.1 - Расчеты с индивидуальными предпринимателями за поставку сырья, материалов и комплектующих							
Контрагент							
....							
ИТОГО:							
Счет 60.2.2 - Расчеты с индивидуальными предпринимателями за оказанные услуги							
Контрагент							
...							
ИТОГО:							
Счет 60.3 – Расчеты с прочими поставщиками и подрядчиками							
Контрагент							
...							
ИТОГО:							

Примечание – Источник: собственная разработка

Также немаловажным фактором является возможность отслеживания просроченных платежей, так как просроченная кредиторская задолженность может привести к необходимости уплаты штрафных санкций, предъявлению судебных исков, а в худшем случае – признанию предприятия банкротом. В условиях, когда финансовое состояние коммерческой организации зависит от расчетов с контрагентами, в частности с поставщиками, рациональный учет расчетов является необходимым инструментом управления кредиторской задолженностью.

Список использованных источников

1. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 20 октября 2000 г. №441-З : принят Палатой представителей 3 октября 2000 г.: одобр. Советом Респ. 12 октября 2000 г: ред. от 12 июля 2023 № 282-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2024.
2. Кожарский, В.В. Бухгалтерский учет, анализ и аудит: учеб.-практ. Пособие для вузов / В.В. Кожарский, Н.В. Кожарская; под. Ред. В.В. Кожарского. – Минск: Экоперспектива, 2010. – 256 с.
3. Ладутько, Н.И. Бухгалтерский учет в промышленности: учеб. пособие / Н.И. Ладутько. – Минск: Книжный Дом, 2011. – 688 с.
4. Новоселова, Л.А. Безналичные расчеты / Л.А. Новоселова. – М.: Финансы и статистика, 2013. - 204 с.

ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ОРГАНИЗАЦИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

П.В. Рыбак, 2 курс

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

Полесский государственный университет

Бухгалтерский учет является важной составной частью экономики каждой страны. Благодаря бухгалтерскому учету экономические субъекты, такие как предприятия, юридические, физические лица и пр. взаимодействуют между собой, а роль бухгалтерского учета состоит в отражении их действий по отношению к друг другу на бумажном и электронном носителях в стоимостном выражении.

В ходе совместной работы субъектов возникают некие обязательства друг перед другом. В широком смысле под категорией «обязательство» понимают обещание, которое необходимо исполнить одному лицу в отношении к другому. В бухгалтерском учете понятие «обязательство» используется для отражения задолженности одной организации перед другой. В зависимости от того, кто является лицом обязанным можно выделить дебиторскую и кредиторскую задолженность.

Рассмотрим сущность категории «обязательство» в таблице.

Таблица – Подходы к понятию «обязательства»

Автор	Сущность категории
Закон Республики Беларусь о бухгалтерском учете и отчётности № 57-3 [1]	Обязательства – задолженность организации, возникшая в результате совершенных хозяйственных операций, погашение которой приведет к уменьшению активов или увеличению собственного капитала организации;
Ю.А. Лукаш, 2004 г. [2]	Обязательство — это существующая на отчетную дату задолженность организации, которая является следствием свершившихся проектов ее хозяйственной деятельности и расчеты по которой должны привести к оттоку активов
Кутер М.И. [4]	Обязательство возникает вследствие прошлых событий хозяйственной деятельности организации и расчеты по обязательствам должны привести к оттоку ресурсов, которые могли бы принести экономическую выгоду организации
Е. Григорьева [5]	Обязательства в бухгалтерском учете — это задолженность организации перед ее контрагентами, которую необходимо погасить в определенном периоде времени.

Ключевым моментом для всего комплекса норм обязательственного права является определение обязательства, которое содержится в пункте 1 статьи 288 ГК Республики Беларусь. В силу обязательства одно лицо (должник) обязано совершить в пользу другого лица (кредитора) определенное действие либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности.

Таким образом, задолженность разделяют на дебиторскую и кредиторскую.

Обязательства классифицируются по различным признакам, таким как:

1. По составу субъектов долговых обязательств выделяют обязательства перед: юридическими лицами (работники организации), юридическими лицами (индивидуальные предприниматели), налоговыми органами, бюджетными фондами, кредитными организациями, работодателями, учредителями.

2. По содержанию обязательств выделяют обязательства, возникшие в связи с: поставкой товара, арендой, выдачей и получением авансов, хранением и страхованием грузов, оказанием посреднических услуг и т.д.

3. По степени оценки суммы обязательств выделяют: фактические, которые возникают из договора, контракта или на основе законодательства, их сумма может быть строго и однозначно подсчитана; оценочные, точная сумма которых не может быть определена до наступления определенной даты и условные, которые могут стать или не стать реальными обязательствами в зависимости

от того, произойдут или не произойдут определенные события, вытекающие из прошлых операций, в будущем.

4. По валюте платежа выделяют обязательства: выраженные в белорусских рублях и в иностранной валюте. Задолженность возникает при внешне торговых операциях

5. По степени обеспечения выделяют обязательства: обеспеченные и не обеспеченные.

6. По продолжительности периода выделяют:

- краткосрочные обязательства – это группа обязательств, погашение которых необходимо произвести не позднее 12 месяцев с момента их создания. Примером таких обязательств может выступать рассрочка в рознице, как правило, осуществляемая физическим лицом.

- долгосрочные обязательства – обязательства, которые необходимо погасить в срок более чем 12 месяцев. Примером данного обязательства может быть рассмотрен кредит, который организация взяла у банка.

По результатам проведенного исследования автор статьи предлагает выделить обязательства по срочности погашения:

- в пределах срока, установленного договором или обеспеченная залогом, поручительством;
- не погашена в срок и не обеспечена;
- с истекшим сроком исковой давности, невозможная к получению.

В связи с этим мы рекомендуем дополнить рабочий план счетов предприятия субсчетами второго порядка для учета срочной и просроченной дебиторской и кредиторской задолженности.

Таким образом, можно сделать вывод, что приведенная выше классификация будет способствовать более правильной организации аналитического и синтетического учёта задолженности, а также более правильному анализу дебиторской и кредиторской задолженности.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь/ Закон Республики Беларусь о бухгалтерском учете и отчётности 12 июля 2013 г. № 57-З [Электронный ресурс]. – 2003-2024 – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057>. – Дата доступа: 02.04.2024.

2. Лукаш, Ю.А. Энциклопедический словарь-справочник предприятия / Ю. А. Лукаш. – Москва: Книжный мир, 2004. – С.232.

3. Супрунова, Е. А. Проблемы классификации обязательств в бухгалтерском учете / Е. А. Супрунова. – Пермь: Вектор экономики, 2019. – С.23.

4. Кутер, М.И. Введение в бухгалтерский учет: учебник / М.И. Кутер. - Краснодар: Просвещение-юг, 2013. – С.132.

5. Обязательства в бухгалтерском учете — это... / Главная / Бухгалтерский учет в 2023-2024 годах (план счетов и принципы) / Ведение бухгалтерского учета в 2023-2024 годах (правила, способы) [Электронный ресурс]. – Налог-налог, 2014-2024. – Режим доступа: https://nalog-nalog.ru/buhgalterskij_uchet/vedenie_buhgalterskogo_ucheta/obyazatelstva_v_buhgalterskom_uchete_eto-23/. – Дата доступа: 02.04.2024.

УДК 336.47

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.И. Серкевич, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Цель данной статьи заключается в исследовании и анализе текущих тенденций и перспектив развития зелёного финансирования в Республике Беларусь. Были рассмотрены актуальные направления развития зелёных финансовых инструментов и механизмов в стране, выявлены ключевые вызовы и проблемы, а также предложены возможные решения и рекомендации для стимулирования развития зелёной экономики и устойчивого финансирования проектов, способствующих охране окружающей среды и уменьшению негативного воздействия на климат.

Зеленое финансирование — это инвестиция, которая обеспечивает экологические выгоды в более широком контексте экологически устойчивого развития. «Зеленое» финансирование включает все формы инвестиций, как долговые, так и капитал акционеров, направленные на защиту окружающей среды, сохранение природных ресурсов и противодействие изменению климата или адаптацию к нему. Оно используется для реализации «зеленых» инфраструктурных проектов, улучшения энергетической безопасности и других программ, например, по повышению производительности труда и улучшению здоровья людей.

К основным условиям развития зеленого финансирования в Республике Беларусь можно отнести:

1. международное обязательство;
2. снижение значительного ущерба воздействия на окружающую среду;
3. внедрение «зеленых» инноваций в политику государства;

Акцентируя внимание на международном обязательстве, необходимо отметить, что в сентябре 2015 года, Саммит ООН по устойчивому развитию, лидеры 193 стран приняли 17 основных целей «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». Концепция «зеленой» экономики стала основной концепцией развития, а истощение природных ресурсов и изменение климата названы главными проблемами последующих лет.

На глобальном зеленом финансовом рынке широко используются следующие инструменты: зеленые облигации, включая устойчивые, климатические, залоговые (необеспеченные); зеленые займы и кредиты (также экокредиты/экозаймы); погодные деривативы. Эти финансовые инструменты не являются принципиально новыми, однако, с технической точки зрения, их отличает экологическая составляющая.

Согласно отчету стран G20, используемые для финансирования проектов зеленых облигаций, которые, согласно общепринятому определению, отвечают критерию экологичности (проекты в области энергосбережения, энергоэффективности, возобновляемых источников энергии и т.д.) [1, с. 6-7].

Согласно Международному определению Финансовой Корпорации (МФК), облигация, отвечающая следующим критериям, считается зеленой:

- 1) привлеченный капитал должен быть направлен на реализацию зеленых проектов;
- 2) инвестиции должны оцениваться на соответствие экологическим принципам;
- 3) средства, привлекаемые эмитентом, только целевые;
- 4) информация о расходовании средств прозрачна и публикуется ежегодно [2, с. 24].

Вместе с другими странами Республика Беларусь заявила о своей приверженности принципам зеленой экономики. Приняты постановления Совета Министров Республики Беларусь № 99 от 19 февраля 2021 года О государственной программе «Охрана окружающей среды и устойчивое использование природных ресурсов на 2021-2025 годы» [4] и № 710 от 10 декабря 2021 года «О национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021-2025 годы» [5].

На сегодняшний день рынок «зеленого» финансирования в Республике Беларусь находится на стадии начального развития. Следует отметить, что возрастает роль и влияние белорусских банков, которые совместно с международными кредитно-финансовыми организациями, развивают экологические проекты и стартапы на территории Республики Беларусь.

В будущем ОАО «Банк развития Республики Беларусь» может стать ключевым участником на рынке зеленого финансирования. Банк уже оказывает финансовую поддержку более чем 1600 долгосрочным проектам в области охраны окружающей среды, включая утилизацию отходов, производство микроэлектроники, строительство солнечных электростанций и другие. Он также активно сотрудничает с крупными участниками зелёного финансового рынка, такими как немецкий KfW IPEX-Bank, что позволяет привлекать относительно дешёвый капитал для долгосрочных проектов. [3, с. 127].

К наиболее актуальным проблемам зеленого финансирования в Республики Беларусь относятся: загрязнение более 20% территории радионуклидами в результате аварии на Чернобыльской АЭС; высокий удельный вклад транспорта в загрязнение атмосферного воздуха (в Беларуси данный показатель достигает 70%, тогда как в среднем в мире он не превышает 20-25%). Также сюда

относится накопление отходов (в основном отходы производства калийных и фосфорных удобрений) и другие [4].

Одним из возможных путей для решения данных проблем в Республике Беларусь может быть использование зелёного финансирования с упором на следующие аспекты:

1. Путём привлечения зелёных инвестиций можно обновить технологии на предприятиях, источниках радионуклидов и загрязнений воздуха, включая внедрение современных систем очистки выбросов и обработки отходов.

2. Стимулирование использования возобновляемых источников энергии. Предоставляя льготы и финансовую поддержку, можно стимулировать переход к использованию возобновляемых источников энергии, таких как солнечная и ветровая энергия. Это поможет сократить загрязнение атмосферы и снизить уровень радионуклидов.

Развитие зелёного финансирования предполагает создание специального фонда с капитализацией на основе выпуска зелёных облигаций. Необходима государственная поддержка, включая финансовые стимулы и налоговые льготы для экологических проектов, гарантии государственного уровня и привлечение средств международных финансовых институтов. Также требуется разработка правовой и методологической базы, а также национальных стандартов для реализации зелёных проектов.

Список использованной литературы

1. G20 Green Finance Synthesis Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [Synthesis_Report_Full_EN.pdf \(unepinquiry.org\)](#). – Дата доступа: 15.01.2024.

2. Green Bond Impact Report Financial Year 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [FY21 Green Bond Impact Report \(ifc.org\)](#). – Дата доступа: 15.01.2024.

3. «Зеленое» финансирование инфраструктурных проектов на уровне города: возможности и проблемы реализации в Республике Беларусь: отчет. — Минск, 2024 — 166 с .

4. Ботеновская, Е. С. Экоинновационное развитие стран Европейского союза: направления и механизмы реализации. / Е. С. Ботеновская, Е. И. Бычкова // Журнал международного права и международных отношений. – 2017. – № 1-2. – С. 103–109.

5. Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 99 О государственной программе «Охрана окружающей среды и устойчивое использование природных ресурсов на 2021-2025 годы» [Электронный ресурс] от 19 февраля 2021 года. // ЭТАЛОН, Законодательство Республики Беларусь. – Минск, 2024.

6. Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 710 «О национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021-2025 годы» [Электронный ресурс] от 10 декабря 2021 года. // ЭТАЛОН, Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

УДК 336.71

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

М.С. Степанцевич, А.А. Шимук, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Республика Беларусь в настоящее время переходит к новому этапу экономического развития, связанному с сетевой экономикой, основанной на информационных технологиях и быстрой передаче информации. Традиционным формам ведения бизнеса на смену приходит электронный бизнес, основанный на осуществлении деловых операций через Интернет. Это обеспечивает быстроту, гибкость и динамичность бизнеса.

Использование информационных технологий при расчетах обладает значительными выгодами. Оно ускоряет процесс оплаты, делает его более удобным и способствует сокращению издержек. Это привело к развитию электронных платежных систем, которые обеспечивают проведение расчетов между финансовыми учреждениями, компаниями и интернет-пользователями при приобретении товаров и услуг через Интернет. Именно поэтому тенденции развития цифровых платежных систем в настоящее время настолько актуальны.

Наиболее явная тенденция развития цифровых платежных систем Республики Беларусь выражается в соотношении наличных и безналичных расчетов. Анализ данных Национального банка Республики Беларусь выявил, что доля безналичных расчетов в нашей стране за период пяти лет (2019-2023 год) значительно увеличилась, а именно: по количеству операций в 1,07 раза (88,8 % – 94,8 %), по сумме операций в 1,2 раза (54,9 % – 67,5 %) (рисунок 1).

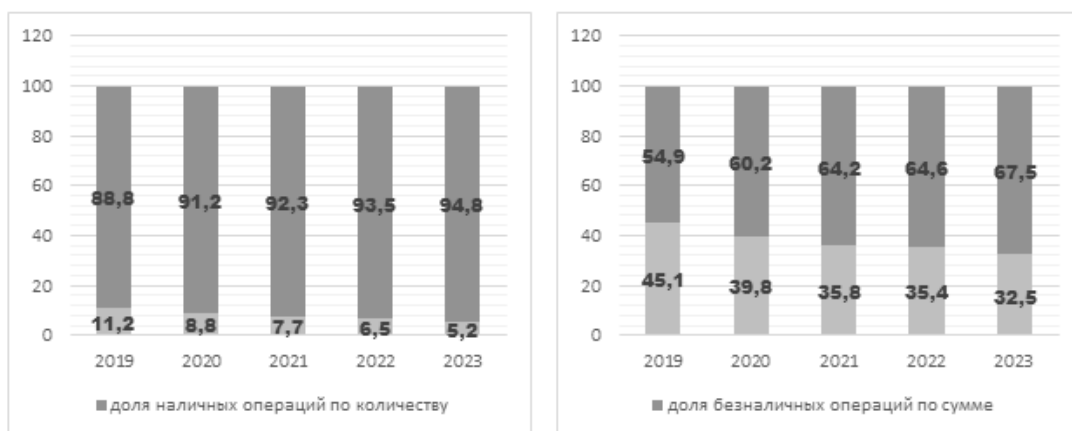


Рисунок 1– Динамика безналичных расчетов за 2019-2023 года в РБ

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1]

Также важной тенденцией, характеризующей развитие цифровых платежных систем является текущее состояние карточного платежного рынка Республики Беларусь. На 1 января 2023 г. эмиссию карточек осуществляли 20 банков, общее количество выпущенных в обращение карточек составило 18,1 млн. единиц, в том числе локальной платежной системы БЕЛКАРТ – 5,3 млн. единиц, или 29,2 процента от общего количества карточек, находящихся в обращении (на начало 2022 года – 22,5 процента). Большинство находящихся в обращении карточек являются карточками с наличием чипа стандарта EMV. На 1 января 2023 г. их количество достигло 16,4 млн. единиц, что составляет 90,5 процента от общего количества карточек, эмитированных в Республике Беларусь.

Активно развиваются бесконтактные технологии. Число бесконтактных карточек достигло 15,6 млн. единиц, или 86,2 процента от общего количества карточек. 9 Все популярнее становятся виртуальные карточки: их эмиссия на начало 2023 года составила 1,6 млн. единиц, или 8,8 процента от общего количества карточек.

В стране организовано отечественное производство заготовок карточек. В условиях свободной конкуренции большая часть данных заготовок, необходимых банкам для осуществления эмиссии карточек, приобретается у отечественного производителя.

Также необходимо отметить и развитие инфраструктуры платежных систем. На 1 января 2023 г. в стране функционировало 4 247 банкоматов, 2 226 инфокиосков. Расширение объектов программно-технической инфраструктуры обслуживания карточек в течение последних лет достигалось в первую очередь за счет увеличения количества платежных терминалов, устанавливаемых в ОТС. Так, на 1 января 2023 г. установлено 191 078 платежных терминалов в 141 854 ОТС, в том числе 18 474 мобильных платежных терминала[2].

Наряду с инфраструктурой одним из приоритетных направлений развития электронных средств платежа в Республике Беларусь является развитие рынка электронных денег. В настоящее время выпуск в обращение электронных денег осуществляют следующие коммерческие банки [3]: ОАО "Белгазпромбанк" (EasyPay, "Берлио", "МТС Деньги"), ОАО "Технобанк" (WebMoney Transfer), ОАО "Паритетбанк" (iPay), ОАО "Банк Москва-Минск" (электронные деньги систем W1 Bel, "МТС Кошелек"), ЗАО "Трастбанк" (iPay), ОАО "Приорбанк" (Belqi, "ОСМП", iPay), а также ОАО "Белинвестбанк", ОАО "АСБ Беларусбанк" (ISA, MasterCard, БелКарт).

В период с 2018 рынок электронных денег характеризовался положительной динамикой развития: сумма эмитированных электронных денег увеличилась в 2,4 раза (2018 г.-366593 тыс.руб.; 2022 г.-869645 тыс.руб.); количество открытых электронных кошельков, посредством которых

возможно совершение операций – в 10 раз (рисунок 2). Таким образом, в 2022 г. количество электронных кошельков достигло своего максимума и перешагнуло отметку в миллион, что почти в десять раз больше, чем в 2018 году.

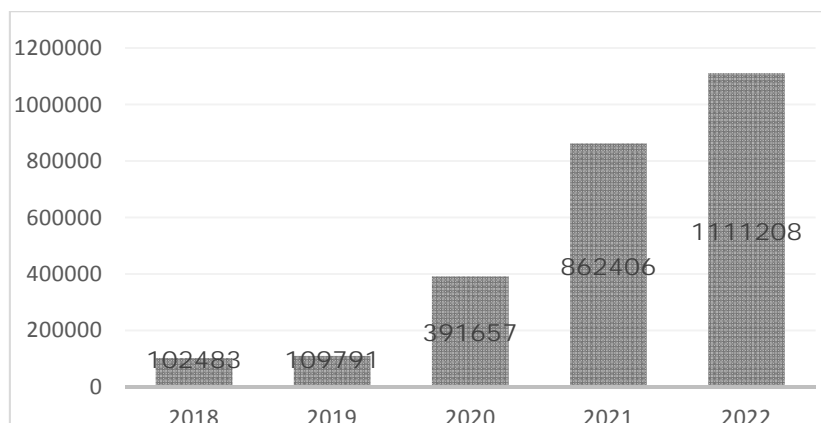


Рисунок 2. – Динамика показателей открытых электронных кошельков в РБ в 2018-2022 годах
Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Национальным банком и Правительством Республики Беларусь принимаются соответствующие меры, которые позволят в перспективе экономическим субъектам широко использовать электронные деньги для реализации своих бизнес-целей.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить современные тенденции развития цифровых платежных систем в Республике Беларусь:

- увеличение доли безналичных расчетов по розничным платежам;
- рост эмиссии банковских платежных карточек национальной платежной системы;
- рост количества организаций торговли, оснащенных терминалами;
- развитие инфраструктуры приема микропроцессорных БПК стандарта EMV и бесконтактных платежных карточек.
- развитие систем расчетов с использованием электронных денег как востребованных населением и бизнесом электронных средств платежа.

Полученные результаты исследования имеют практическую значимость в финансовой и банковской деятельности, позволят определить стратегические направления развития систем безналичных расчетов в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Основные показатели развития рынка банковских платежных карточек в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/PlasticCards/MainIndices.xlsx>. – Дата доступа: 02.04.2024.
2. Концепция развития платежного рынка республики Беларусь и цифровизации банковского сектора на 2023-2025: постановление Правления Национального банка Респ. Беларусь, 27.07.2023, № 267 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023. – Дата доступа: 20.04.2024.
3. Электронные деньги [Электронный ресурс] // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/e-money>. – Дата доступа: 02.04.2024

К.А. Стрельцова, 2 курс

Научный руководитель – **А.М. Шутова**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

Проблема экологии в настоящее время является одной из самых актуальных, поскольку угроза климатических изменений, загрязнение окружающей среды и вымирание видов стала более остро ощущаться. В результате человеческой деятельности происходит разрушение экосистем, что приводит к необратимым последствиям для окружающей среды и жизни на Земле в целом.

Основными проблемами окружающей среды являются:

- сброс сточных вод. Со сточной водой в канализационную сеть поступают компоненты физиологических выделений человека, загрязнения от умывания, приготовления пищи, купания, стирки белья, уборки в помещении. Кроме того, со сточными водами выносятся и твердые отходы (полиэтилен, бумага, ветошь и др.) [1, с. 35];

- выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух. Большинство выбросов в атмосферу происходит в результате промышленной деятельности, транспорта. Природными источниками загрязнения атмосферного воздуха выступают: почвенная пыль, космическая и радиоактивная пыль. Запыленность воздуха механическими примесями оказывает вредное действие на организм, проявляющееся, прежде всего, в механическом раздражении слизистых оболочек верхних дыхательных путей и глаз [1, с. 52];

- обезлесение. Оно приводит к изменению климата, так как леса играют важную роль в цикле углерода, поглощая углекислый газ и выделяя кислород в атмосферу. Потеря лесов ведет к увеличению выбросов углекислого газа, что способствует глобальному потеплению и изменению климата и др.

Все выше перечисленные проблемы все больше и больше вызывают беспокойства у экологов. Бездумное природопользование и индустриализация привели к тому, что мы сегодня стоим на пороге экологической катастрофы, причем созданной собственными руками. Однако, благодаря финансам мы можем минимизировать негативное воздействие человеческой деятельности на окружающую среду.

Экологическое налогообложение выполняет комплексную функцию по регулированию социально-экономических процессов, имея при этом огромное влияние на решение проблем экологического характера.

В механизме реализации экологической политики именно налогообложение становится основным стимулятором в решении экологических проблем, а уровень эффективности внедрения экологических налогов непосредственно влияет на качество окружающей среды [2].

Введение налогов на выбросы загрязняющих веществ создает дополнительные экономические издержки для предприятий, что стимулирует их к инвестированию и внедрению новых экологически чистых технологий, а это в свою очередь способствует снижению выбросов вредных веществ. К примеру, одной из мер по сохранению природы в Швейцарии является утилизация более 50% отходов. Это лучший показатель в мире. Если житель страны выбросил вещь, которую можно было бы отправить на вторичную переработку или использовать повторно, он должен заплатить налог в казну [3].

Поэтому один из эффективных путей решения может быть увеличение налоговой ставки за выбросы вредных веществ. На данный момент в Республике Беларусь коэффициенты по ставкам экологического налога следующие: за выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, образующиеся при сгорании топлива для удовлетворения теплоэнергетических нужд населения, - 0,27; за выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, образующиеся при использовании RDF – топлива - 0,64; за сброс сточных вод в окружающую среду для владельцев коммунальной и ведомственной канализации, для рыбоводных организаций и прудовых хозяйств - 0,006 [4].

С помощью средств, получаемых от налогов, государство может направить их на финансирование экологических программ. Они могут включать в себя: финансирование мероприятий по очистке водных ресурсов от загрязнений и химических веществ; поддержка и развитие возобнов-

ляемых источников энергии, таких как солнечная и ветровая энергия; выделение средств на создание и обслуживание природных заповедников, парков.

По данным Министерства Финансов Республики Беларусь, на 2024 год планируется осуществление государственной программы «Охрана окружающей среды и устойчивое использование природных ресурсов» (выделено 86,5 млн. руб.) [5].

Еще одним решением может быть создание солнечных и ветровых электростанции, гидроэнергетика и другие источники возобновляемой энергии помогают снижать выбросы парниковых газов и уменьшать зависимость от ископаемых топлив. Ветровая и солнечная энергия - это возобновляемые ресурсы, которые бесконечно доступны на планете. В отличие от ископаемых топлив, таких как уголь, нефть и природный газ, которые исчерпываются со временем, солнечная и ветровая энергия будут доступны всегда, что делает их устойчивым источником энергии на долгосрочную перспективу. Разработка эко-материалов, таких как биоразлагаемый пластик, бамбуковые изделия, экологически чистые строительные материалы, способствует снижению использования ресурсов и уменьшению отходов.

Анализ структуры расходов консолидированного бюджета Республики Беларусь показал, что расходы, выделенные на охрану окружающей среды, в 2024 году составят в сумме 72,68 млрд. руб. (на 8,3% выше уровня 2023 года) (рис.) [5].

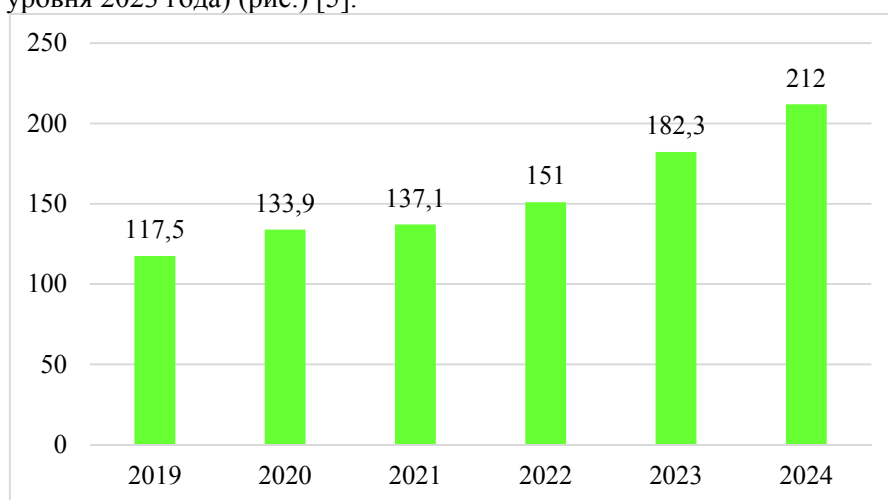


Рисунок – Динамика расходов на охрану окружающей среды в Республике Беларусь, млн. руб.
Примечание – Источник: собственная разработка на основе [5].

На основе данных можно сделать вывод, что за последние 5 лет расходы на окружающую среду в целом имеют тенденцию к росту. По плану в 2022, 2023 и 2024 годах ожидается рост финансирования на окружающую среду, а это в свою очередь является позитивным сигналом и указывает на дальнейшее развитие экологических инициатив.

Беларусь по итогам 2022 года вошла в число 60 лучших стран (55-я позиция из 180) по индексу экологической эффективности [6].

Таким образом, финансы играют важную роль в современном мире. Инвестирование в экологически чистые технологии и проекты способствует уменьшению негативного воздействия на окружающую среду. Финансы также могут быть использованы для обеспечения контроля за использованием ресурсов, снижения выбросов парниковых газов и защиты биоразнообразия. Налоговые льготы, субсидии, штрафы за экологически вредные действия – все эти инструменты могут быть использованы для стимулирования компаний и государств к внедрению эко-инвестиций.

Список использованных источников

1. Сыса А. Г. Гигиена окружающей среды / А. Г. Сыса, М. А. Дубина. – Минск: МГЭИ им. А.Д. Сахарова БГУ, 2015. – 40 с.

2. Влияние экологических налогов и сборов на качество окружающей среды / Полещук В. Н. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-ekologicheskikh-nalogo-i-sborov-na-kachestvo-okruzhayushey-sredy/viewer> – Дата доступа: 03.04.2024.

3. Глобальные экологические проблемы и пути их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus-one.ru/manual/2022/02/23/globalnye-ekologicheskie-problemy-i-puti-ih-resheniya> – Дата доступа: 02.04.2024.

4. Налоговый Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0900071> – Дата доступа: 03.04.2024.

5. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/> – Дата доступа: 30.03.2024.

6. Environmental Performance Index 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nonews.co/wp-content/uploads/2022/06/epi2022.pdf> – Дата доступа: 30.03.2024.

УДК 657

ДОХОДЫ И РАСХОДЫ КАК ОБЪЕКТЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

А.В. Сурма, 2 курс

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

Полесский государственный университет

В современном мире каждое предприятие стремится к успешному и прибыльному функционированию. Самой главной и основной задачей их деятельности в условиях рыночной экономики является наращивание прибыли, которое достигается ростом доходов и уменьшением расходов.

Данные бухгалтерского учета помогают раскрыть информацию о доходах и расходах предприятия, что позволяет составить план для максимизации прибыли и оптимального объема выпускаемой продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг. Следовательно учет доходов и расходов предприятия является необходимым и находится под постоянным контролем бухгалтерии.

Организация бухгалтерского учета должна быть основана на нормативной базе. В Республике Беларусь основным нормативным документом, который регулирует учет доходов и расходов, является «Инструкция по бухгалтерскому учёту доходов и расходов» утверждённая Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 №102. Эта инструкция является элементом государственного регулирования бухгалтерским учетом и отчетностью в Республике Беларусь и применяется при признании, оценке и раскрытии информации в бухгалтерском учете и отчетности для доходов и расходов, в сближении с международными стандартами финансовой отчетности[1].

В современной экономической литературе существует множество подходов к определению сущности «доходов» и «расходов» предприятия, предложенными разными авторами и нормативными актами. Некоторые из них представлены в таблице 1.

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

Автор	Определение
1	2
Закон Республики Беларусь — «О бухгалтерском учете и отчетности» №57-З [2]	доходы – увеличение экономических выгод в течение отчетного периода путем увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации, не связанному с вкладами собственника ее имущества (учредителей, участников). расходы – уменьшение экономических выгод в результате уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества организации, распределением между учредителями (участниками) организации.
Приказ Минфина РФ от 6 мая 1999 г. N 32н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99" [3]	доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Окончание таблицы 1

1	2
Приказ Минфина РФ от 6 мая 1999 г. N 33н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99" [4]	расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).
С.В. Невдах [5, с. 19-20]	доходом организации, в более широком смысле, признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов в виде денежных средств и иного имущества, а также погашение обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества). расходами организации признаются платежи и кредиторская задолженность, связанные с приобретением материально-производственных запасов и других активов.
Т.А. Фролова [6]	доход — это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат. Он представляет собой денежную форму чистой продукции предприятия, т.е. включает в себя оплату труда и прибыль.
В.К. Скляренко [7]	расходы – это затраты определенного периода времени, документально подтвержденные, экономически оправданные (обоснованные), полностью перенесшие свою стоимость на реализованную за этот период продукцию.

Определение доходов и расходов в Республике Беларусь практически идентично с Российской Федерацией. По нашему мнению, наиболее полно и точно отражающим сущность понятий доход и расход являются определения, представленные в Законе Республики Беларусь — «О бухгалтерском учете и отчетности» №57-З.

Классификация доходов и расходов в бухгалтерском учете играет важную роль для правильного планирования, учета и анализа финансовой деятельности организации. Она позволяет систематизировать и группировать доходы и расходы в соответствии с определенными критериями, что облегчает их учет и анализ. Классификация доходов и расходов с точки зрения инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов № 102 представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация доходов и расходов

Классификационный признак	Доходы	Расходы
в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации	<ul style="list-style-type: none"> - доходы по текущей деятельности; - доходы по инвестиционной деятельности; - доходы по финансовой деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - расходы по текущей деятельности; - расходы по инвестиционной деятельности; - расходы по финансовой деятельности.

Бухгалтерский учет доходов и расходов от обычных видов деятельности ведется на синтетическом счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», обороты которого формируются в конце каждого месяца на основе регистров аналитического учета. Кредитовый оборот по счету 90 отражает объем продаж (выручки) организации за месяц, а по дебету счета 90 отражаются затраты, которые непосредственно связаны с реализацией продукции: НДС, акцизы, себестоимость продаж, управленческие расходы и расходы на реализации. При сопоставлении кредитового и дебетового оборотов по данному счету и определяется финансовый результат, который в конце месяца отражается на счете 99 «Прибыли и убытки». Учет прочих доходов и расходов ведется на счете 91 «Прочие доходы и расходы».

В каждой организации существует свой механизм управления доходами и расходами, который в идеале должен обеспечивать стабильность и регулярность денежных поступлений от осуществления различных видов деятельности, а также экономичность затрат при наибольшей экономиче-

ской эффективности. При этом оптимизация бухгалтерского учета доходов и расходов, как одних из основных бухгалтерского учета экономических субъектов приобретает особо важное значение.

Список использованных источников

1. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов: утв. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 г. № 102. // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_300911_102.pdf – Дата доступа: 25.03.2024.

2. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республике Беларусь от 12 июля 2013г. № 57-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057> – Дата доступа: 25.03.2024.

3. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 утв. приказом Минфина Российской Федерации от 06.05.1999 № 32н (в ред. от 27.11.2020 №287н) // Министерство финансов России. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=2268 – Дата доступа: 25.03.2024.

4. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 утв. Приказом Минфина Российской Федерации от 6.05.1999 № 33н (в ред. От 06.04.2015 № 57н) //Министерство финансов России. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=2269 – Дата доступа: 25.03.2024.

5. С.В. Невдах, Бухгалтерский управленческий учет в промышленности: специальности: 1-25 01 08 Бухгалтерский учет, анализ и аудит [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс / С.В. Невдах; УО «Полесский государственный университет». – Пинск: ПолесГУ, 2020. – 148 с.

6. Экономика предприятия: конспект лекций / Т.А. Фролова. - Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009.

7. Складенко В. К. В чем разница между затратами, расходами и издержками // НП Центр дистанционного образования «Элитариум» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elitarium.ru/zatraty-rashody-izderzhki-aktivy-proizvodstvo-buhgalterskij-upravlencheskij-uchet/> – Дата доступа: 26.03.2024.

УДК 336.76

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

П.А. Тарлецкий, 2 курс

Научный руководитель – **А.М. Шутова**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

В современном мире финансовые рынки играют ключевую роль в экономическом развитии страны, в том числе и в Республике Беларусь. Однако, на протяжении последних лет Беларусь сталкивается с рядом проблем, затрудняющих развитие своего финансового рынка. Актуальность данной темы обусловлена значимостью финансового рынка для экономического развития Беларуси и прямым влиянием на жизнь граждан, бизнес и государственные институты. Этот вопрос является крайне обширным и сложным, так как финансовый рынок состоит из четыре самостоятельных крупных рынков, – кредитного, валютного, фондового и страхового - что существенно усложняет процесс изучения данной проблемы. В данной статье мы рассмотрим основные вызовы, с которыми сталкивается финансовый рынок Беларуси сегодня, а также возможные пути их решения. [1]

Главными проблемами развития фондового рынка, как одного из составляющих финансового рынка, является недостаточная его прозрачность и открытость, что влечет за собой низкую капитализацию и ликвидность и, как следствие, ограничивает его привлекательность для инвесторов и может затруднять проведение крупных сделок. Это затрудняет доступ к информации для инвесторов и может создавать условия для коррупции и манипуляций. На рисунке 1 представлен показатель капитализации фондового рынка некоторых европейских стран.

Как видно из гистограммы, Республика Беларусь, с показателем в 3,4% общей рыночной капитализации к ВВП, является крайне отстающей страной в сравнении с другими государствами.

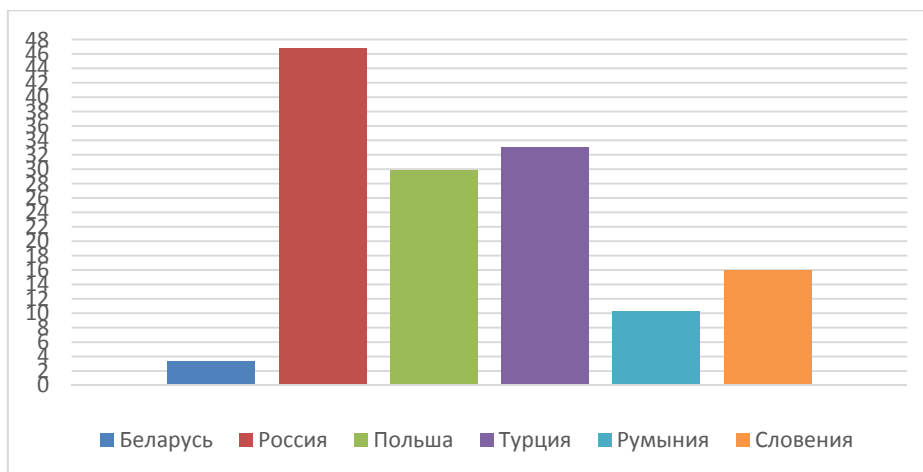


Рисунок 1. – Рыночная капитализация фондового рынка к ВВП, в процентах

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

Поэтому необходим ряд мер и решений по развитию фондового рынка. К мерам по улучшению рыночной капитализации в Республике Беларусь относятся:

- 1) создать условий, которые сделают фондовый рынок привлекательным для различных инвесторов, включая как местных, так и иностранных. Это может включать в себя улучшение правового и регуляторного окружения, а также повышение эффективности торговых платформ;
- 2) повышение уровня финансовой грамотности среди населения. Образовательные программы и информационные кампании могут помочь увеличить интерес и понимание инвестиционных возможностей на фондовом рынке;
- 3) укрепление корпоративного сектора страны и его привлекательности для инвесторов может способствовать росту капитализации фондового рынка. Для этого нужно поддерживать инновации, развитие прозрачности и корпоративного управления, а также стимулирование IPO (первичное размещение акций компаний на рынке);
- 4) поддержка развития малого и среднего бизнеса может стать драйвером для роста фондового рынка. Возможно достигнуть это через программы государственной поддержки, такие как льготные кредиты, налоговые льготы и другие инструменты стимулирования.

Как упоминалось выше, еще одной существенной проблемой является сложность получения информации и проверка ее достоверности. Быстрый доступ к основной информации привлекателен для инвесторов, граждан и иных экономических субъектов при выборе страны для направления инвестиций.

Валютный рынок, как неотъемлемое звено финансового рынка и системы в целом, также имеет ряд проблем и путей для совершенствования. Основной стоит назвать нестабильность национальной валюты и ее валотильность, что отражено на рисунке 2:

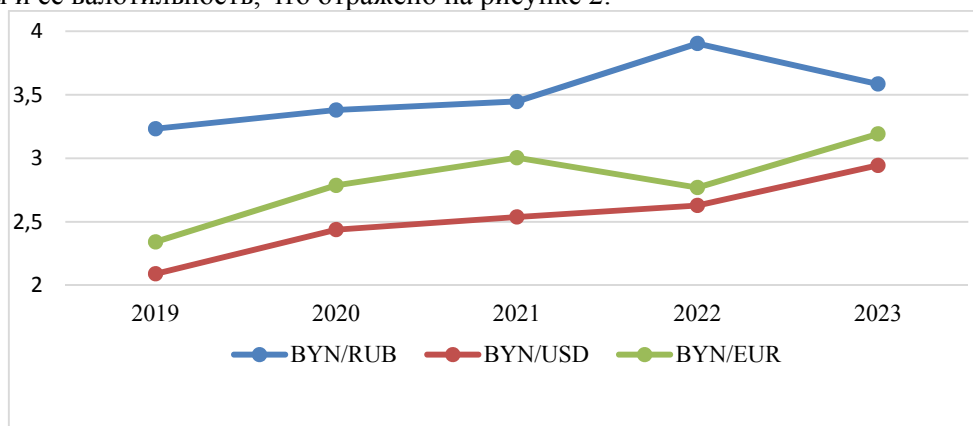


Рисунок 2. – Изменение курсов доллара США, российского рубля и евро за 2020-2023 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Как видно из рисунка 2, курсы валют в отношении белорусского рубля постоянно растут, что является неблагоприятной ситуацией для внешнеэкономической политики страны. Реализация мер по сдерживанию инфляции, обеспечению фискальной дисциплины и устойчивости бюджета может содействовать стабилизации валютного рынка. Также взаимодействие с международными финансовыми институтами и участие в международных финансовых программах могут способствовать укреплению валютных резервов и улучшению позиции страны на мировых финансовых рынках.

Нельзя не отметить кредитный и страховой рынки. Страховой рынок Республики Беларусь находится под контролем государства, где действуют несколько страховых компаний, предлагающих широкий спектр страховых продуктов. Однако рынок характеризуется ограниченным разнообразием страховых продуктов и ограниченным уровнем конкуренции. Высокие страховые премии и недостаток привлекательных условий для страхования создают некоторые вызовы для потребителей. Необходимы улучшения в области регулирования, повышения прозрачности и стимулирования конкуренции для развития более динамичного и клиентоориентированного страхового рынка.

Кредитный рынок характеризуется ограниченным доступом к кредитам для малых и средних предприятий и домохозяйств из-за высоких процентных ставок и требований к залогу. Несмотря на это, банковская система продолжает играть ключевую роль в экономике страны, предоставляя кредиты государственным предприятиям и основным отраслям экономики. Улучшение правовой среды, снижение процентных ставок, повышение финансовой грамотности и разнообразие инвестиционных инструментов могут способствовать развитию более динамичного и инклюзивного кредитного рынка.

В заключение, анализируя проблемы и вызовы, с которыми сталкивается финансовый рынок Республики Беларусь, становится очевидным, что улучшение его функционирования играет ключевую роль в обеспечении устойчивого экономического роста. Решение упомянутых ранее проблем требует не только активных шагов со стороны государства и регуляторов, но и вовлечения частного сектора и общественности для создания более устойчивой и разносторонней финансовой системы.

Список использованных источников

1. Верезубова, Т.А. Теория финансов: учеб. пособие / Т.А. Верезубова [и др.]; под ред. Т.А. Верезубовой. – Минск: БГЭУ, 2022. – 367 с.

2. Капитализация фондового рынка [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://ru.theglobaleconomy.com/rankings/stock_market_capitalization/ Дата доступа: 07.04.2024.

3. Средний официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nrb.by/statistics/rates/avgrate> Дата доступа: 07.04.2024.

УДК 657

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С РАБОЧИМИ И СЛУЖАЩИМИ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА ЗАО “ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ “ПИНСКДРЕВ”

А.Г. Татаревич, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Управленческий учет можно определить как самостоятельное направление бухгалтерского учета организации, которое обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, управления, контроля и оценки организации в целом, а также ее структурных подразделений [1].

Бухгалтерский управленческий учет – это связующее звено между учетным процессом и управлением предприятием [5].

Для оплаты труда работников формируется фонд оплаты труда, который определяется исходя из установленного норматива и рассчитывается исходя из объемов выпуска товарной продукции. Фонд оплаты труда состоит из заработной платы за выполненную работу, выплат стимулирующего характера (премии, вознаграждения за выслугу лет и др.), выплат компенсирующего характера,

связанных с условиями труда и режимом работы (доплаты, надбавки и др.), оплаты за неотработанное время (ежегодные, дополнительные отпуска и др.), выплат денежных компенсаций, а также прочих выплат, включаемых в фонд оплаты труда, согласно законодательства о труде. Также в состав фонда заработной платы включаются и прочие выплаты, носящие регулярный характер, такие как оплата стоимости бесплатно предоставленного питания, топлива работника, оплата расходов по оплате жилья и коммунальных услуг и другое [3; 5].

Один из принципов управленческого учёта - полнота и аналитичность, обеспечивающие исчерпывающую информацию об объектах учета.

Оценивая организацию учета расчетов с персоналом по оплате труда в ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» необходимо отметить, что отражение начислений и выплат по счёту 70 «Расчёты с персоналом по оплате труда» не достаточно полно отражают все организационные и методологические аспекты ведения бухгалтерского учета, что характеризует не рациональную организацию бухгалтерского учета. В связи с этим, нами сформулированы рекомендации по дополнению состава расчетов по заработной плате, которые впоследствии будут использованы при составлении статистической и управленческой отчётности [4].

Предлагаемые изменения к рабочему плану счетов ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» отражены в таблице 1.

Таблица 1. – Рекомендуемые дополнения к действующему рабочему плану счетов

Действующий рабочий план счетов	Рекомендуемые дополнения к действующему рабочему плану счетов для ЗАО «Пинскдрев»		
	70.1 – Расчёты с персоналом по оплате труда списочного состава	70.2 – Расчёты с персоналом по оплате труда не списочного состава	70.3. – Расчёты с внешними совместителями по оплате труда
70 «Расчёты с персоналом по оплате труда»	70.1.1. – женщины 70.1.2. – мужчины 70.1.3. – инвалиды	70.2.1. – граждане, выполняющие работу по гражданско-правовым договорам	70.3.1. – женщины 70.3.2. – мужчины 70.3.3. – инвалиды

Примечание – Источник: собственная разработка

Таким образом, предложенные рекомендации по совершенствованию учета оплаты труда и расчетов с персоналом на предприятии позволят вести более качественный учет, и обеспечит оперативность и своевременность получения информации о состоянии расчетов по заработной плате и, следовательно, повысят эффективность и качество труда специалистов бухгалтерии и организации в целом. Данные субсчета позволят быстро и своевременно составлять отчет по форме 12-т «Отчет по труду», а также составлять ежемесячный управленческий отчёт по регулированию расходов по персоналу предприятия [4].

В состав фонда заработной платы включаются выплаты, начисленные работникам списочного и не списочного состава и внешним совместителям. Для организации расчётов по данным категориям работников, мы предлагаем ввести управленческий ежемесячный отчёт, который отображен в таблице 2 [4].

Таблица 2. – Рекомендуемая форма управленческого отчета по фонду заработной платы за июнь 2023 г.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО ФОНДУ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ ЗА ИЮНЬ 2023 Г.

Организация	ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев"
Учётный номер плательщика	200250960
Вид экономической деятельности	Производство прочей мебели
Организационно-правовая форма	Закрытое акционерное общество
Орган управления	Общее собрание акционеров
Единица измерения	тыс.руб., чел.
Адрес	225710, Брестская обл., г.Пинск, ул.Чуклая, д.1

Наименование показателя	Единица измерения	За отчётный период
1	2	3
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и граждан, выполнявших работу по гражданско-правовым договорам) - внешние совместители - граждане, выполняющие работу по гражданско-правовым договорам	чел.	1400
		300
		450
Фонд заработной платы работников списочного и не списочного состава и внешних совместителей из него: - внешних совместителей - не списочного состава, включая граждан, выполнявших работу по гражданско-правовым договорам	тыс. руб.	28000
		134000
Среднемесячная заработная плата работников: - списочного состава - не списочного состава - не списочного состава, включая граждан, выполнявших работу по гражданско-правовым договорам - внешних совместителей	тыс. руб	1300
		1230
		1680
		1300

Руководитель _____

Главный бухгалтер _____

_____ 20__ г.

Примечание – Источник: собственная разработка [3].

Таким образом, использование организацией ЗАО “Холдинговая компания “Пинскдрев” усовершенствованного учета расчетов с персоналом по оплате труда, позволит более оперативно составлять запрашиваемую статистическую отчетность по труду, и рациональнее использовать рабочее время при ведении бухгалтерского учета.

Список использованных источников

1. Бухгалтерский финансовый учет и отчетность: теория, документы, корреспонденция счетов, регистры, бухгалтерская и статистическая отчетность: практическое пособие / Н.И. Ладутько [и др.]; под общей ред. Н.И. Ладутько. – Минск: Альфа-книга, 2016 – 944 с.10.
2. ЗАО “Холдинговая компания “Пинскдрев” [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pinskiy.by/about/> - Дата доступа: 16.03.2024.
3. Организация труда: пособие / А. П. Шкляр, А. А. Зеленовский. – Минск : БГАТУ, 2011. – 240 с.
4. Статистика труда. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>.- Дата доступа: 16.03.2024.
4. Управленческий учет. Конспект лекций / Е.В. Русина, С.В. Грудько. – Гродно : ГГАУ, 2019 – 121 с.

УДК 657

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЕЁ ИНФОРМАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МОЛОЧНЫЙ МИР»

В.В. Толочко, 3 курс

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

Полесский государственный университет

С переходом экономики Республики Беларусь на рыночные условия хозяйствования, с развитием предпринимательской деятельности, когда целью функционирования практически любой организации является извлечение прибыли, в значительной степени актуализируется проблема максимально эффективного управления организацией независимо от вида деятельности. С этой точки

зрения все более востребованным является ведение на предприятиях управленческого учета и анализа.

За счет предоставления полной и достоверной информации управленческому персоналу, предприятие может разработать эффективную стратегию развития, оптимизировать использование ресурсов, повысить производительность и рентабельность, снизить издержки и риски [1, с.186].

Открытое акционерное общество «Молочный мир» является одним из лидеров молочной промышленности Республики Беларусь, который обеспечивает общий объем переработки молока более 160 тысяч тонн в год.

Стабильно высокое качество выпускаемой продукции позволяет постоянно наращивать экспорт, доля которого в объеме производства составляет более 35%. Экспортные рынки предприятия: Российская Федерация, Молдова, Казахстан, Туркменистан, активно продвигается и на рынок Китая.

В связи с этим особо актуальной информацией, отображаемой в управленческой отчетности, будет отдельное рассмотрение экспортной деятельности организации. Эти данные позволят подробнее изучить динамику роста или снижения объемов экспорта в каждую конкретную страну, выявить потенциальные риски и возможности для развития экспортных операций [2].

Для более точной и подробной деятельности ОАО «Молочный мир» необходимо добавление новых субсчетов. Предложения для совершенствования рабочего плана счетов представлены в Таблице 1.

Таблица 1. – Рекомендуемые дополнения в рабочий план счетов ОАО «Молочный мир»

Рабочий план счетов ОАО «Молочный мир»	Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО «Молочный мир»
90.1. Выручка от реализации готовой продукции	90.1.1. Выручка от реализации готовой продукции в Беларуси
	90.1.2. Выручка от реализации готовой продукции в России
	90.1.3. Выручка от реализации готовой продукции в Туркменистан
	90.1.4. Выручка от реализации готовой продукции в Казахстан
	90.1.5. Выручка от реализации готовой продукции в Китай
90.2. НДС, исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции	90.2.1. НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Беларуси
	90.2.2. НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в России
	90.2.3. НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Туркменистан
	90.2.4. НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Казахстан
	90.2.35. НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Китай

Примечание – Источник: собственная разработка

Аналогичным способом можно дополнить субсчета 90.4 «Себестоимость реализованной продукции», 90.6 «Расходы на реализацию», что позволит вести отдельный учет по всем рынкам сбыта.

В ходе добавления новых субсчетов, бухгалтерский учет по основным видам рынков сбыта станет детализирован, более информативным и структурированным, что позволит составлять подробную управленческую отчетность для руководства предприятия.

Предоставленные рекомендации по ведению экспортных операций оформим в виде управленческого отчета о прибылях и убытках, который можно усовершенствовать в соответствии с добавленными субсчетами (Таблица 2).

Таблица 2. – Управленческий отчет о прибылях и убытках экспортных операций ОАО «Молочный мир»

Страна	Выручка от реализации продукции		Себестоимость реализованной продукции		Расходы на реализацию		Прибыль (убыток) от реализации продукции	
	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Беларусь								
Россия								
Узбекистан								
Казахстан								
Китай								

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3]

Таким образом, разработанный отчет будет способствовать выделению основных показателей по всем видам рынков, что позволит более подробно и наглядно рассмотреть каждый из них, оценить наиболее выгодный экспорт продукции, выделить самый прибыльный и убыточный.

Помимо этого, с помощью отчетности можно будет отследить динамику этих данных за два года и принимать решения об оптимизации экономических затрат на определенных этапах деятельности. А дополнения рабочего плана счетов, предложенные выше, ускорят составление данного отчета и получение информации о текущей деятельности в целом.

Список использованных источников

1. Папковская, П. Я. Бухгалтерский учет : учеб. / П. Я. Папковская [и др.]; под ред. П. Я. Папковской. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск : РИПО, 2019. – 375 с.
2. ОАО «Молочный мир» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://milk.by/>- Дата доступа: 24.03.2023
3. Пономаренко П.Г. Бухгалтерский учет и аудит: учебное пособие / П.Г. Пономаренко, Е.П. Пономаренко –Минск: Вышэйшая школа, 2021. – 487 с.

УДК 657

УЧЁТ РАСЧЁТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ

М.С. Шаповал, 3 курс

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

Полесский государственный университет

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

В процессе хозяйственной деятельности организации непрерывно ведут расчеты с покупателями за купленные ими товары, готовую продукцию.

Актуальность выбранной темы исследования состоит в том, что в настоящее время огромное внимание акцентируется на расчеты с поставщиками и покупателями. Это обусловлено тем, что непрерывно совершающийся цикл хозяйственных средств вызывает непрерывное возобновление многообразных расчётов. Одним из наиболее распространённых видов расчётов как раз и являются расчёты с поставщиками и покупателями за сырьё, материалы, товары и прочие материальные ценности.

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
29 943 493	33 481 720	38 334 618	41 353 981	50 140 075	55 719 348	61 191 680

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.

Отметим, что важной частью дебиторской задолженности являются расчёты с покупателями и заказчиками.

Таблица 2. – Подходы авторов к сущности категории “покупатель”

Автор	Сущность категории
Справочник технического переводчика [1]	Покупатель – юридические и физические лица, использующие, приобретающие, заказывающие либо имеющие намерение приобрести или заказать товары и услуги.
Экономический словарь [2]	Покупатель – лицо, которое покупает товары и услуги, обычно за деньги.
Словарь бизнес-терминов [3]	Покупатель – юридические и физические лица, использующие, приобретающие, заказывающие либо имеющие намерение приобрести или заказать товары и услуги.
Ю.А. Лукаш [4]	Покупатель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Проанализировав определения сущности категории „покупатель”, отметим, что покупатель это юридическое или физическое лицо, приобретающее товары или услуги, как правило, за денежные средства, но возможен также обмен, который носит название бартер.

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

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

Республика Беларусь [5]	Российская Федерация [6]	Республика Казахстан [7]
Учёт расчётов с покупателями и заказчиками отражается на счёте 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками». Дебиторская задолженность отражается по дебету счёта 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками». Авансы полученные отражаются по кредиту счёта 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками».	Для учета расчетов с покупателями и заказчиками используют счёт 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками». К сч. 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками" могут быть открыты некоторые субсчета.	Для учета расчетов с покупателями и заказчиками предусмотрен счёт 2110 «Долгосрочная задолженность покупателей и заказчиков» и счёт 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков».

Отметим, что метод учёта расчётов с покупателями и заказчиками в Республике Беларусь по сравнению с другими странами существенно отличается. Считаем, что план счетов Республики Казахстан более точно отражает информацию о дебиторской задолженности.

Предприятия РБ используют статистическую отчётность 12 (ф) о состоянии расчётов, где необходима информация в разрезе просроченной дебиторской задолженности.

В форме 12-ф (расчеты) „Отчет о состоянии расчетов” к просроченной (дебиторской, кредиторской) задолженности, просроченной задолженности по кредитам и займам относится задолженность, не погашенная в сроки, установленные договорами или законодательством. В случаях когда в договорах не указаны конкретные сроки расчетов, в просроченную задолженность включается задолженность, не погашенная в течение 60 дней (с даты отражения задолженности в бухгалтерском учете) по внутривнутриреспубликанским расчетам и 90 дней – по внешним расчетам.

Просроченную дебиторскую задолженность можно сгруппировать по следующим срокам:

- 1) от 0 до 10 дней,
- 2) от 11 до 30 дней,
- 3) от 31 до 60 дней,
- 4) более 60 дней.

В связи с этим предлагаем внести следующие субсчета:

- 62.1 «Краткосрочная задолженность покупателей и заказчиков»;
- 62.2 «Долгосрочная задолженность покупателей и заказчиков»;
- 62.11 «Просроченная краткосрочная задолженность покупателей и заказчиков на срок от 0 до 10 дней»;
- 62.12 «Просроченная краткосрочная задолженность покупателей и заказчиков на срок от 11 до 30 дней»;
- 62.13 «Просроченная краткосрочная задолженность покупателей и заказчиков на срок от 31 до 60 дней»;
- 62.14 «Просроченная краткосрочная задолженность покупателей и заказчиков на срок более 60 дней».

Таким образом, внесённые субсчета помогут получить достоверную информацию о состоянии расчётов в целях принятия эффективных управленческих решений.

Список использованных источников

1. Справочник технического переводчика. 2009-2013. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://intent.gigatran.com> – Дата доступа: 10.03.2024.
2. Экономический словарь. Экономика. Толковый словарь. — М.: „ИНФРА-М”, Издательство „Весь Мир”. Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М.. 2000.
Словарь бизнес-терминов. 2001. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dic.academic.ru> – Дата доступа: 10.03.2024.
3. Энциклопедический словарь-справочник руководителя предприятия. — М.: Книжный мир. Лукаш Ю.А., 2004.
4. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь об утверждении Типового плана счетов и Инструкции по применению Типового плана счетов бухгалтерского учета от 29.06.2011 г. №50 (в редакции постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 28.12.2022 № 64) – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by> - Дата доступа: 11.03.2024.
5. Приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 г. N 94н "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению" (с изменениями и дополнениями) – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ib.ru> - Дата доступа: 11.03.2024.
6. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности" (с изменениями и дополнениями) – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz> - Дата доступа: 11.03.2024.

**НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

М.Э. Шибун, 3 курс

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

Материальные ресурсы выступают одним из важнейших и неотъемлемых элементов любого производственного процесса. Актуальность темы исследования состоит в том, что рациональное и эффективное использование ресурсов в производстве имеет прямое влияние на конечный экономический результат деятельности организации [1].

Расходы на горюче-смазочные материалы чаще всего составляют весомую долю в общехозяйственных или коммерческих расходах организации. Их учет является одним из наиболее сложных участков бухгалтерского учета, который необходимо совершенствовать.

В настоящее время учет использования топлива в организации ОАО „Моготекс“ ведется на субсчете 10.3 „Топливо“, без детализации мест хранения и видов топлива [2, 3, 4].

В связи с этим, для более удобного учета топлива предлагаем внести изменения к счету 10 „Материалы“ субсчет 10.3 „Топливо“. Рекомендуемые субсчета представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Рекомендуемые аналитические счета к счету 10.3 Топливо

Счет, субсчет	Субсчет 2 порядка	Субсчет 3 порядка
10.3	1 - Топливо на складах 2 - Топливо в баках транспортных средств 3 - Топливо на топливных картах	1 - Бензин 2 - Дизельное топливо 3 - Газ

Рассмотрим методику учета топлива, которая применяется в ОАО „Моготекс“ в таблице 2.

Таблица 2. – Применяемые бухгалтерские записи по учету топлива в ОАО „Моготекс“

Содержание хозяйственной операции	Д ¹	К ¹	Сумма, р.
Списан бензин на общепроизводственные нужды	25	10.3	260,00
В составе прочих расходов по текущей деятельности отражена стоимость израсходованного дизельного топлива	90.10	10.3	658,00
Списан газ на управленческие нужды	26	10.3	204,00
Списано дизельное топливо на основное производство за доставку	20	10.3	431,00

С учётом изменений, внесённых в рабочий план счетов, следует рассмотреть изменения, возникшие в методике учета. Рекомендуемые бухгалтерские записи, с учётом изменений в рабочем плане счетов представлены в таблице 3.

Таблица 3. – Рекомендуемые бухгалтерские записи по учету топлива с учетом изменений в рабочий план счетов

Содержание хозяйственной операции	Д ¹	К ¹	Сумма, р.
Списан бензин на общепроизводственные нужды	25	10.3.2.1	260,00
В составе прочих расходов по текущей деятельности отражена стоимость израсходованного дизельного топлива	90.10	10.3.2.2	658,00
Списан газ на управленческие нужды	26	10.3.2.3	204,00
Списано дизельное топливо на основное производство за доставку	20	10.3.2.2	431,00

Таким образом, рекомендуемые бухгалтерские записи позволяют нам детальнее отразить учет топлива в организации.

Эффективная работа современной организации невозможна без хорошо налаженной системы управленческого учета и отчетности на всех уровнях управления. Управленческий учет представляет собой подсистему бухгалтерского учета, которая в рамках одной организации обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, собственно управления и контроля за деятельностью организации. Управленческий учет как процесс включает выявление, измерение, сбор, анализ, подготовку, интерпретацию, передачу и прием информации, необходимой управленческому аппарату для выполнения его функций [5].

С учетом изменений, которые мы предложили в рабочем плане счетов организации, появляются изменения и в отчетности.

Рекомендуемая форма управленческого отчета о движении топлива в ОАО „Моготекс“ представлена в таблице 4.

Таблица 4. – Рекомендуемая форма управленческого отчета о движении топлива

Форма управленческого отчета о движении топлива в ОАО „Моготекс“
ОАО „Моготекс“

УТВЕРЖДАЮ:
Главный инженер

„ _____ “ _____ 2023 г.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ТОПЛИВА

с _____ по _____ месяц 2023 г.

Наименование топлива	Ед. изм.	Остаток на начало		Итого поступило		Итого выбыло		Остаток на конец		Расход топлива		Перерасход (-) Экономия (+)
		Кол-во	Сумма, р.коп.	Кол-во	Сумма, р.коп.	Кол-во	Сумма, р.коп.	Кол-во	Сумма, р.коп.	По норме, л	По факту, л	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
АИ - 92	л	102	230,52	166	375,16	201	454,26	67	151,42	206	201	+5
ДТ	л	140	331,8	430	1019,1	478	1132,86	92	218,04	474	478	-4
Газ	л	31	38,4	44	54,56	35	43,4	40	49,6	42	35	+7

Составил _____
Проверил _____

Таким образом, на основании проведенного исследования нами были разработаны следующие рекомендации по совершенствованию бухгалтерского учета и отчетности использования материальных ресурсов в организации ОАО „Моготекс“:

1. Дополнить рабочий план счетов новыми субсчетами по учету топлива;
2. Производить рекомендуемые бухгалтерские записи по учету топлива с применением измененного рабочего плана счетов;
3. Составлять предлагаемый управленческий отчет о движении топлива в организации.

Список использованных источников

1. Материальные ресурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.turboreferat.ru/economics/materialnye-resursy/283383-2059603-page3.html> - Дата доступа: 17.03.2024.

2. Кобринский филиал ОАО Моготекс отзывы, Кобрин, ул. Ленина, 6 (firmi.by) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://firmi.by/brest/kobrinskiy-filial-oao-mogoteks->

18307#:~:text=Адрес.%20Кобрин%2С%20ул.%20Ленина%2С%206.%20Телефон.%20%2В375%20(1642)%20-31-37 – Дата доступа: 17.03.2024.

3. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Респ. Беларусь, 29 июня. 2011 г., № 50 // Министерство финансов Республики Беларусь. Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_290611_50.pdf - Дата доступа: 17.03.2024.

4. О бухгалтерском учете запасов [Электронный ресурс]: постановление Министерства Финансов Республики Беларусь, 28 дек. 2022 г., №64 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Дата доступа: 17.03.2024.

5. Галкина, М.Н. Бухгалтерский финансовый учет в промышленности : в 2 ч. / М. Н. Галкина, Н.В. Добрыдень, А.Г. Бондарь. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – Ч. 1 : Кейс-задания для студентов специальности 1-25 01 08 „Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)“. – 93с.

УДК 657

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОАО “КУЗЛИТМАШ”

Я.С. Щур, 3 курс

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

Эффективная работа современного предприятия невозможна без хорошо налаженной системы управленческого учета и отчетности на всех уровнях управления. Управленческий учет представляет собой подсистему бухгалтерского учета, которая в рамках одной организации обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, собственно управления и контроля за деятельностью организации. Управленческий учет как процесс включает выявление, измерение, сбор, анализ, подготовку, интерпретацию, передачу и прием информации, необходимой управленческому аппарату для выполнения его функций [1, с. 369].

ОАО “Кузлитмаш” – одно из ведущих компаний по выпуску продукции с длительным циклом изготовления: кузнечно-прессового и литейного оборудования [2].

ОАО “Кузлитмаш” реализует свою продукция как в Республике Беларусь, так и в других странах, таких как: Российская Федерация, Республика Казахстан и Китай. С целью отражения доходов и расходов, полученных от реализации продукции, товаров, работ, услуг в данные страны используется счет 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» [3]. В связи с этим для улучшения управленческого учёта от экспортной деятельности ОАО “Кузлитмаш” нами разработаны рекомендации по совершенствованию бухгалтерского учета доходов и расходов, путем внесения следующих дополнений в рабочий план счетов представленных в таблице 1.

Таблица 1. – Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО “Кузлитмаш” по счету 90 “Доходы и расходы по текущей деятельности”

Действующий план счетов ОАО “Кузлитмаш”		Рекомендации по дополнению рабочего плана счетов ОАО “Кузлитмаш”		
Счёт	Содержание	Счёт	Субсчета 3-го порядка	Содержание
1	2	3	4	5
90.1.1	Выручка от реализации готовой продукции	90.1.1	90.1.1.1	Выручка от реализации готовой продукции в Республике Беларусь
			90.1.1.2	Выручка от реализации готовой продукции в Российской Федерации
			90.1.1.3	Выручка от реализации готовой продукции в Республике Казахстан
			90.1.1.4	Выручка от реализации готовой продукции в Китае

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5
90.2.1	НДС, исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции	90.2.1	90.2.1.1	НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Республике Беларусь
			90.2.1.2	НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Российской Федерации
			90.2.1.3	НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Республике Казахстан
			90.2.1.4	НДС исчисляемый из выручки от реализации готовой продукции в Китае
90.4.1	Себестоимость реализованной готовой продукции	90.4.1	90.4.1.1	Себестоимость реализованной готовой продукции в Республике Беларусь
			90.4.1.2	Себестоимость реализованной готовой продукции в Российской Федерации
			90.4.1.3	Себестоимость реализованной готовой продукции в Республике Казахстан
			90.4.1.4	Себестоимость реализованной готовой продукции в Китае
90.5.1	Управленческие расходы	90.5.1	90.5.1.1	Управленческие расходы в Республике Беларусь
90.6.1	Расходы на реализацию	90.6.1	90.6.1.1	Расходы на реализацию в Республике Беларусь

Примечание – Источник: собственная разработка

В ОАО “Кузлитмаш” не разработан и не применяется управленческий отчет по учету доходов и расходов по текущей деятельности поэтому, на основании предложенных рекомендаций, нами была разработана форма управленческого отчета о прибылях и убытках, необходимая для отражения полученных результатов. Рекомендуемая форма управленческого отчета о прибылях и убытках за январь 2023г. представлена в таблице 2.

Таблица 2. – Рекомендуемая форма управленческого отчета о прибылях и убытках за январь 2023г.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ ЗА ЯНВАРЬ 2023г.

Организация	Кузлитмаш
Учетный номер плательщика	200182698
Вид экономической деятельности	28922
Организационно-правовая форма	Открытое акционерное общество
Орган управления	Общее собрание акционеров, наблюдательный совет, директор
Единица измерения	тыс.руб
Адрес	225710, Республика Беларусь, Брестская область, г. Пинск, пр-т Жолтовского, 109

Наименование показателей	Код строки	Страна			
		Республика Беларусь	Российская Федерация	Республика Казахстан	Китай
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	010	45 670	27 030	14 890	9 600
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	020	27 308	13 712	8 176	5 113
Управленческие расходы	040	894	603	356	187
Расходы на реализацию	050	1 560	1 000	768	3 728
Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг	060	9 300	7 210	3 108	2 300

Руководитель _____

Главный бухгалтер _____

_____ 20__ г.

Примечание – Источник: собственная разработка

Проанализировав данный отчет, можно утверждать, что организация ОАО «Кузлитмаш» реализовав свою продукцию в Республике Беларусь, в Российской Федерации, в Республике Казахстан и в Китае, получила исключительно прибыль от данных реализаций. Так в Республике Беларусь прибыль составила 9 300 тыс.бел.р., в Российской Федерации – 7 210 тыс.бел.р., в Республике Казахстан – 3 108 тыс.бел.р. и в Китае – 2 300 тыс.бел.р..

Таким образом, на основании проведенного исследования нами были разработаны следующие рекомендации по совершенствованию бухгалтерского учета доходов и расходов по текущей деятельности ОАО «Кузлитмаш»:

1. Дополнить рабочий план счетов ОАО «Кузлитмаш» новыми субсчетами, в зависимости от страны получателя;

2. Использовать рекомендуемую форму управленческого отчета о прибылях и убытках.

Данные мероприятия, по совершенствованию учета доходов и расходов по текущей деятельности, позволят вести более качественный учет в разрезе экспортируемых стран, что в свою очередь обеспечит возможность проведения качественного анализа, контроля показателей реализации продукции, товаров, работ, услуг в зависимости от страны получателя, прогнозированию и принятию решений о выпуске продукции на следующий период, тем самым повысит эффективность и качество учета отражения данных показателей и расширению информационной базы для управления процессом формирования финансового результата организации.

Список использованных источников

1. Пономаренко П.Г. Бухгалтерский учет и аудит: учебное пособие / П.Г. Пономаренко, Е.П. Пономаренко – Минск: Вышэйшая школа, 2021. – 487 с.

2. ОАО «Кузлитмаш» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kuzlitmash.by/> – Дата доступа: 24.03.2024

3. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов: утв. Министерством финансов Респ. Беларусь от 30.08.2011. №102 (в ред. Постановления Минфина от 31.12.2013 г. № 96) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

УДК 657.2

ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Ю.А. Яворская, 2 курс

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

Полесский государственный университет

С учетом специфики трансформационного периода предприятиям Республики Беларусь необходимо использовать эффективную модель управления денежными средствами, которая направлена в основном на обеспечение непрерывности денежных потоков, их ускорения и регулирования. [4]. Актуальность исследования определяется тем, что для правильного ведения учета денежных средств требуется знание их многочисленных законодательных и постоянно изменяющихся норм, правил и порядка и, следовательно, организациям необходимо уделять большое внимание и самой организации учета.

Основной проблемой большинства предприятий считается недостаток денежных средств для осуществления их производственной деятельности. Одна из причин дефицита денежных средств – это их нерациональное использование. Поэтому, становится ясно, что особую значимость приобретает учет.

Для любой организации важное место имеет такой актив как денежные средства. Они являются наиболее ликвидным активом всех организаций.

Таблица 1. – Экономическая сущность понятия «денежные средства»

Современный экономический словарь [1]	Денежные средства – аккумулированные в наличной и безналичной формах деньги государства, предприятий, населения и другие средства, легко обращаемые в деньги.
Большой экономический словарь [2]	Денежные средства - 1) средства в отечественной и иностранной валютах, находящиеся в кассе, на расчетном, валютном и других счетах в банках на территории страны и за рубежом, в легко реализуемых ценных бумагах, а также в платежных и денежных документах.
Елена Руднева [7]	Денежные средства – совокупность денег в наличной и безналичной форме в кассе, на банковских расчетных, валютных и иных счетах организации, в чековых книжках и так далее, а также средств, легко обращаемых в деньги.
Большой юридический словарь [8]	Денежные средства – аккумулированные в денежной форме на счетах в банках разного рода доходы и поступления, находящиеся в постоянном хозяйственном обороте у объединений, предприятий, организаций и учреждений (в т.ч. бюджетных, кредитных, страховых органов) и используемые ими для собственных целей или помещаемые в качестве ресурсов банков.
Википедия [9]	Денежные средства – аккумулированные в наличной и безналичной формах деньги или высоколиквидные денежные ценные бумаги

Необходимо различать понятия денежные средства и денежный поток.

Таблица 2. – Экономическая сущность понятия «денежный поток»

Современный экономический словарь [1]	Денежный поток - 1) деньги, поступающие в компанию от продаж и из других источников, а также деньги, затрачиваемые компанией на закупки, оплату труда и т. д.; 2) любое движение денежных средств между участниками денежного обращения.
Ю. Усачева [5]	Денежный поток — это контрольный показатель внешнего и внутреннего движения средств компании: откуда деньги приходят, на что тратятся, сколько средств в наличии. Чем меньше внимания руководство уделяет оценке кэш-фло, тем выше вероятность убыточности предприятия при плохой динамике.
Ковалев В.В. [10, с. 531]	Денежный поток – множество распределенных во времени выплат (оттоков) и поступлений (притоков), понимаемых в широком смысле. В качестве элемента денежного потока может выступать доход, расход, прибыль, платеж и др.
Бланк А.И. [11, с. 129]	Денежный поток – совокупность поступления и выбытия денежных средств за определённый период времени формируемых в процессе хозяйственной деятельности; движение, которое связано с факторами времени, риска и ликвидности
Т. Райс, Б. Колли [12, с. 387]	Денежный поток – индикатор кредитоспособности и платёжеспособности предприятия – способность генерировать дополнительные объёмы денежных средств для погашения обязательств по полученным займам

Понятие «денежный поток» является обобщающим и включает в свой состав большое количество разнообразных видов потоков денежных средств, возникающих в процессе функционирования организации. Денежные потоки организации классифицируют по ряду основных признаков: виду деятельности, участию в хозяйственных процессах, направлению, уровню оптимальности, временному признаку, моменту оценки стоимости, характеру формирования, временному интервалу (табл. 3).

Таким образом, денежные средства – это физическое состояние денег, которое предприятия имеют в своем распоряжении в наличной форме и на счетах банка, а денежные потоки – это любое движение денежных средств между участниками денежного обращения.

Существует несколько вариантов места размещения денежных средств:

- в кассе предприятия;
- на расчётном счете;
- на специализированных счетах в банке;
- у подотчетных лиц и др.

Таблица 3. – Классификация денежных потоков

Классификационный признак	Виды денежных потоков
Вид деятельности	По текущей деятельности Инвестиционный Финансовый
Участие в хозяйственных процессах	В целом по организации по видам хозяйственной деятельности По структурным подразделениям организации по отдельным хозяйственным операциям
Направление	Положительный Отрицательный
Уровень оптимальности	Избыточный Дефицитный
Временной признак	Ретроспективный (отчетный) Оперативный Планируемый (прогнозный)
Момент оценки стоимости	По современной стоимости По будущей стоимости
Характер формирования	Периодический (регулярный) Эпизодический (дискретный)
Временной интервал	С равномерными временными интервалами С неравномерными временными интервалами

Примечание – Таблица разработана на основе источника [6].

Кроме того, можно выделить различные формы денежных средств:

- наличные;
- безналичные;
- эквиваленты или денежные документы;
- электронные.

В бухгалтерском учете учет денежных средств организации ведется по разделу V «Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения» на счетах 50 – «Касса», 51 – «Расчетные счета», 52 – «Валютные счета», 55 – «Специальные счета в банках», 57 – Денежные средства в пути», 58 – «Краткосрочные финансовые вложения», 59 – «Резервы под обеспечение краткосрочных финансовых вложений».

Таким образом, денежные средства — это наиболее ликвидная часть активов организации, представляющая собой наличные и безналичные платежные средства. Денежные потоки организации классифицируются по ряду признаков: виду деятельности, участию в хозяйственных процессах, направлению, уровню оптимальности, временному признаку, моменту оценки стоимости, характеру формирования, временному интервалу. Денежные активы являются важнейшим показателем, характеризующим эффективность всех видов деятельности предприятия, поскольку они позволяют рассчитать показатели рентабельности, ликвидности и платежеспособности. Для принятия управленческих решений необходим систематический анализ и оценка денежных потоков организации.

Список использованных источников

1. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
3. Ершова И.В. Бухгалтерский учет: системные изменения правового регулирования // Право и экономика. 2013. № 9. С. 52-57.
4. Эффективное управление денежными средствами на предприятиях [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/11851/2/Puzankevich%20O.%20Effekt.%20upravlenie%20denezhnymi%20sredstvami.pdf>. – Дата доступа: 03.04.2024 г.
5. Что такое денежный поток и как его рассчитать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/cash-flow/?ysclid=lujf7aoyyx201510867> – Дата доступа: 03.04.2024 г.

6. Денежный поток предприятия: краткая классификация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/boss/articles/440986/>. – Дата доступа: 04.04.2024 г.
7. Денежные средства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.banki.ru/wikibank/denezhnye_sredstva/?ysclid=lumjgebw62492528529. – Дата доступа: 03.04.2024 г.
8. Сухарев А.Я. Большой юридический словарь / А.Я. Сухарев, В.Е. Крутских, А.Я. Сухарева. - М.: Инфра-М., 2003 – 420 с.
9. Денежные средства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wiktionary.org/wiki/%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0. – Дата доступа: 03.04.2024 г.
10. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 560 с.
11. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. – Киев: Ника-Центр, «Эльга», 2000. – 512 с.
12. Райс Т., Коли Б. Финансовые инвестиции и риски. – Киев: Издательское бюро ВНУ, 1995. – 592 с.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 336.1

САНКЦИИ ПРОТИВ РОССИЙСКИХ БАНКОВ: ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ

П.А. Аверьянова, Е.О. Береговая, Н.Г. Орехов, 3 курс
Научный руководитель – **Н.А. Львова**, д.э.н., профессор
Санкт-Петербургский государственный университет

Введение санкций против России является одним из инструментов международного давления. После начала специальной военной операции Российская Федерация возглавила рейтинг стран, против которых введено наибольшее количество санкций [2]. К ключевым целям введения санкций относятся установление международной изоляции страны, а также ослабление ее экономического положения. Обычно санкции распространяются на различные сферы экономики страны. Однако одно из наиболее значительных воздействий они оказывают на финансовую сферу.

Основными видами антироссийских санкций в финансовой сфере являются [1, с.24]:

- Запреты на сделки с российскими финансовыми институтами;
- Замораживание активов российских компаний за рубежом;
- Ограничение на доступ к международным финансовым рынкам.

Особенно сильное санкционное давление было направлено на российский банковский сектор. Стоит отметить, что он является значимой частью финансовой системы страны. К санкционным ограничениям в банковском секторе относятся:

- Блокировка банковских счетов;
- Ограничение на проведение международных банковских операций;
- Запрет на предоставление кредитов и финансовых услуг;
- Ограничение на проведение валютных операций.

В настоящее время российские банки продолжают функционировать в условиях сильнейшего санкционного давления. Однако для успешного планирования своей деятельности им необходимо полностью осознавать все препятствия и ограничения, которые могут возникнуть вследствие распространения санкционного режима в различных юрисдикциях.

В рамках введенных санкций многие российские банки были внесены в блокирующие списки (SDN List) со стороны США. Сейчас списки насчитывают 66 российских банков. Этим банкам запрещены любые сделки и транзакции в юрисдикциях стран ЕС, а их корреспондентские счета в банках США и Еврозоны были заморожены [3, с. 3].

Внесение российских банков в блокирующие списки повлияло на банковский сектор сильнее всего - был заблокирован доступ к западным финансовым рынкам. Решением данной проблемы стало расширение деятельности на Восток и укрепление финансовых отношений с Индией и Китаем - крупнейшими экономиками мира.

Не менее болезненным для банковского сектора РФ стало отключение российских банков от SWIFT - международной межбанковской системы, которая обеспечивает оперативную, надежную и безопасную передачу финансовых сообщений. Эта мера существенно усложнила взаимодействие российских банков с зарубежными.

Еще одной мерой давления Запада стал уход с российского рынка международных платежных систем VISA и Mastercard. Транзакции по картам этих платежных систем стали недоступны за пределами РФ, а карты, выпущенные за рубежом, не будут работать в России. Однако карты, выпущенные ранее в России, продолжают работать как обычно. Об аналогичном решении объявили платежные системы American Express, JCB. Что касается ApplePay и GooglePay, они заблокировали платежи для держателей карт этих банков, либо для оплаты через платежные терминалы этих банков [5, с. 118].

Решением проблемы ухода платежных систем стало увеличение выпуска карт российской платежной системы «Мир», которая уже с 2017 года активно использовалась в государственных структурах, и международной платежной системы КНР UnionPay. Однако последняя сотрудничает только с банками, на которые не распространяются западные санкции.

Согласно «Основным направлениям развития финансового рынка Российской Федерации на 2023 год и период 2024 и 2025 годов», разработанным Банком России, на сегодняшний день уже достигнуты некоторые цели по снижению зависимости российского финансового рынка от SWIFT, в том числе путем интеграции иностранным партнерам системы передачи финансовых сообщений (СПФС) - разработанная в 2014 году ЦБ РФ система для обмена финансовыми сообщениями российскими банками и внешними партнерами, позволяющая участникам проводить транзакции без использования SWIFT [3, с.16].

На основе опыта Российской Федерации и ее борьбы с санкциями в банковском секторе можно разработать рекомендации, способствующие быстрой адаптации введенным ограничениям и сохранению стабильности финансовой системы в целом.

Во-первых, необходимо развивать сотрудничество с другими странами, укреплять международные финансовые отношения. В рамках такого взаимодействия можно осуществлять поиск альтернативных источников финансирования, привлекая иностранные инвестиции, развивать международную торговлю, обмениваться знаниями, технологиями и опытом (в том числе и опытом в области противодействия санкциям). Так, крупнейший российский банк «Сбербанк», попав под санкции, переориентировал свою деятельность с Запада, где продал все свои активы, на Восток, планируя открыть там новые подразделения и увеличивая инвестиции в них.

Во-вторых, следует развивать внутренние финансовые рынки: создание новых и улучшение уже действующих механизмов и инструментов, развитие новых финансовых технологий, применение мер к обеспечению финансовой устойчивости (поддержание ликвидности), улучшение регулирования и контроля. Все эти действия позволят обеспечить стабильность финансовой системы и её устойчивое развитие.

В-третьих, особое внимание целесообразно уделить сохранению и дальнейшему развитию взаимоотношений между банками и заемщиками. После введения ограничений банки, попавшие под влияние санкций, были вынуждены принять меры по сохранению клиентской базы и поддержанию отношений с клиентами, предоставляя, например, различные льготы, отсрочки по кредитным платежам, повышая ставки по вкладам и т.п.

Список использованных источников

1. Банки и инфраструктура финансового сектора в условиях современных вызовов: XIX Международный банковский форум «Банки России – XXI век». – Москва: Ассоциация банков России, 2022. – 80 с. – URL: https://asros.ru/analytics/asros/banki-i-infrastruktura-finansovogo-rynka-v-usloviyakh-sovremennykh-vyzovov/?sphrase_id=72432 (дата обращения: 02.04.2024).

2. Газета «Коммерсант» [Официальный сайт]: «Россия занимает первое место в мире по числу введенных санкций». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5249730> (дата обращения: 03.04.2024).

3. Информационно-аналитический материал ЦБ РФ «О развитии банковского сектора Российской Федерации в феврале 2022 года» – URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/40887/razv_bs_22_02.pdf (дата обращения: 01.04.2024).

4. Информационно-аналитический материал ЦБ РФ «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2023 год и период 2024 и 2025 годов» – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/143773/onfr_2023-2025.pdf (дата обращения: 02.04.2024).

5. Семеко Галина Викторовна Банковский сектор России в условиях международных санкций // ЭСПР. 2023. №2 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskiy-sektor-rossii-v-usloviyah-mezhdunarodnyh-sanktsiy> (дата обращения: 04.04.2024).

П.Е. Альферович, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Одним из ключевых аспектов, влияющих на успешность организации, является внедрение инновационных технологий в процесс управления персоналом, что позволяет:

- повысить эффективность работы сотрудников;
- улучшить взаимодействие между подразделениями;
- повысить уровень удовлетворенности персонала;
- появление возможности создания конкурентных преимуществ;
- улучшение процессов управления персоналом;
- эффективная адаптация к изменяющемуся рынку.

Современное управление персоналом сталкивается со многими вызовами и изменениями в условиях трансформации экономики. Быстрые перемены, глобализация, жесткая конкуренция, технологический прогресс и новая экономика знаний создали сложную среду для функционирования организаций. Эти изменения привели организации к осознанию того, что основное конкурентное преимущество, которым они могут управлять – это компетентные сотрудники.

Инновации в сфере управления персоналом относятся к системе инновационного управления деятельностью всей организацией. На сегодняшний день сфера управления персоналом имеет множество областей, в которых задействованы новые технологии. Рассмотрим подробнее данные сферы в таблице ниже:

Таблица 1. – Сферы управления персоналом, использующие инновационные технологии

1. Кадровая аналитика	Аналитика управления персоналом подразумевает под собой поиск наиболее подходящего персонала для конкретной организации или отрасли, а также анализ основных причин выявленных проблем и разработку способов их решение с помощью математических моделей.
2. Анализ заработной платы	Анализ рынка труда и оплаты имеет прямое влияние на на привлекательность организации для новых сотрудников и, следовательно, на другие ключевые показатели.
3. Обучение сотрудников в онлайн-формате	Данный метод является новым способом получения новых знаний и повышения квалификации сотрудников. Онлайн обучение активно внедряется в организации различных масштабов, начиная с самых малых и заканчивая огромными корпорациями.
4. Бенчмаркинг	Метод измерения и анализа. Который используется организацией для поиска лучших практик внутри организации и за ее пределами для повышения эффективности работы. Основной целью бенчмаркинга является повышение эффективности организации путем внедрения необходимых процессов и технологий, ориентации на на успешный опыт и стандарты других компаний.

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [1, с.304]

На рисунке предоставлены более подробные данные, характеризующие роль инноваций в сфере управления персоналом.

Из данных рисунка можно заметить, что активной всего инновации используются в процессе обучения и развития персонала (60,67 %). Также широкое применение они нашли в сфере подбора и поиска персонала (59%). На третьем месте по частоте применения инноваций в сфере управления находится сфера, связанная с внутренними коммуникациями (50,21%).

В связи с изменениями, которые трансформируют экономику молниеносными темпами, организации должны использовать новые инновационные методы управления персоналом, чтобы сохранять конкурентоспособность и адаптироваться к изменяющимся условиям на рынке [2, с.311]. Данные методы предоставлены в таблице 2.

Однако при внедрении инновационных технологий возникают определенные сложности и вызовы. Проблема внедрения технологий в процесс управления персоналом может связываться с различными факторами. Для успешного внедрения технологий в управление персоналом необходимо учитывать особенность проблемы и предпринимать соответствующие шаги для их решения, которые перечислены в таблице 3.



Рисунок – Инновации и их применение в сфере управления персоналом

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе данных [1, с.304]

Таблица 2. – Инновационные методы управления персоналом

1. Применение искусственного интеллекта и аналитики данных	Современные технологии позволяют компаниям собирать и анализировать большие объемы данных, что дает возможность управлять персоналом более эффективно. Применение искусственного интеллекта может помочь автоматизировать рутинные задачи, оптимизировать бизнес-процессы и повысить точность принятия решений.
2. Внедрение гибких методов работы	Рабочее время и удаленная работа могут быть адаптированы к изменяющимся условиям в онлайн-формате. Это дает возможность компаниям привлекать и удерживать компетентных сотрудников и повышать свою эффективность.
3. Внедрение облачных технологий для управления персоналом и обмена информацией в режиме реального времени	Это позволит обеспечить гибкость работы и высокую доступность данных.
4. Инвестирование в обучение и развитие сотрудников	Данный метод позволяет развивать навыки талантливых сотрудников, что в свою очередь повышает эффективность работы через персональные программы обучения, семинары, тренинги и программы карьерного роста.
5. Продвижение компании через социальные сети и рекрутинг внутри них	В наше время ведение социальных сетей очень важно для организаций, ведь именно они являются инструментом для привлечения потенциальных покупателей, увеличения узнаваемости компании и стимуляции продаж
6. Развитие командной работы	Совместная работа помогает решить сложные задачи быстрее и эффективнее, а также повышает коммуникацию между сотрудниками.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [3, с.1]

Таблица 3. – Проблемы, связанные с внедрением инноваций в процесс управления персоналом. Пути их решения

Проблема	Решение проблемы
1	2
1. Сопротивление сотрудников. Некоторые сотрудники могут опасаться изменений и не хотят принимать участие в новых инновационных процессах.	Проведение обучающих мероприятий для персонала. Обучение сотрудников новым процессам и технологиям поможет им лучше понимать и принимать изменения.
2. Недостаточная подготовка персонала	Вовлечение сотрудников в процесс внедрения инноваций. Предоставление возможности участвовать в разработке и реализации новых процессов.
3. Неэффективное управление изменениями. Отсутствие четкого плана внедрения изменений и контроля за их выполнением может привести к хаотичной реализации инноваций.	Создание четкого плана внедрения изменений и контроля за их выполнением. Это поможет избежать хаоса и обеспечить эффективное внедрение инноваций.
4. Недостаток ресурсов для внедрения инноваций	Аккуратное планирование бюджета и ресурсов для инновационных проектов, а также поиск внешних источников финансирования, если это необходимо.

Примечание – Источник: Собственная разработка на основе [3, с.1]

Использование инновационных методов управления персоналом поможет организациям адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и повышать эффективность работы. Однако, для успешного внедрения таких методов необходима качественная подготовка и обучение сотрудников, а также систематический мониторинг и оценка результатов

Список использованных источников

1. Антонец В. А., Бедный Б. И. Инновационный менеджмент. Учебник и практикум для СПО. – М.: Юрайт. 2021. 304 с.
2. Грибов, В. Д. Инновационный менеджмент : учебное пособие / В. Д. Грибов, Л. П. Никитина. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 311 с.
3. Берлинов М.В., Особенности научных исследований в ЖКК. М.:НИУ МГСУ, 2020

УДК 332.1

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА НОВОЙ РЕГИОНАЛИЗАЦИИ

Я.С. Антонова, П.П. Голубев, 1 курс

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

В связи со стремительными темпами развития современного мира, под влиянием глобализации одновременно с интеграционными процессами, существенно возрастает роль изучения нового регионализма. В пример можно привести внутрисоюзные противостояния, которые, в частых случаях, трансформировались в интернационализирующиеся конфликты; общий рост милитаризации на Ближнем Востоке; острое политическое противоборство между странами и регионами.

Регионализм по своей природе является нестабильным и противоречивым, процессы которого иногда не удаётся возможным объяснить телеологически. По причине неустойчивости и сложности динамики регионов единственная теория не в состоянии объяснить процессы регионализма или, тем более, предсказать их. Из-за сложности региональных процессов следует, что регионализм лучше рассматривать как общий термин, так как включает в себя многообразие событий и процессов.

Теоретики в сфере регионализации рассматривают её как реакцию на вызовы глобализации [1. с. 69-83]. Причины влияния глобализации в процессы регионализации: первая – глобализация рассматривалась неотъемлемой составляющей в ускорении изменений глобальной системы; вторая – это связь между глобализацией и регионализацией [2. с. 54-67]. Таким образом, факторы глобализации занимали особое место в процессе формирования теорий к анализу нового регионализма.

Глобализационные и деглобализационные процессы непосредственно влияют на всю систему международных отношений. «Новый регионализм нужно понимать как многомерный и многоуровневый процесс, который не сформирован исключительно вокруг оси суверенного государства, но отражает деятельность государства, негосударственных факторов, социальных групп и сетей» [3. с. 29]. Он также отражает в себе современные идеи мироустройства, основывается на курсе многополярности, предполагает экономическое сотрудничество стран и регионов.

Новый регионализм включает в себя три уровня: первый – региональные объединения (ЮСМКА, АТЭС, АСЕАН); второй – формирование общих территорий между регионами, субъектами отдельных государств (проекты «треугольники экономического роста», «Северное измерение»); третий – создание объединений государств с общими интересами в политической и экономической сферах, то есть «макрорегионов» (Евразийский, Североатлантический, Тихоокеанский регионы).

На данный момент данные ВТО фиксируют увеличение заключений региональных торговых соглашений между странами и регионами [4. с. 55]. «Региональные торговые соглашения (Regional Trade Agreements – RTA) – это соглашения двух или большего числа государств, создающие зону свободной торговли, таможенный союз или более глубокие интеграционные объединения» [5. с.

387]. Из общего числа заключений региональных торговых соглашений, инициатором выступает не одна страна, а группа стран или же торговые блоки.

Роль процессов новой регионализации в сфере экономики значительно возросла. Это объясняется увеличением количества региональных соглашений и объединений, а также интеграционных союзов.

Вывод. Таким образом, новый регионализм развивается как современная версия многополярности. Процесс формирования регионализации происходит «снизу», то есть содержит в себе элементы спонтанности и автономии его субъектов. Стремится к осуществлению идеи «открытого регионализма». Новый регионализм включает в себя социально-политические, торгово-финансовые, экологические и иные сферы, что характеризует его многомерным. В процессе регионализации могут принимать участие негосударственные и субнациональные субъекты.

Список использованных источников

1. Фаррелл, М., Хеттне, Б. [и др.] Глобальная политика регионализма: введение / М Фаррелл, Бьорна Хеттне. – 2021. – 378 с.
2. Фоке, Р., Стинберген, Ж. Регионализм: конституционная основа для решения глобальных проблем/ Р. Фоке, Ж. Стинберген; Пер. с фр. Г. М. Михайлов. – Москва : Наука. – 2020. –159 с.
3. Михайленко, Е. Б. «Старый» и «новый» регионализм: теоретический дискурс / Е. Б. Михайленко; [науч. Ред. М. М. Лебедева]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. Федерал. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, – 2014. – 116 с.
4. Кузнецов, А. В. Дезинтеграция мировой торговой системы: причины и следствия. Финансы: теория и практика/ А. В. Кузнецов. – СПб.: Питер. – 2019. – 235 с.
5. Гусаков, В. Г., Гурский, В. Л., Солодовников, С. Ю. [и др.] Современная политэкономия: учебное пособие / В. Г. Гусаков [и др.]; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск : РИВШ, – 2022. – 464 с.

УДК 331.28

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПЛАТЫ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

К.Н. Артёмчик, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В современных условиях политика доходов и оплаты труда рассматривается в качестве важнейшей области деятельности государства. От решения социальных проблем зависит стабильность общества, а это является необходимой базой для успешного развития экономики.

Государственное регулирование осуществляется на основе законов и законодательных актов посредством установления социальных нормативов:

- минимальной заработной платы;
- минимального потребительского бюджета;
- бюджета прожиточного минимума;
- индексации заработной платы;
- тарифной системы и других элементов.

Государство сочетает меры прямого регулирования (когда государство само выступает в роли нанимателя) и косвенного регулирования (проявляется в налогообложении) доходов и заработной платы.

В Республике Беларусь государство обеспечивает определенные гарантии по оплате труда:

- уровень минимальной заработной платы;
- компенсационные выплаты;
- выплаты стимулирующего характера;
- социальные выплаты;
- дополнительные поощрительные отпуска;
- дополнительные гарантии женщинам и работникам, имеющим семейные обязанности;

- учебные отпуска, в том числе с сохранением заработной платы;
- предоставление средств на оплату найма жилого помещения;
- льготные санаторно-курортные путевки на оздоровление;
- и т.д.

В соответствии с Конвенцией международной организации труда «Об установлении минимальной заработной платы» при установлении минимальной заработной платы государство должно учитывать:

- потребности трудящихся и их семей, принимая во внимание уровень средней заработной платы в стране;
- стоимость жизни;
- социальные пособия и сравнительный уровень жизни других социальных групп;
- экономические соображения, включая требования экономического развития;
- уровень производительности и желательности достижения и поддержания высокого уровня занятости [1, с. 196].

Рассмотрим изменения минимальной заработной платы в Республике Беларусь за период 2020 – 2024 гг. (Рисунок).

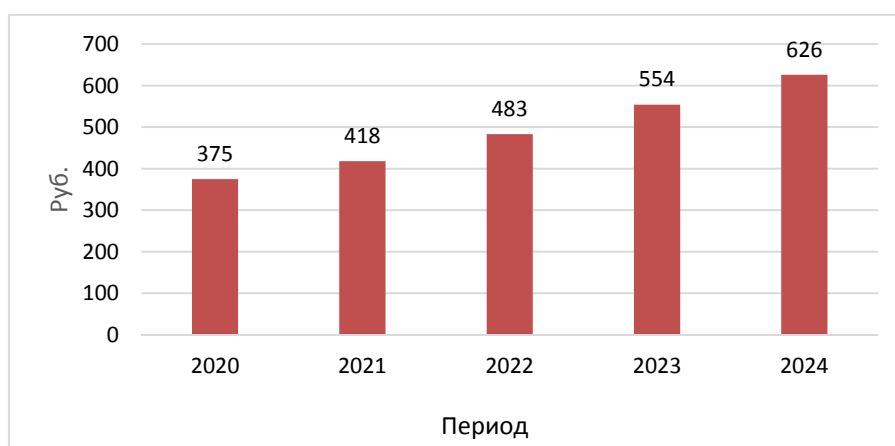


Рисунок – График изменения минимальной заработной платы в Республике Беларусь за период 2020-2024 гг.

Источник: составлено автором по источнику [2]

Проанализировав данные рисунка 1, можно утверждать, что на 1 января 2024 года минимальная заработная плата составляет Br626, по сравнению с 2023 годом темп роста составил 113% (увеличился на Br72). Темп прироста в соотношении 2024 к 2020 году составил 66,9% (увеличился на Br251).

Минимальный потребительский бюджет (МПБ) – денежная оценка минимальных благ и услуг, обеспечивающих нормальное воспроизводство рабочей силы работающих и нормальную жизнедеятельность нетрудоспособных членов общества. МПБ рассчитывается на основе потребительской корзины. Потребительская корзина – это список вещей и услуг первой необходимости, утверждаемый законодательством на установленный отрезок времени. При составлении потребительской корзины первоочередно учитываются такие категории, как продукты питания, предметы гардероба, медицинские препараты, а также оплата транспортных услуг, ЖКХ и некоторых другие виды расходов.

На период с 1 февраля по 30 апреля 2024 г. были установлены новые размеры бюджета прожиточного минимума (БПМ) в среднем на душу населения и по основным социально-демографическим группам.

БПМ в среднем на душу населения установлен в размере Br406,74 (с 1 ноября 2023 г. по 31 января 2024 г. – Br367,79) [3].

По основным социально-демографическим группам утверждены следующие размеры БПМ:

- трудоспособное население – Br434,60 (ранее – Br405,27);

- пенсионеры – Br298,43 (ранее – Br273,26);
- дети в возрасте до трех лет – Br260,39 (ранее – Br237,34);
- дети в возрасте от трех до шести лет – Br349,09 (ранее – Br325,11);
- дети в возрасте от шести до восемнадцати лет – Br406,03 (ранее – Br393,34).

Также важным элементом государственного регулирования заработной платы является создание эффективного механизма ее индексации, т.е. повышения заработной платы, позволяющего частично или полностью возмещать работающим удорожание потребительских товаров и услуг. Индексация заработной платы является одной из форм социальной защиты населения в условиях инфляции, направленной на поддержание и восстановление покупательной способности населения. Индексация несвоевременно выплаченных сумм заработной платы осуществляется за каждый месяц в отдельности путем их увеличения на коэффициент инфляции. Норматив индексации денежных доходов за декабрь 2023 г. составил Br367,79.

В целом государственное регулирование в Республике Беларусь направлено на обеспечение социально-экономической стабильности, поддержку развития отраслей экономики, защиту интересов граждан и предприятий, обеспечение устойчивого экономического роста и соблюдение законов и нормативов.

Список использованных источников

1. Володько О.В. Экономика организации: учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько, 2-е изд., испр. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, с. 194-201.
2. Данные Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [Национальный статистический комитет Республики Беларусь \(belstat.gov.by\)](http://belstat.gov.by) – Дата доступа: 02.04.2024
3. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.by/> – Дата доступа: 05.04.2024.

УДК 004.451.26

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ФАКТОРЫ ИХ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

А.А. Балобан, 3 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Быстрое развитие технологий, внедрение инноваций, а также развитие транспортной и коммуникационной инфраструктуры оказывают большое влияние на становление современного рынка и влекут за собой увеличение конкуренции между его субъектами.

Для того, чтобы выжить в современных условиях конкуренции организации должны проявлять гибкость и способность к постоянному совершенствованию. Именно поэтому отдельное внимание уделяется исследованию и оптимизации бизнес-процессов внутри организации.

Согласно стандарта ISO 9000:2000, бизнес-процесс — это устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя [2].

Бизнес-процессы представляют собой сложную систему управления, которая включает в себя целый набор компонентов: сбор информации о ключевых показателях процесса, анализ этой информации, принятие управленческих решений, улучшение показателей процесса и применение корректирующих мер по устранению причин отклонений в ходе процесса. Стоит отметить, что бизнес-процесс поддается формализации и анализу с помощью специализированного программного обеспечения.

Основная цель формализации бизнес-процессов заключается в возможности управления ими — например, для формализованных процессов можно разрабатывать критерии их оценки. Автоматизация бизнес-процессов не является непременным условием обеспечения управляемости бизнес-плана, хотя, в основном, направлена именно на это. При этом появляется возможность вести учёт

затрат по видам деятельности и использовать систему сбалансированных показателей эффективности (ССП) [1].

Согласно академическим и практическим исследованиям BPM-D, мировых экспертов в сфере управления бизнес-процессами, менее 20% процессов организации значительно влияют на конкурентную позицию этой организации и стоят усилий по внедрению инноваций и достижения революционных успехов с помощью BPM.

Согласно другому исследованию тех же BPM-D, только 1% компаний имеют достаточный контроль над своими бизнес-процессами, чтобы в полной мере реализовать финансовые преимущества своих инициатив по цифровой трансформации.

Управление эффективностью бизнес-процесса современного производства - одна из основных задач менеджмента в рыночной экономике. Эта задача является многопрофильной, и ее понимание зависит от осмысления самого понятия эффективности бизнес-процесса и анализа факторов, которые определяют результативность производственной деятельности [4].

Наиболее известной классификацией, с точки зрения теории организации, является деление факторов по принципу среды — внешней и внутренней [3].

Внешняя среда включает в себя следующие элементы: факторы прямого воздействия (деловое окружение) и факторы косвенного воздействия (фоновое окружение).

В настоящее время многие организации имеют возможность влиять на косвенные факторы внешней среды, такие как политические — через лоббирование собственных интересов; технологические — путем проведения активных исследований и разработок, а также через освоение уникальной продукции; социокультурные (в особенности на региональном и местном уровне) — путем создания имиджа и корпоративной культуры компании.

Что касается факторов, которые влияют на эффективность бизнес-процесса в рамках внутренней среды предприятия, то среди них можно выделить: структуру, технологии, кадровый потенциал, а также культуру предприятия.

Среди компаний, которые успешно используют культуру предприятия в управлении бизнес-процессами, выделяют такие компании, как Google, Zappos, Apple и Toyota. Именно эти компании сосредотачиваются на творчестве и свободе выражения идей, они фокусируются на дизайне и стремлении к совершенству.

Примерами компаний, которые успешно используют такой внутренний фактор, как кадровый потенциал, в управлении бизнес-процессами, являются Salesforce и Adobe, которые активно инвестируют в развитие своих сотрудников через программы обучения и развития.

По словам Gartner, крупнейшей исследовательской и консалтинговой компании, использование структуры управления бизнес-процессами увеличивает успешность проекта на 70%.

К компаниям, которые успешно используют структуры управления бизнес-процессами для оптимизации своей деятельности и достижения высоких результатов, относятся:

1. Amazon: известен своими эффективными и инновационными бизнес-процессами. Компания активно использует технологии для автоматизации и оптимизации процессов от заказа до доставки, что позволяет им удерживать лидирующие позиции на рынке электронной торговли.

2. Toyota: славится своим методом управления производством, известным как Toyota Production System (TPS). Эта система управления бизнес-процессами ставит акцент на устранение потерь, непрерывные улучшения и гибкость производства.

3. IBM: активно применяет методологии управления бизнес-процессами для оптимизации своих внутренних операций и повышения эффективности. Они используют технологии BPM (Business Process Management) для автоматизации процессов и улучшения взаимодействия между отделами.

4. McDonald's: использует строгие структуры управления бизнес-процессами для обеспечения единообразия в качестве продукции и сервисе на своих ресторанах по всему миру. Благодаря этому подходу они обеспечивают высокий уровень обслуживания и узнаваемость бренда.

5. Netflix: известен своими инновационными методами управления в разработке контента. Компания активно использует аналитику данных и технологии для управления своими бизнес-процессами, включая производство и распространение контента.

Кроме вышеперечисленных элементов формирования бизнес-процессов в деятельности современных организаций особое внимание уделяется внешнеэкономической деятельности. Это обу-

словлено тем, что многие организации в период глобализации экономического сотрудничества стремятся извлекать финансовую выгоду от экспорта и импорта товаров и услуг, производственных и научно-технических разработок, рабочей силы, инвестиций, валютных операций. Значит, базовые элементы в современных условиях хозяйствования дополняются международными бизнес-процессами.

Международные бизнес-процессы имеют свою типологию в организационно- управленческих, деловых коммуникациях, охваченных традиционными функциями менеджмента, и позволяют организациям полностью задействовать имеющиеся ресурсы и использовать их наиболее эффективно [1].

Таким образом, все вышеперечисленные факторы: стратегия, требования рынка, технологические возможности, развитие персонала, культура организации, а также регулирование и законодательство — взаимосвязаны и взаимодействуют, определяя форму и эффективность бизнес-процессов современной организации. Понимание и учет этих факторов позволяет организациям создать более эффективные, гибкие и приспособленные к изменениям бизнес-процессы.

Список использованных источников

1. Абдакиев, Н.М. Реинжиниринг бизнес – процессов / Н.М. Абдакиев – М.: Эксмо, 2021. – 229 с.
2. Нелис, Й. Управление бизнес-процессами: Практическое руководство по успешной реализации проектов / Й. Нелис, Д. Джестон. – СПб.: Символ-плюс, 2019. – 512 с.
3. Рыжко А.Л. Каузальная классификация бизнес-процессов предприятия [Текст] / А.Л. Рыжко // Управленческие ануки. – 2020. – Т.8. - №1. – С.90-99.
4. Ширяев, В.И. Управление бизнес-процессами: Учебно-методическое пособие/ В.И. Ширяев, Е.В. Ширяев. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 464 с.

УДК 338.012

НЕКОТОРЫЕ АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Я.Ю. Барнатович, 2 курс

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

Доля легкой промышленности Республики Беларусь в 2023 г. составила 3,1 % от общего объема промышленного производства в стране [1]. Несмотря на сравнительно небольшую долю, данная отрасль имеет стратегическую значимость, т. к. в ней занято порядка 2 тыс. организаций с общей численностью работающих более 82 тыс. человек [2]. Многие предприятия легкой промышленности размещены в регионах, где обеспечивают занятость тысячам представителей местного населения, поэтому эффективная работа легкой промышленности обеспечивает не только формирование национального дохода, но и создание большого числа рабочих мест. В настоящее время выживаемость предприятий легкой промышленности во многом зависит от того, насколько они приспособлены к вызовам современности: усиление конкурентной борьбы, появление новых форм конкуренции и высокая степень неопределенности социально-экономического развития. В таких условиях модернизация промышленности – обязательный фактор адаптации легкой промышленности к состоянию современного рынка. В рамках статьи будут рассмотрены некоторые актуальные проблемы модернизации белорусской легкой промышленности.

Важной особенностью модернизации является ее системность, которая проявляется во взаимозависимости применяемых средств модернизации от отдельных элементов инфраструктуры предприятия. Поэтому результативность проводимой модернизации во многом зависит от наличия подготовленной инфраструктуры, которая станет базой для проведения модернизации. В соответствии с этим, предлагается рассмотреть создание инфраструктуры, пригодной для проведения модернизации, в двух направлениях: со стороны подготовки персонала предприятия к нововведениям и со стороны адаптации действующих структур организации к внедрению инструментов модернизации.

Отечественные предприятия легкой промышленности в качестве основного способа проведения модернизации видят закупку нового промышленного оборудования. При этом, фактор обеспеченности квалифицированным и мотивированным персоналом оценивается как незначительный. Как отмечает Т. В. Сергиевич, «основным ограничителем развития легкой промышленности является нехватка компетентного и мотивированного персонала, сложность его привлечения и сохранения в отрасли» [3, с. 66]. В таких условиях кадрового дефицита внедрение предприятием нового промышленного оборудования не приведет к достижению желаемых результатов. Выделим несколько причин, которые позволят это объяснить: неподготовленный персонал не способен эффективно и правильно использовать новое промышленное оборудование, что в будущем приведет к необоснованному увеличению расхода сырья и материалов при производстве товаров, к поломке оборудования и, соответственно, к его внеплановым простоям. Недостаточное внимание к вопросу обеспеченности квалифицированным персоналом требует пересмотра кадровой политики, проводимой предприятиями легкой промышленности. «Кадровая политика организации обосновывает необходимость использования на практике тех или иных конкретных методов набора, расстановки и использования кадров, но не занимается детальным анализом их содержания и спецификой проведения практической работы с кадрами» [4, с. 136]. При наборе персонала руководство предприятия должно учитывать текущую технологию производства продукции и возможные изменения технологии производства в будущем. Таким образом будет отобран персонал, способный в полном объеме освоить нынешнюю технологию производства продукции и пригодный для переобучения в будущем. Вопрос переквалификации персонала приобретает все большую актуальность, т. к. стремительные изменения факторов внутренней и внешней среды функционирования предприятия требуют от него высокой адаптивности. В структуре расходов предприятий легкой промышленности происходит увеличение доли расходов на обучение. Подобные расходы направлены на обучение персонала всех уровней и отделов предприятия, при этом персонал не только осваивает новые технологии производства продукции, но и занимается разработкой новых технологий и производством знаний [4]. Подобный подход к обучению персонала позволит предприятию повысить свою выживаемость в условиях неопределенности.

Опишем подробнее значимость работ по адаптации действующих структур организации к проведению модернизации. Провести модернизацию предприятия возможно на любой стадии производственного цикла, однако ее потенциальная эффективность во многом будет зависеть от того, насколько к ней подготовлены отдельные элементы предприятия. В данном случае модернизация не должна являться самоцелью, т. к. приобретение и внедрение, например, нового швейного оборудования, для работы которого необходима хорошо развитая система цифровых технологий, которой на предприятии нет, не приведет к увеличению объема выпуска и сокращению издержек производства продукции, а наоборот, создаст пассив, ухудшающий экономические показатели предприятия. Приведенный пример указывает на необходимость в создании нового типа производства в легкой промышленности, которое будет основано на внедрении киберфизических систем. Как отмечает Ю. В. Мелешко, «на основе киберфизических систем обеспечивается горизонтальная и вертикальная цифровые интеграции всех производственных процессов» [5, с. 359], что позволяет автоматизировать не только производственный процесс, но и принятие управленческих решений. Для внедрения киберфизических систем необходим соответствующий уровень развития Интернета вещей. По мнению Х. Кагермана, В.-Д. Лукаса и В. Вальстера, «Интернет вещей дополняется так называемыми интернет-услугами, поскольку возможности смарт-продуктов реализуются через интеллектуальные услуги. Это новое поколение продуктов благодаря межмашинному взаимодействию (M2M) через Интернет может самостоятельно обмениваться информацией, выполнять действия и управлять друг другом» [6]. Благодаря увеличению доли услуг промышленного характера в структуре расходов отечественных предприятий легкой промышленности возможно создание системы Интернета вещей и услуг, необходимой для адаптации функциональных подсистемы производства к проводимой модернизации.

В современном рынке модернизация является условием выживания отечественной легкой промышленности. Однако для эффективного внедрения средств модернизации необходимо учитывать готовность к проводимой модернизации. В качестве проблем, которые препятствуют успешному осуществлению модернизации предприятий, были выявлены недостаточная подготовка персонала к принимаемым нововведениям и непригодность отдельных элементов предприятий, преимуще-

ственно их цифровых и информационных структур, к проведению модернизации. Новый подход к созданию бизнес-моделей предприятий легкой промышленности должен быть направлен на разработку новых принципов найма и обучения персонала, а также на плановое увеличение доли расходов на услуги промышленного характера. Таким образом будет создана система Интернета вещей и услуг, внедрение которой позволит осуществить переход к структуре, позволяющей предприятиям беспрепятственно и с высокой эффективностью проводить модернизацию.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/promyshlennost/> – Дата доступа: 05.04.2024.
2. Пресс-служба Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics> – Дата доступа: 01.04.2024.
3. Сергиевич, Т. В. Легкая промышленность Беларуси и макроэкономическая динамика / Т. В. Сергиевич // Бизнес. Инновации. Экономика : Сборник Научных Статей. Том Выпуск 3. – Минск : Государственное учреждение образования "Институт бизнеса Белорусского государственного университета", 2019. – С. 58-67. – EDN AFLXWX.
4. Степаненко, А. С. Роль человеческого фактора в общественном производстве // Научный вестник МГТУ ГА. 2009. №150. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-chelovecheskogo-faktora-v-obschestvennom-proizvodstve> (дата обращения: 02.04.2024).
5. Мелешко, Ю. В. Новая индустриализация и тенденции модернизации белорусской промышленности / Ю. В. Мелешко // Наука и техника. 2021. Т. 20, № 4. С. 357–364. <https://doi.org/10.21122/2227-1031-2021-20-4-357-364>.
6. Kagermann, H. Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. Industriellen Revolution [Electronic resource] / H. Kagermann, W.-D. Lukas, W. Wahlster // VDI Nachrichten. 2011. Mode of access: <https://www.vdi-nachrichten.com/Technik-Gesellschaft/Industrie-40-Mit-Internet-Dinge-Weg-4-industriellen-Revolution>. Date of access: 04.04.2024.

УДК 334.7

ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

К.П. Белозомб, магистрант

Научный руководитель – **А.С. Голикова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Важным элементом сектора экономики является сектор малого и среднего предпринимательства (далее-МСП), так как он способствует социально-экономическому развитию страны. Значительную роль в реализации эффективной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства играет организация финансового механизма.

Необходимость непосредственного участия государства в вопросах финансирования малого и среднего предпринимательства на сегодняшний день признаётся практически всеми развитыми и развивающимися странами мира.

Финансовый механизм государственной поддержки представляет собой совокупность форм и методов, финансовых рычагов и инструментов распределения и использования финансовых ресурсов государства, призванную обеспечить эффективное функционирование финансовой системы и реализацию целей и задач финансовой политики государства [1].

Структура финансового механизма представлена на рисунке финансовый механизм включает в себя три механизма поддержки: бюджетный механизм, механизм кредитования, налоговый механизм. Такая структура позволяет более понятно отобразить различные направления поддержки МСП со стороны государства.

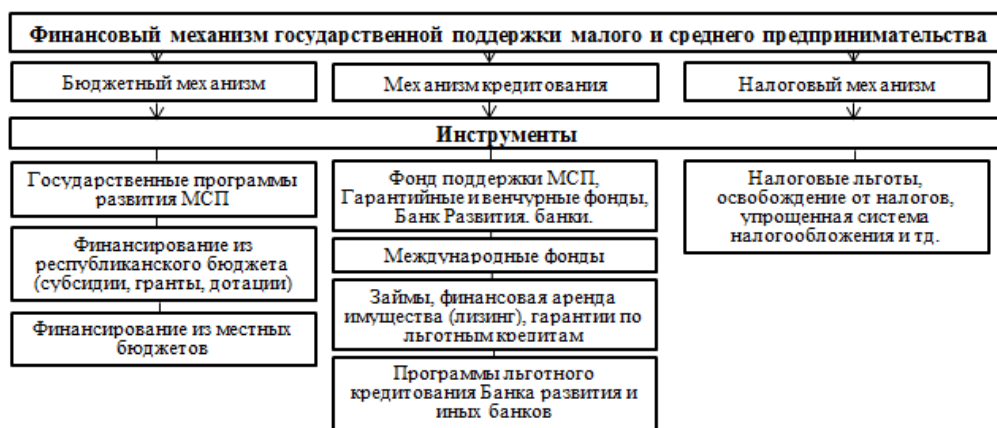


Рисунок – Структура финансового механизма государственной поддержки субъектов МСП
Примечание: собственная разработка

Бюджетный механизм отображает поддержку сектора малого и среднего предпринимательства за счет республиканского и местных бюджетов согласно принимаемой Государственной программе развития МСП.

Механизм кредитования отражает субъектов хозяйствования, которые оказывают поддержку в виде предоставления заемных средств, имущества в аренду (лизинг), а также гарантий с целью облегчения доступа МСП к кредитным ресурсам.

Налоговый механизм государственной поддержки связан с предоставлением субъектам МСП особых условий налогообложения (налоговых льгот, упрощенных налоговых режимов, освобождения от налогов и тд.) с целью их развития.

В Республике Беларусь механизм бюджетной поддержки реализуется за счет средств республиканского и местных бюджетов, в том числе в рамках реализации программы «Малое и среднее предпринимательство». Финансовая поддержка осуществляется следующими путями.

Во-первых, в стране функционирует Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимательства, который оказывает финансовую поддержку путем предоставления:

- финансовых средств на возвратной возмездной или безвозмездной основе;
- имущества на условиях финансовой аренды (лизинга);
- гарантий по льготным кредитам.

В 2021 году фондом было одобрено финансирование 47 проектов на сумму 4 982,3 тыс. руб., однако фактически было профинансировано 36 проектов на сумму 4 935,6 тыс. руб.

С мая 2019 года в стране начал действовать проект по предоставлению поручительств (гарантий) через Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей [2].

Во-вторых, финансовую поддержку оказывают облисполкомы и Минский горисполком. Поддержка оказывается путем предоставления:

- субсидий для возмещения части процентов за пользование банковскими кредитами;
- субсидий для возмещения части расходов на выплату лизинговых платежей по договорам финансовой аренды (лизинга) в части оплаты суммы вознаграждения (дохода) лизингодателя;
- субсидий для возмещения части расходов, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях либо с их организацией;
- субсидий субъектам инфраструктуры.

В-третьих, финансовую поддержку также осуществляют банки Республики Беларусь. Они предоставляют льготные кредиты, в том числе микрокредиты, за счет средств местных бюджетов, которые предусмотрены программами государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и размещены на депозитных счетах этих банков.

В-четвертых, финансовая поддержка МСП в результате реализации программы поддержки Банком развития. Данная программа позволяет получить субъектам МСП инвестиции на разных стадиях развития бизнеса.[3].

Таким, образом, в Республике Беларусь активно реализуется финансовый механизм государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Предпринимателям, желающим начать либо расширить свою деятельность, доступны налоговые, бюджетные и кредитные инструменты.

Список использованных источников

1. Савенко О.Л., Коваленко О.Г. Финансовый механизм развития малого и среднего предпринимательства: концептуальные основы и инструменты реализации. // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – М.: – 2019. – С.123-128
2. Официальный сайт Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarр.by/ru/about-fond/> Дата доступа: 26.11.2023.
3. Поддержка МСП [Электронный ресурс] // Официальный сайт Банк развития. – Режим доступа: <https://brrb.by/activity/support-to-smes/>. – Дата доступа: 26.11.2023 г.

УДК 311.42: 338.001.36

БИЗНЕС-ДЕМОГРАФИЯ: СУЩНОСТЬ И СОСТОЯНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.В. Белянова, магистрант

Научный руководитель – **В.Ю. Друк**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Экономическая политика любого государства должна быть направлена на улучшение деловой среды, содействие предпринимательству и созданию рабочих мест, совершенствование условий доступа фирм различных форм собственности и организационно-правовых форм к финансам и рынкам, а также поддержку инновационных предприятий.

В работах отечественных и зарубежных авторов отмечается, что в современных кризисных условиях требуется поиск точек роста в развитии экономики. Управление жизненным циклом организации является эффективным инструментом антикризисного управления.

Глобальная деловая среда продолжает быстро меняться. Это может принять форму технологических изменений, развития новых моделей торговли и инвестиций, повышения осведомленности об экологической ответственности, внедрения новых и более гибких методов работы или внезапных экономических потрясений. Подобные изменения могут нарушить работу бизнеса, что является одним из факторов развития нового направления статистики, которое изучает деятельность предприятий в привязке к их жизненному циклу, т.е. отслеживает процессы перехода компаний из номинального состояния в активное («рождаемость») и, наоборот, прекращения ими своей активной деятельности («смертность»). Т.е., статистика бизнес-демографии дает необходимый массив данных органам государственного регулирования для корректировки законодательства и определения направлений применения мер стимулирующего или ограничивающего характера. Таким образом, можно говорить об исключительной роли анализа бизнес-демографии с целью эффективного управления фирмами, отраслями и государствами в целом.

Статистика демографии предприятий описывает совокупность предприятий: она охватывает, среди прочего, рождение новых предприятий, рост и выживание существующих предприятий (с особым вниманием к их влиянию на занятость) и закрытие предприятий. Эти показатели дают важное представление о динамике бизнеса, поскольку новые предприятия/быстрорастущие предприятия, как правило, являются новаторами, которые могут повысить общий уровень эффективности и производительности в экономике. Статистика демографии предприятий активно развивается с начала 2010-х годов как в промышленно развитых странах, так и странах ЕАЭС.

В отличие от показателей количества субъектов хозяйствования, основанных на их государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности), ключевым моментом бизнес-демографии является понятие активности предприятия. Активным считается предприятие, выручка или численность работников которого превышает нулевое значение. Каждое появление такого предприятия называется «рождением», а обратный процесс называется «смертью». На рисунке представлены показатели бизнес-демографии в Республике Беларусь.

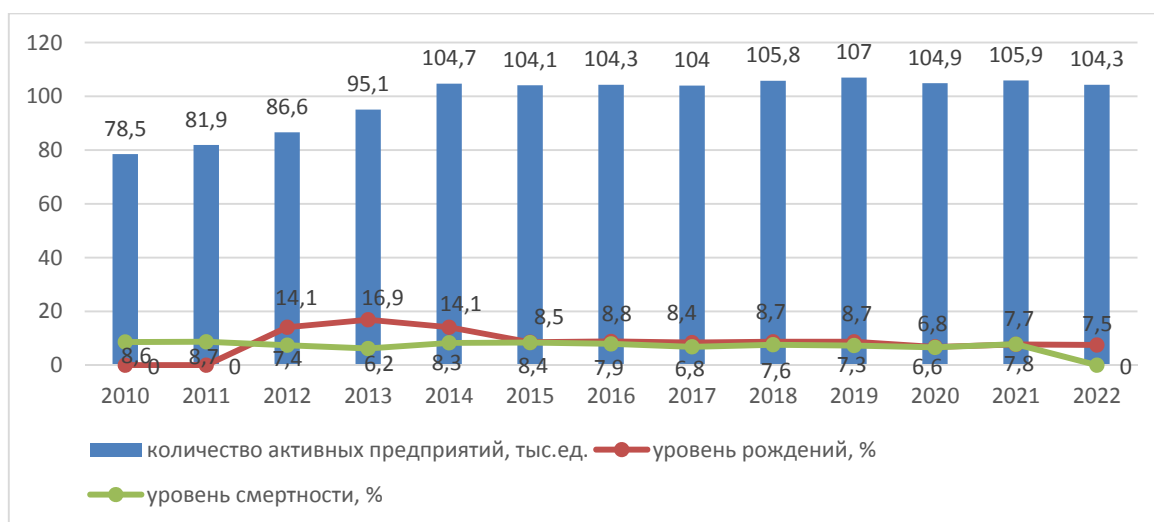


Рисунок – Показатели бизнес-демографии в Республике Беларусь в 2010-2022 гг.

По состоянию на конец 2022г. насчитывалось 119,8 тыс. действующих коммерческих организаций, однако активными были лишь 104,3 тыс., т.е. 87% от общего количества (годом ранее таких насчитывалось почти 91%). Остальные организации являются неактивными, т.е. имеют нулевые значения работников и выручки из-за того, что еще не начали осуществлять деятельность или, напротив, по разным причинам перестали работать. По сравнению с 2021 г. количество активных предприятий сократилось на 1,5%, еще больше отделившись от значения 2019 г. – 106,9 тыс. – максимального за весь период наблюдения.

Слабые темпы роста активных организаций объясняются прежде всего низким уровнем «рождаемости», которая лишь ненамного превосходит «смертность». Количество активных предприятий особенно динамично росло до 2014 г., когда уровень «рождаемости» составлял 14,1–16,9%, однако с 2015 г. он не превышает 8,8% при уровне «смертности» 6,2–8,4%. Если в 2014 г. «родилось» 14,8 тыс. предприятий за год (уровень «рождаемости» – 14,1%), то в 2022 г. – лишь 7,8 тыс. (7,5%) при сопоставимой «смертности».

Следует отметить, что аналогичное соотношение показателей смертности и рождаемости фирм характерно и для европейских стран. Так в 2020 году уровень рождаемости предприятий в деловой экономике ЕС составил 8,85%. Этот последний показатель был на 1,16, ниже, чем в 2019 году, что подчеркивает влияние кризиса COVID-19, который, вероятно, заставил некоторых предпринимателей неохотно начинать новый бизнес в 2020 году.

Смертность предприятий ЕС составила 8,06%. Важно помнить, что учетный год для показателей смертности предприятий обычно отстает от года для рождения предприятий, поскольку при составлении статистики смертности необходимо обеспечить, чтобы предприятия оставались бездействующими в течение двух лет (без возобновления деятельности).

Возрастная структура активных компаний в Беларуси говорит о наличии некоторого числа устоявшихся бизнесов. Около 48,4 тыс. предприятий (46,4%) сохраняют активность более 10 лет. При этом доля относительно молодых коммерческих организаций, «возраст» которых не превышает 1 года, составляет 14,0%, компаний с «возрастом» 2–5 лет – 20,6%, 6–9 лет – 18,9%. По статистике в первые три года «умирает» каждый третий бизнес, а при увеличении данного периода до 5 лет – каждый второй.

Если сопоставить эти данные по выживаемости бизнеса в европейских странах, можно увидеть, что в среднем по Европе в первый год остается на плаву чуть больше 80% компаний, через 3 года – меньше 60%, через 5 лет – 43%.

Компании в Беларуси имеют более низкие показатели рождаемости, однако процент их выживаемости выше. Вероятно, белорусский бизнес учитывает возможные риски коммерческой деятельности и имеет довольно высокий уровень адаптивности.

Кроме рождения, смертности и выживаемости, а также участия активных предприятий в найме рабочей силы, бизнес-демография изучает связи между темпами роста и количеством работников. С точки зрения бизнес-демографии предприятиями с высокими темпами роста являются организа-

ции, которые на протяжении трех лет имеют среднегодовое значение прироста численности работников и (или) оборота более 20% в год. При этом минимальный размер их штатов в первый год – 10 человек. Порог, составляющий не менее 10 сотрудников, предназначен для исключения очень малых предприятий, где рост занятости может быть очень высоким в относительном выражении, но с небольшим экономическим эффектом в абсолютном выражении. Этот показатель следует анализировать с осторожностью, поскольку он не отражает потенциальных негативных последствий, поскольку быстрорастущие предприятия могут вытеснить действующих игроков и/или нарушить работу рынков, что может привести к снижению общих экономических показателей.

Численность наемных работников на одно «рожденное» предприятие неуклонно снижается с 2015 г. Если в 2015 г. на каждое созданное предприятие приходилось в среднем 2,37 работника, то в 2022 г. – 1,18. При этом из 104,3 тыс. активных предприятий в 2022 г. лишь 89,9 тыс. (86,2%) имели хотя бы одного работника. Годом ранее доля предприятий-работодателей была выше – 87,5%. Если взять в качестве критерия двух работников в штате, то количество отвечающих ему активных предприятий сократится до 61,3 тыс., составив 58,6%. Таким образом, более 40% активных коммерческих предприятий имеют в штате одного человека или вовсе не имеют работников. Это говорит о том, что белорусский бизнес привык обходиться минимальным количеством наемных работников, а основным нанимателем для белорусов продолжают выступать крупные предприятия.

Список использованных источников

1. Бизнес-демография в Республике Беларусь: стат.бюллетень. – Мн., Национальный статистический комитет, 2003. – 17 с.
2. Жданов, В.Ю. Новый взгляд на этапы жизненного цикла организации // Московский экономический журнал. – 2021. – № 6. – С. 378-388.

УДК 658.567.1

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.Д. Бердникович, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Эффективное использование и экономия материальных ресурсов являются важными аспектами устойчивого развития организации. С ростом стоимости материалов, транспортных и закупочных расходов, потерь и отходов у предприятий возникают проблемы с их использованием, что плохо сказывается на их рентабельности. Поэтому у каждого предприятия есть потребность в повышении эффективности использования ресурсов и увеличении прибыли.

Материальные затраты в РБ за 2023 году составили 161727,3 млн. руб. Проанализировав их структуру, наибольшие материальные затраты приходятся на промышленность, сельское, лесное и рыбное хозяйство и на оптовую и розничную торговлю, ремонт автомобилей и строительство [1].

Для оценки эффективности использования материальных ресурсов используются различные показатели. Наиболее распространенными из них являются материалоемкость и материалоотдача продукции, а также рентабельность [2, с. 165].

Темп роста материалоотдачи 2023 к 2020 году составил 102,2 %, темп прироста - 2,2 %. Это говорит о том, что количество продукции, произведенной с каждого рубля, увеличивается, а материальные затраты (сырье, материалы, топливо, энергия и т.д.) снижаются.

Темп роста материалоемкости 2023 к 2020 году составил 89,7, а темп прироста - 10,3. Снижение материалоемкости свидетельствует об уменьшении суммы материальных затрат, фактически понесенных на производство единицы продукции.

Для снижения материалоемкости продукции проводится ряд мероприятий, которые позволяют:

- уменьшить удельные нормы расхода материалов на единицу продукции;
- снизить уровень складских запасов;
- сократить технологические отходы и потери;

- внедрять экономичные виды материалов и обеспечивать максимально безотходное производство;
- снизить затраты материалов на производство продукции [3].

Таблица – Показатели оценки эффективности использования материальных ресурсов

Название показателя	2020	2021	2022	2023	Темп роста 2023 к 2020 гг., %	Темп прироста 2023 к 2020 гг., %
Материалоотдача	1,971	1,855	1,972	2,014	102,1	2,1
Материалоемкость	0,553	0,539	0,507	0,496	89,7	-10,3
Материальные затраты	141684,2	147991,5	150391,7	161727,3	114,2	14,2
Объем произведенной (реализованной) продукции	256141,8	274558,1	296543,1	325791,6	127,2	27,2
Рентабельность	13,8	14,2	15,7	17,2	124,7	24,7
Прибыль	19523,5	20933,4	23666,6	27793,4	142,4	42,4

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании [1]

Наблюдается увеличение рентабельности в РБ на 3,4 в период за 2020-2023 гг. Её увеличение означает, что отношение прибыли к затраченным средствам или капиталу стало выше.

Исходя из таблицы 1 можно сделать следующие выводы:

- снижение материалоемкости и увеличение материалоотдачи приводит к уменьшению стоимости материальных затрат;
- уменьшению стоимости ведёт к снижению себестоимости продукции;
- снижение себестоимости способствует спаду цен на продукцию;
- спад цен становится причиной снижения спроса на продукцию;
- снижение спроса ведёт к повышению конкурентоспособности;
- в результате остатки готовой продукции на складе уменьшаются.

Реализация эффективной программы экономии материальных ресурсов, прежде всего, обусловлено наличием грамотно организованной и систематически функционирующей системы анализа их использования.

Поэтому в долгосрочной перспективе необходимым критерием роста производства в РБ является экономия материальных ресурсов и всех других видов экономических ресурсов, повышение эффективности использования накопленного ресурсного потенциала.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 06.04.2024.
2. Володько О.В. Экономика организации : учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько, 2-е изд., испр. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2017, с. 165.
3. Факторы, влияющие на снижение материалоемкости продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/26356/1/Factory.pdf>. – Дата доступа: 06.04.2024.

УДК 330.3

РАЗВИТИЕ СТАРТАП-ДВИЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.В. Бич, 2 курс

Научный руководитель – Я.И. Добринец, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

В современном мире стартапы играют ключевую роль в стимулировании инноваций и экономического развития. Они являются двигателем для создания новых технологий, продуктов и услуг, способствуя росту конкурентоспособности страны. В контексте Беларуси, развитие старта-

пов приобретает особую важность, поскольку оно может способствовать диверсификации экономики, привлечению инвестиций и улучшению жизни граждан. В данном исследовании мы рассмотрим поддержку стартапов в нашей стране, а также выявим перспективы развития стартап-сектора для экономики Беларуси.

Стартап представляет собой инновационную молодую компанию, характеризующуюся высоким потенциалом роста и коммерческого успеха. Он ориентирован на создание и внедрение новых продуктов или услуг на рынке, что обуславливает его значимость в контексте современной экономики. Стартапы часто функционируют в секторах высоких технологий, информационных технологий и биотехнологий, где инновационный подход и быстрая адаптация к изменяющимся условиям являются ключевыми факторами успеха. В связи с этим, изучение стартапов и их динамики становится актуальной задачей для научных исследований, направленных на понимание механизмов развития и факторов, влияющих на успешность стартап-проектов.

В Беларуси стартапы поддерживаются различными программами и инициативами со стороны государства. Например, 2 августа 2007 года в г. Минске был подписан учредительный договор некоммерческой организации Союза юридических лиц (СЮЛ) «Республиканской Конфедерации предпринимательства». С момента основания Республиканская конфедерация предпринимательства становится крупнейшей бизнес-ассоциацией Республики Беларусь [1].

Банк развития – специализированный финансовый институт, созданный в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 21 июня 2011 г. № 261 «О создании открытого акционерного общества "Банк развития Республики Беларусь"». Учредителями банка выступили Совет Министров и Национальный банк Республики Беларусь. Главной целью деятельности Банка развития является развитие системы финансирования государственных программ и реализация социально значимых инвестиционных проектов [2].

Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей осуществляет свою деятельность на протяжении 30 лет, с января 1992 года. Основными задачами, которые стояли и стоят перед Фондом являются оказание государственной финансовой поддержки субъектам малого предпринимательства, за счет средств, предусмотренных в различных госпрограммах.

Началом стартап-движения в Республике Беларусь можно считать декабрь 2009 г., когда несколькими энтузиастами был организован первый МинскСтартапУикэнд – двухдневный интерактивный конкурс для инициаторов стартапов, в ходе которого они презентовали свои бизнес-проекты перед экспертами и потенциальными инвесторами. Одной из главных задач социально-экономического развития Республики Беларусь является поддержка предпринимательства. В связи с этим Минский горисполком с различными организациями осуществляет подготовку и проведение стартап-мероприятий на постоянной основе. Наиболее популярны в Беларуси в настоящее время СтартапУикенд и ИнвестУикенд [3].

Многие стартап-проекты сегодня зарождаются в образовательных учреждениях, в частности в вузах, так как они являются «точками» концентрации и инкубирования талантливой и инновационной молодежи. Усиливается роль университета как фактора развития молодежного предпринимательства — студент рассматривается как потенциальный предприниматель, являющийся связующим звеном между учеными и инвесторами. Данные утверждения в большей части применимы к странам Запада, но и в Беларуси постепенно приходит понимание необходимости развития инновационного малого предпринимательства в вузах [4]. Стоит отметить, что помимо университетов юные стартаперы имеют шанс поучаствовать в международных конференциях и проходить обучение в зарубежных акселераторах. Например, Стартап GiveAway, основанный белорусскими разработчиками, прошел отбор в международный акселератор Y Combinator (США) [5].

Благодаря наличию талантливой молодежи, готовой рисковать и воплощать свои идеи в жизнь, а также благоприятной экономической среде и поддержке со стороны государства, стартапы в Беларуси активно развиваются. Каждый год появляются новые перспективные проекты, которые привлекают инвестиции и получают признание на международном уровне. Благодаря этому развитию стартапов в стране создаются новые рабочие места, повышается конкурентоспособность белорусской экономики и улучшается имидж страны на мировой арене.

Список использованных источников

1. Республиканская конфедерация предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rce.by/history.php> – Дата доступа: 04.04.2024.
2. Банк Развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brrb.by/about/> – Дата доступа: 04.04.2024.
3. Тышлек, В. Развитие стартап-движения в Беларуси // Наука и инновации. 2021. №9. С. 23–27. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://innosfera.belnauka.by/jour/article/view/313/301> – Дата доступа: 04.04.2024.
4. Иванова А. В. Комплексная оценка факторов развития молодежного предпринимательства в университетской среде: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05. — Екатеринбург, 2013. — 24 с.
5. BATD TEAR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://bel.biz/wp-content/uploads/2020/12/2020_StartupReport – Дата доступа: 04.04.2024.

УДК 338.2

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЁ ОЦЕНКА

О.В. Бойко, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

На сегодняшний день рост конкуренции требует от организаций постоянного развития, адаптации к изменяющимся условиям рынка и поиска новых конкурентных преимуществ. В связи с этим возрастает важность управления конкурентоспособностью организаций и постоянное стремление адаптироваться к изменениям, чтобы обеспечить свою выживаемость и успешное развитие.

Проблема повышения конкурентоспособности является актуальной для организаций всех отраслей мирового хозяйства. Для достижения эффективных результатов в своей деятельности организациям необходимо постоянно адаптироваться к изменяющимся условиям и разрабатывать инновационные концепции развития для повышения конкурентоспособности. Для разработки таких концепций необходимо внимательно изучать экономическую категорию конкурентоспособности, ее особенности и признаки. Отсутствие необходимых теоретических и практических знаний о механизмах обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг может привести к серьезным ошибкам при установлении цен, что в конечном итоге может привести к убыткам и даже банкротству организаций.

В условиях нестабильной экономики, когда наблюдается чрезмерное повышение цен, конкуренция на рынке становится более острой, производители вынуждены бороться за предпочтения потребителей. Потребители в свою очередь ориентируются на доступность товаров как по стоимости, так и по качеству. Товар, который сочетает в себе оптимальное соотношение цены и качества, считается наиболее конкурентоспособным в таких условиях.

Для организации это означает необходимость уделять особое внимание снижению издержек, оптимизации процессов производства, улучшению качества продукции и разработке более эффективных маркетинговых стратегий. Важно также следить за динамикой цен на рынке, адекватно реагировать на изменения спроса и обеспечивать потребителям конкурентоспособные предложения. В таких условиях, гибкость, адаптивность и стремление безусловно удовлетворить потребности клиентов становятся ключевыми факторами успешной конкурентоспособности на рынке.

Понятие "конкурентоспособность" отражает способность создавать, удерживать и укреплять конкурентные преимущества в условиях соперничества. В научных работах экономистов нет универсального определения этого понятия, так как каждый исследователь интерпретирует его по-своему, в зависимости от изучаемых аспектов.

Выделим несколько особенностей понятия конкурентоспособности организации (таблица 1):

Таблица 1. – Особенности понятия конкурентоспособности организации

Сложность	Конкурентоспособность организации является сложным понятием, которое не только включает в себя качественные и ценовые характеристики его продукции, но также зависит от уровня менеджмента, системы управления финансовыми потоками, инвестиций и инноваций
Эффективность	Конкурентоспособность организации зависит от того, насколько эффективно используются все имеющиеся ресурсы, включая финансовые, технические, человеческие и информационные ресурсы
Динамичность	Конкурентоспособность организации является динамичным показателем, который может изменяться под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. Организация должна постоянно адаптироваться к изменениям на рынке и внутри компании, чтобы сохранить и улучшить свою конкурентоспособность
Относительный характер	Конкурентоспособность организации оценивается относительно других игроков на рынке. Для сравнения используются аналогичные показатели конкурентов или идеальных (эталонных) предприятий. Это помогает определить степень успешности предприятия на рынке и выявить области для улучшения.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3, стр. 31-48].

В результате изучения научных работ по тематике конкурентоспособности организации было рассмотрено ряд определений как соотечественников, так и иностранных учёных. Данное исследование позволило провести сравнительный анализ и разделить все определения на несколько самых важных блоков:

- связанные с конкурентоспособностью продукции;
- на основе внешних и внутренних факторов деятельности организации;
- основанном на конкурентном потенциале каждого бизнес-процесса организации [2, с.154].

Конкурентоспособность организации является динамичным показателем и должна изучаться в конкретный момент времени с учетом изменений на рыночной конъюнктуре.

Следовательно, чтобы создать достаточный уровень конкурентоспособности организации нужно:

- обеспечить условия для выпуска высоко конкурентоспособной продукции, соответствующей потребностям целевой аудитории;
- обеспечить развитие конкурентного потенциала до уровня главных конкурентов отдельной отрасли [1, с.175].

Оценка конкурентоспособности организации является важным инструментом для определения ее позиций на рынке и разработки стратегии развития. При оценке конкурентоспособности организации также важно учитывать потребности и ожидания клиентов, анализировать их предпочтения, требования к качеству продукции или услуг. Важно также учитывать мнение и отзывы клиентов о продукции или услугах организации.

Рассмотрим возможные стратегии конкурентоспособности организации на примере СПК «Восходящая заря». Данная организация специализируется на производстве сельскохозяйственной продукции (молоко, мясо).

Таблица 2. – Анализ действующих конкурентных стратегий СПК «Восходящая заря»

	Стратегическая цель	Возможности предприятия	Контроль результатов	
			+	-
Сегментивная	Лидерство на определенном сегменте за счет узкой специализации (сельхозпредприятия)	Собственное производство, поставка продукции, высокое качество продукции	Стабильный спрос, увеличение объема реализации продукции	Необходимость поддержания высокого качества продукции, что влечёт за собой рост себестоимости
Брендовая	Лидерство в сознании переработчиков(молокозаводы, мясокомбинаты)	Большой опыт работы, квалифицированные специалисты, гарантия качества	Долговременные связи, доверие переработчиков	Необходимость постоянного вложения средств для поддержания высокого качества продукции

Примечание – Источник: собственная разработка на основе документации предприятия.

Рассматриваемые стратегии могут быть комбинированы и адаптированы в зависимости от конкретных условий рынка и целей организации. Важно постоянно анализировать действующие кон-

курентные стратегии и реагировать на изменения в отрасли, чтобы оставаться конкурентоспособным. Дополнительно при анализе конкурентоспособности организации можно учитывать такие факторы, как репутация бренда, доступность ресурсов, уровень инноваций и технологическое развитие, квалификация персонала, гибкость в реагировании на изменения рыночной ситуации и конкурентные преимущества.

Из приведённых выше анализов можно сделать вывод, что оценка конкурентоспособности должна быть регулярной и динамичной, так как рыночная среда постоянно меняется. Только постоянное обновление и корректировка стратегий позволят организации сохранять свою конкурентоспособность и достигать успеха в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников

1. Володько О.В. Экономика организации: учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько, 2-е изд., испр. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2015, с. 194-201.
2. Конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urpro.ru/encyclopedia/konkurentosposobnost/>. – Дата доступа: 01.04.2024.
3. Камчатова, Е. Ю. Повышение конкурентоспособности компаний в условиях цифровизации / Е. Ю. Камчатова, С. О. Заяц // Ученые записки Российской академии предпринимательства. – 2022. – Т. 21. – № 2. – С. 31-48.

УДК 339.9

РЕГЛОБАЛИЗАЦИЯ И УСИЛЕНИЕ ИНТЕГРАЦИИ МИРОВЫХ МАКРОРЕГИОНОВ

А.А. Браим, 2 курс

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

Полесский государственный университет

В последние годы мир стал свидетелем возрождения интереса к реглобализации, характеризующейся реконfigurацией глобальных экономических потоков, политических альянсов и социальных взаимодействий. Это явление привело к переоценке роли глобальных макрорегионов в формировании будущего международных отношений [1].

Основными макрорегионами являются:

1. *Западная Европа*: характеризуется высокой степени интеграции, развитой инфраструктуре и технологическим достижениям. Этот регион является крупным экспортером товаров и услуг, а также является центром финансовых и инновационных технологий.

Возможности: - Западная Европа имеет долгую историю интеграции через Европейский союз (ЕС), что создает благоприятные условия для дальнейшего углубления сотрудничества.

- Реглобализация позволяет усилить экономическую интеграцию, улучшить торговые отношения и обмен технологиями.

Проблемы:

- Националистические тенденции в некоторых странах могут затруднить процесс интеграции и вызвать напряженность в отношениях между государствами.

❖ Основные экспортные товары из этого региона включают автомобили, машины и оборудование, химическую продукцию, электронику и фармацевтику. Западная Европа имеет сильные торговые связи с США, Китаем, Россией и другими странами.

❖ Основные источники инвестиций в Западную Европу - это страны ЕС, США и Япония. Секторы экономики, привлекающие инвестиции, включают туризм, финансы и здравоохранение.

❖ Доля иностранных инвесторов: около 25% от общего объема инвестиций.

2. *Восточная Европа*: характеризуется своим экономическим потенциалом, доступом к новым рынкам и инновационным разработкам. Развитие инфраструктуры, цифровизация и улучшение бизнес-среды делают этот регион все более привлекательным для инвесторов.

Возможности:

- Восточная Европа имеет потенциал для углубления интеграции с Западной Европой через развитие торговых связей, инвестиций и обмена опытом.

- Реглобализация способствует сближению экономик и укреплению политического сотрудничества в регионе.

Проблемы:

- Недостаточная экономическая развитость некоторых стран может замедлить процесс интеграции и создать неравенства между участниками.

❖ Основные экспортные товары - энергетические ресурсы, металлургическая продукцию, сельскохозяйственную продукцию, машиностроение и текстиль. Важными торговыми партнерами Восточной Европы являются страны Евросоюза, Россия, Китай и другие страны.

❖ Согласно данным за последние 5 лет, основные источники инвестиций в Восточную Европу включают страны Евросоюза, США и Китай. Преобладающие секторы, привлекающие инвестиции, - это технологии, финансы и производство.

❖ Доля иностранных инвесторов: около 30% от общего объема инвестиций.

3. *Средний Восток*: характеризуется преобладанием нефтяных и газовых ресурсов. Кроме того, некоторые страны этого региона активно развиваются в области туризма, финансов и высоких технологий, что делает их важными участниками на мировой арене.

Возможности:

- Реглобализация может способствовать усилению экономического сотрудничества в регионе, развитию торговли и инфраструктуры.

- Интеграция макрорегиона Среднего Востока может способствовать урегулированию конфликтов и повышению стабильности.

Проблемы:

- Геополитические конфликты, религиозные разногласия и национальные интересы могут препятствовать процессу интеграции и сотрудничества.

❖ Этот регион с богатыми природными ресурсами, такими как нефть, газ, минералы и др. Основные экспортные товары - энергетические ресурсы, нефтепродукты, химическую продукцию, текстиль и сельскохозяйственную продукцию. Страны Среднего Востока имеют тесные торговые отношения с Европой, Азией, США и другими регионами.

❖ Основные источники инвестиций в Средний Восток - это страны Персидского залива, Китай и США. Основные секторы экономики, привлекающие инвестиции - это энергетика, нефтегазовая промышленность и строительство.

❖ Доля иностранных инвесторов: около 40% от общего объема инвестиций.

4. *Азиатско-Тихоокеанский регион*: является одним из самых динамично развивающихся и влиятельных на мировом рынке благодаря своему быстрому экономическому росту, инновациям и высокой конкурентоспособности.

Возможности:

- В современной экономике регион обладает благоприятными условиями для углубления экономического сотрудничества и интеграции, что может привести к экономическому росту этих стран.

- Реглобализация способствует увеличению торговли, инвестиций и технологического обмена между странами региона.

Проблемы:

- Экономические различия между разными странами региона, а также неравенства в доступе к ресурсам и технологиям.

❖ Основные экспортные товары из этого региона включают электронику, автомобили, текстиль, обувь, пищевые продукты и другие товары. Азиатско-Тихоокеанский регион имеет сильные торговые связи с Европой, США, Латинской Америкой и другими регионами.

❖ Согласно данным, основные источники инвестиций в этот регион - это Китай, Япония и Южная Корея. Преобладающие секторы экономики - это информационные технологии, автомобильная промышленность и сельское хозяйство.

❖ Доля иностранных инвесторов: около 35 % от общего объема инвестиций.

В заключение, макрорегионы играют важную роль на мировом рынке, определяя его динамику, конкурентоспособность и разнообразие. Рассматриваемые макрорегионы, имеют значительное влияние на мировую экономику, торговлю и инновации, что делает их ключевыми фигурами в современном мире. Также реглобализация открыла новые возможности для интеграции в глобаль-

ные макрорегионы, предлагая потенциал для повышения благосостояния и сотрудничества между различными сообществами.

Список использованных источников

1. Межрегиональная интеграция в пространстве макрорегиона как фактор развития национальной экономики [Электронный источник] // Владыка М.В. Чистникова И.В. Ермаченко Ф.М. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhregionalnaya-integratsiya-v-prostranstve-makroregiona-kak-faktor-razvitiya-natsionalnoy-ekonomiki>. Дата доступа: 04.04.2024

2. Закономерности экономических интеграционных процессов на уровне макрорегиона [Электронный источник] // Швец И.Ю. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zakonomernosti-ekonomicheskoy-integratsionnyh-protsessov-na-urovne-makroregiona>. Дата доступа: 02.04.2024

3. Современный подход к моделированию межрегионального взаимодействия в рамках макрорегиона [Электронный источник] // Логачев К.И. Кулик А. М. Стрябков А.В. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-podhod-k-modelirovaniyu-mezhregionalnogo-vzaimodeystviya-v-ramkah-makroregiona>. Дата доступа: 01.04.2024

УДК 330.35

АНАЛИЗ СЛАГАЕМЫХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Я.С. Бренкович, 2 курс

Научный руководитель – **Т.В. Зглюй**, м.э.н.

Полесский государственный университет

Экономический рост характеризует долгосрочное увеличение способности хозяйства обеспечивать все более разнообразные потребности населения с помощью все более эффективных технологий и соответствующих институциональных и идеологических изменений [1, с.13]. Выделяют два основных типа экономического роста: экстенсивный рост, основанный на увеличении количества используемых ресурсов, таких как рабочая сила, капитал, земля и интенсивный рост, основанный на повышении эффективности использования ресурсов за счет внедрения новых технологий, инноваций.

Для выделения экстенсивной и интенсивной составляющих экономического роста в национальной экономике Беларуси необходимо изучить динамику показателей следующих групп:

– показатели экстенсивного роста: увеличение численности занятого в экономике населения, промежуточного потребления, основных средств;

– показатели интенсивного роста: увеличение производительности труда, фондоотдачи, материалоотдачи.

Далее, для разложения темпов макроэкономической динамики на интенсивную (сумма в первых скобках) и экстенсивную (сумма во вторых скобках) составляющие, используем формулу 1 [5, с.5]:

$$\Delta ВВП_t = 1/3 (Ч_t (ПТ_t - ПТ_{t-1}) + ОС_t (\Phi_t - \Phi_{t-1}) + ПП_t (М_t - М_{t-1})) + 1/3 (ПТ_{t-1} (Ч_t - Ч_{t-1}) + \Phi_{t-1} (ОС_t - ОС_{t-1}) + М_{t-1} (ПП_t - ПП_{t-1})). \quad (1)$$

Статистические данные по Республике Беларусь представим в таблице.

Из таблицы видно, что все показатели экстенсивного роста, за исключением численности занятых, на протяжении последних лет имели положительную динамику, а показатели интенсивного роста – отрицательную.

В численности занятых рост наблюдался лишь в 2019 году по сравнению с 2018 годом. Начиная с 2020 года, данный показатель ежегодно снижается.

В период 2018-2021 гг. наблюдался рост инвестиций в основной капитал, которые в 2022 году сократились на 3,3% к уровню предыдущего года. Аналогичная тенденция наблюдалась и в производительности труда.

Таблица – Исходные данные для расчета интенсивной и экстенсивной составляющих экономического роста

Год	ВВП в ценах 2018 г., млн. руб.	Численность занятых в экономике, тыс. чел.	Основные средства, млн. руб.	Промежуточное потребление, млн. руб.	Производительность труда, млн. руб. / тыс. чел.	Фондоотдача, руб./руб.	Материалоотдача, руб./руб.
2018	122 319,7	4 896,7	322 997	133 983	24,9	0,38	0,91
2019	124 089,0	4 909,1	349 881	142 219	25,3	0,35	0,87
2020	123 254,2	4 885,4	383 855	146 691	25,2	0,32	0,84
2021	126 260,2	4 850,6	448 907	181 380	26,0	0,28	0,69
2022	120 328,9	4 847,1	434 249	162 909	24,8	0,28	0,74

Примечание – Собственная разработка на основе источника: [2; 3, с.45; 4, с.17].

Возможной причиной падения производительности труда в 2022 году является слабая инновационная активность реального сектора экономики и сферы услуг.

Обратной динамикой из-за неэффективности промежуточного импорта и сохранении низкого технологического уровня характеризуется ежегодно снижающаяся материалоотдача, которая повысилась лишь в 2022 году. Также ежегодно наблюдалось снижение фондоотдачи, уровень которой удалось стабилизировать лишь в 2022 году. Следовательно, увеличение производительности труда в период 2018-2021 гг. является результатом совершенствования организации труда, а не улучшения технологий.

Чтобы определить темпы прироста интенсивной и экстенсивной составляющих экономического роста, необходимо учесть темпы прироста ВВП, так: за 2018 год ВВП повысился на 3,1%, за 2019 год ВВП вырос на 1,4%, за 2020 год ВВП снизился на 0,7%, за 2021 год ВВП вырос на 2,4%, за 2022 год ВВП снизился на 4,7%.

Рост ВВП на 2,4% в 2021 году связан с ростом высокотехнологичной и экспортно ориентированной продукции, а также с развитием и ростом производства вычислительной, электронной аппаратуры, продукции машиностроения, деревообработки, фармацевтики. Снижение ВВП в 2022 году произошло из-за проседания промышленного производства, торговли, транспорта на фоне западных санкций. В 2023 году наблюдается рост ВВП на 3,5% по сравнению с аналогичным периодом 2022 года за счет наращивания объемов инвестиций и экспорта [2].

Исходя из собранных данных и по результатам расчетов, проведенных по формуле 1, разделим темпы прироста рассмотренных показателей на интенсивную и экстенсивную составляющую (рисунок).

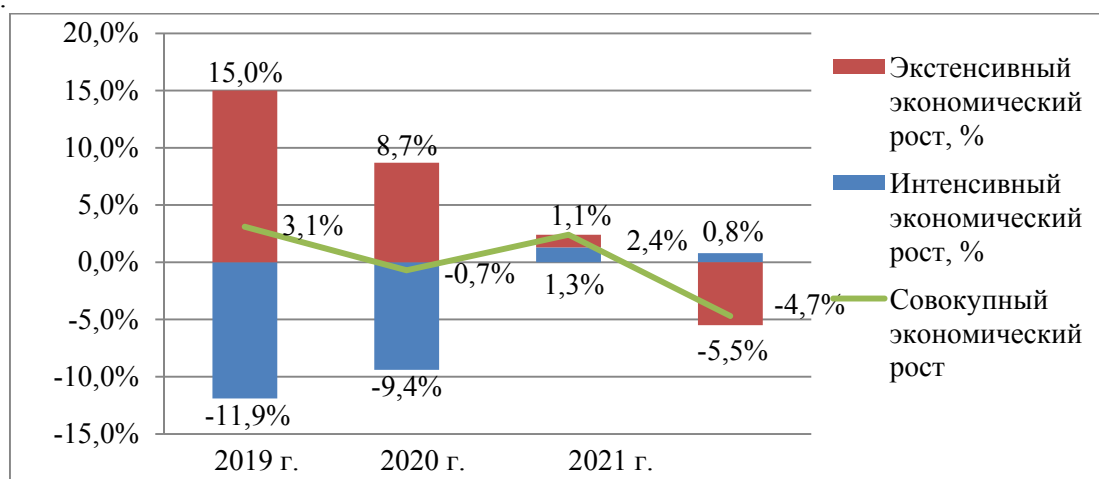


Рисунок – Динамика темпов прироста интенсивного и экстенсивного экономического роста в Беларуси

Примечание – Собственная разработка на основе данных таблицы.

По данным рисунка, опираясь на проведенные исследования, можно сделать следующие выводы:

– в 2019 году произошло снижение объемов продаж и выручки, ухудшилось финансовое состояние производителей из-за увеличения издержек. Поэтому совокупный ВВП изменился следующим образом: $-11,9\%$ (качественная составляющая) + $15,0\%$ (количественная составляющая) = $+3,1\%$;

– в 2020 году снизилась производительность труда и среднесписочная численность работников. Наблюдалась девальвация белорусского рубля по отношению к доллару. Зарплаты в долларовом эквиваленте снижаются, а импортные товары дорожают. Поэтому совокупный ВВП изменился следующим образом: $-9,4\%$ (качественная составляющая) + $8,7\%$ (количественная составляющая) = $-0,7\%$;

– в 2021 году наблюдалось развитие и прирост производства вычислительной, электронной аппаратуры, продукции машиностроения, деревообработки, фармацевтики. В том числе благодаря росту IT-сектора. Однако, росли цены на сырьевые товары. Поэтому совокупный ВВП изменился так: $+1,3\%$ (качественная составляющая) + $1,1\%$ (количественная составляющая) = $+2,4\%$;

– в 2022 г. на фоне западных санкций произошло проседание промышленного производства, торговли, транспорта. Снизились инвестиции в основной капитал, реальные располагаемые доходы, объем оптовой торговли и розничный товарооборот. Совокупный ВВП изменился: $+0,8\%$ (качественная составляющая) - $5,5\%$ (количественная составляющая) = $-4,7\%$.

Полученные результаты позволяют сделать вывод, что в Беларуси нет чисто экстенсивного или интенсивного экономического роста. В Республике Беларусь наблюдается смешанный тип экономического роста с преобладанием экстенсивной составляющей.

Список использованных источников

1. Проблемы экономического роста территории: монография / Т. В. Ускова [и др]. – Вологда: ВолНЦ РАН, 2013. – 170 с.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 25.03.2024.

3. Основные показатели системы национальных счетов стран СНГ 2017-2021: Краткий статистический сборник / Межгосударственный статистический комитет СНГ. – М., 2022. – 120 с.

4. Беларусь и Россия. 2022: Стат.сб./Росстат, Белстат, – Б43 М., Росстат, 2022. – 206 с. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Belarus_Russia_2022.pdf – Дата доступа: 21.03.2024.

5. Власенко, М.Н. Экономическое развитие в Беларуси: качество роста и эффективность распределения основных ресурсов // Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ WP/18/01 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/wp2018r01.pdf>. – Дата доступа: 21.03.2024.

УДК 330.564.2

ПРОГНОЗ РЕАЛЬНЫХ РАСПОЛАГАЕМЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ ПРИ ПОМОЩИ ПОЛИНОМИАЛЬНОЙ ЛИНИИ ТРЕНДА

А.А. Бухтик, 2 курс

Научный руководитель – **Т.В. Зглюй**

Полесский государственный университет

На современном этапе развития общества проблемы уровня жизни населения становятся очень важными. От их решения во многом зависит направленность и темпы дальнейших преобразований в стране и, в конечном счете, политическая и экономическая стабильность в обществе.

Основополагающим показателем в рыночной экономике, который позволит оценить уровень и качество жизни, является доход. Сам доход населения можно интерпретировать как составляющую, которая отражает степень удовлетворения потребностей населения, обеспеченных массой товаров и услуг. С другой стороны, доход является фактором расслоения общества, возникновения в нем неравенства, где общий объем доходов неравномерно распределяется по группам населения. Все эти факторы могут привести к социальному недовольству граждан.

Для того, чтобы охарактеризовать доходы населения Республики Беларусь, необходимо проанализировать их структуру и динамику отдельных показателей, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Денежные доходы населения в Республике Беларусь в 2020-2022 годах, млн руб.

Показатель	2020 год	2021 год	2022 год	Удельный вес, %		
				2020 г.	2021 г.	2022 г.
Всего денежных доходов в том числе:	90 189	101 382,9	113 741,4	100	100	100
оплата труда	58 506,9	66 134,3	73 285,5	64,9	65,2	64,4
доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход	6 849,4	7 907,6	9 297,4	7,6	7,8	8,2
трансферты населению	20 832,7	22 912,2	25 555,5	23,1	22,6	22,5
доходы от собственности и прочие доходы	2 437,5	4 428,8	5 603,0	4,4	4,4	4,9

Примечание – Источник: [1, с. 40].

На основании данных таблицы 1 можно сделать вывод о положительной динамике всех видов денежных доходов населения в денежном измерении. В рассматриваемом периоде увеличилась доля доходов от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход и доходов от собственности и прочих доходов, удельный вес которых вырос на 0,6 п.п. и 0,5 п.п. соответственно. Важно отметить, что, несмотря на рост оплаты труда в денежном измерении, произошло снижение доли этого показателя в общем объеме доходов на 0,8 п.п. в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Также в 2022 году снизился удельный вес трансфертов населению на 0,1 п.п. к уровню 2021 года. Рассмотрев динамику выплат трансфертов населению за период 2020-2022 годов, можно сделать вывод о том, что с ростом всех видов денежных доходов возрастает число занятых, но при этом увеличивается, либо незначительно сокращается число пособий по безработице, выплате пенсий и стипендий. Это может говорить о тенденции развития экономики страны и уменьшении налоговой нагрузки на малый бизнес.

Для оценки уровня неравенства применяются коэффициент фондов (квинтильный или коэффициент дифференциации доходов) и коэффициент Джини (коэффициент концентрации доходов), которые отражают различие среднего уровня доходов 20% населения с высокими и низкими доходами, а также степень концентрации доходов у различных групп населения [2, с. 14]. Динамика соответствующих показателей представлена в таблице 2.

Таблица 2. – Доли доходов 20% наиболее и наименее обеспеченного населения, коэффициент Джини и коэффициент фондов в 2020-2022 годах в Республике Беларусь

Год	Доля доходов 20% наиболее обеспеченно- го населения	Доля доходов 20% наименее обеспеченного населения	Коэффициент фондов (квинтильный), раз	Коэффициент Джини (коэффициент концентрации доходов)
2020	37,4	9,8	3,8	0,266
2021	38,6	9,5	4,1	0,276
2022	38,1	9,6	4,0	0,268

Примечание – Источник: [2, с. 126].

Данные таблицы 2 свидетельствуют о тенденции сокращения разрыва между самыми богатыми и самыми бедными слоями населения Республики Беларусь в рассматриваемом периоде, хотя это и происходит низкими темпами. На основании динамики коэффициента фондов и коэффициента Джини можно говорить о тенденции сдерживания и политики постепенного сокращения дифференциации, так как их чрезмерное различие вызывает не равные социальные возможности, формирует напряжение в обществе и уменьшает качество жизни людей. Критическими являются показате-

тели в размерах 10 раз (для коэффициента фондов) и 0,4 для индекса Джини, что для Республики не характерно на данном этапе не характерно.

Огромную роль по снижению различия доходов играет государство, которое принимает решения по снижению дифференциации заработных плат, сохраняет стабильность оплаты труда, эффективно регулирует рынок рабочей силы, поддерживает с помощью социальных выплат людей, не по своей воле утративших рабочие места, осуществляет программы по созданию новых рабочих мест, сокращает бедность населения, достигает паритета покупательной способности.

Спрогнозируем реальные располагаемые доходы с помощью полиномиальной линии тренда. Полученные результаты представим на рисунке.

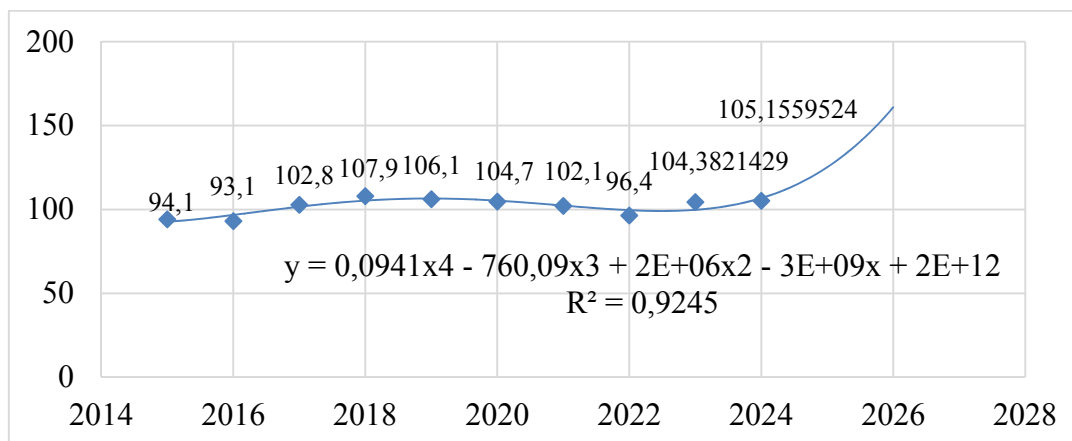


Рисунок – Прогноз реальных располагаемых доходов при помощи полиномиальной линии тренда
Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3, с. 42].

Представленные на рисунке результаты прогноза показывают, что полиномиальная линия тренда с вероятностью 92% пойдет вверх и по прогнозу на 2024 год достигнет уровня 105,16%. Параметр реальных располагаемых доходов является одним из ведущих индикаторов, который описывает экономическое поведение не только населения страны (покупательскую способность, благосостояние), но и эффективность проведения государственной политики в области регулирования доходов населения, в том числе, и в период санкций и геополитических изменений. Следовательно, реальные располагаемые доходы населения в Республике Беларусь вырастут с высокой долей вероятности.

Список использованных источников

1. Денежные доходы населения Республики Беларусь за 2020-2022г [Электронный ресурс] / Сайт Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 16.02.2024.
2. Доли доходов 20% наиболее и наименее обеспеченного населения, коэффициент Джини и коэффициент фондов в 2020-2022 годах в Республике Беларусь / Сайт Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Статистический ежегодник за 2023 год. // – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/0a7/lk1zigmat2zbcwvo3ljrfm1tow2f5zd2.pdf/> – Дата доступа: 22.02.2024.
3. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь за 2023 год [Электронный ресурс] / Сайт Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/747/h2d3js5a6ro9svs5xv2zi0fb8ov7o41i.pdf/> – Дата доступа: 11.03.2024.

ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ

Е.В. Варган, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Современные компании стремятся к увеличению производительности и эффективности бизнес-процессов, что требует постоянного повышения качества управления производством и реализацией продукции.

Для решения такого класса задач используется такая область прикладной математики, как линейное программирование. Линейное программирование — это математический численный метод для оптимизации моделей, в которых целевые функции и ограничения строго являются уравнениями линейной алгебры. Модель линейного программирования включает целевую функцию, ограничения в виде линейных уравнений или неравенств и требование неотрицательности переменных [2].

Линейное программирование позволяет оптимизировать производственные процессы во всех отраслях национальной экономики: при разработке производственной стратегии предприятия, при размещении заказов, планировании их выполнения в течение временных промежутков, при определении оптимального ассортимента выпускаемой продукции, выполнении задач планирования и управления, при определении грузопотоков, товарооборота и т. д. Особенно широко применяются методы линейного программирования при решении транспортных задач и задач экономии дефицитных ресурсов.

Линейное программирование работает только с линейными функциями, но именно они чаще всего используются для описания отдельных элементов и процессов бизнеса [1, с. 85].

Рассмотрим на практике применение линейного программирования. Для этого своей целью поставим оптимизацию производительности труда на предприятии.

Представим, что у нас есть три работника (P1, P2 и P3), каждый из которых отвечает за определённые виды работ. Предприятие выпускает на рынок два основных продукта А и Б.

Время работы над своей частью продукта у каждого сотрудника разное. Пусть условно работники тратят единицы своего времени так: при работе над продуктом А работнику P1 требуется 12 единиц, работнику P2 – 4 единицы, работнику P3 – 3 единицы, в то же время, при работе над продуктом Б работникам P1 и P2 требуется 4 единицы, а работнику P3 – 12 единиц.

Прибыльность у продуктов разная: для продукта А – 30 условных единиц, а для продукта Б – 40. Рабочее время работника P1 на заданный период – 300 единиц, работника P2 – 120, а P3 – 252 единицы.

Следует определить при каких условиях работы прибыль проекта будет максимально высокой. Для этого составляем систему уравнений:

$$\begin{cases} 12x_1 + 4x_2 \leq 300; \\ 4x_1 + 4x_2 \leq 120; \\ 3x_1 + 12x_2 \leq 252. \end{cases}$$

где x_1 – это количество продуктов типа А, а x_2 – количество продукта Б. Все переменные больше нуля.

Цель – найти максимум, который может принимать функция $F(x) = 30x_1 + 40x_2$.

Для решения задачи уравнения приводятся к равенствам, для этого в них вводятся дополнительные переменные (тоже неотрицательные).

$$\begin{cases} 12x_1 + 4x_2 + x_3 = 300; \\ 4x_1 + 4x_2 + x_4 = 120; \\ 3x_1 + 12x_2 + x_5 = 252. \end{cases}$$

Далее составляется симплекс-таблица (в соответствии с симплекс-методом это будет несколько итераций с разными ведущими строками).

Вводятся дополнительные переменные, которые обозначают излишки ресурсов, остающихся в производстве данного оптимального плана.

Система уравнений решается относительно базисных переменных: x_3, x_4, x_5 . Предполагается, что свободные переменные равны 0, поэтому первый опорный план будет иметь вид:

$$X_0 = (0, 0, 300, 120, 252)$$

Таблица 1. – Начальная симплекс таблица

Базисные переменные	Свободный член, b	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	Отношение $\frac{b_i}{a_{ik}}$
x_3	300	12	4	1	0	0	-
x_4	120	4	4	0	1	1	-
x_5	252	3	12	0	0	0	-
F	0	-30	-40	0	0	0	-

Примечание – составлено автором по источнику [3].

Исходя из таблицы 1, можно сказать, что текущий опорный план не оптимален, так как в индексной строке находятся отрицательные коэффициенты. Следовательно, с помощью симплекс метода доводим таблицу до такого состояния, пока все коэффициенты в индексной строке не будут положительными.

Итоговая таблица будет иметь вид:

Таблица 2. – Итоговая симплекс таблица

Базисные переменные	Свободный член, b	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	Отношение $\frac{b_i}{a_{ik}}$
x_3	84	0	0	1	-11/3	8/9	-
x_1	12	1	0	0	1/3	-1/9	-
x_2	18	0	1	0	-1/12	1/9	-
F	1080	0	0	0	20/3	10/9	-

Примечание – составлено автором по источнику [3].

Согласно таблице 2, оптимальный план можно записать так:

$$x_1 = 12, x_2 = 18$$

Целевая функция приобретает следующий вид:

$$F(X) = 30 \cdot 12 + 40 \cdot 18 = 1080$$

Проанализировав результаты, можно сделать вывод, что прибыль будет максимальной, если предприятие будет выпускать 12 продуктов типа А и 18 продуктов типа Б. Она составит 1080 условных единиц. При этом работники P1 и P2 будут загружены на 100%. Чтобы получить такие результаты предприятию потребуется нанять работника P3, который будет иметь резерв в 84 единицы времени.

В данном примере применение принципов линейного программирования позволило улучшить планирование производства, оптимизировать использование ресурсов и увеличить объемы продаж. В целом математическая модель позволяет найти оптимальные решения для различных сценариев и условий, что способствует повышению эффективности производственных процессов.

В заключении можно отметить, что применение принципов линейного программирования в организации позволяет выбирать из множества допустимых планов наиболее выгодный (оптималь-

ный). Дальнейшее исследование в этой области может способствовать развитию новых методов оптимизации бизнес-процессов и улучшению конкурентоспособности организации на рынке.

Список использованных источников

1. Гурбанбердиева А., Атаджанова Б.Э. Использование линейного программирования для решения задач распределения ресурсов //Всемирный ученый. – 2024. – Т. 1. – №. 18. – 82 - 87 с.

2. Линейное программирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyclowiki.org/wiki/> - Дата доступа: 04.04.2024.

3. Применение принципов линейного программирования для оптимизации бизнес-процессов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://projecto.pro/blog/theory/primenenie-princzipov-linejnogo-programmirovaniya-dlya-optimizaczii-biznes-proczessov//> - Дата доступа: 04.04.2024.

УДК 338.31

МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

А.В. Витко

Научный руководитель – И.М. Зборина, к.э.н, доцент

Полесский государственный университет

Для того, чтобы внедрить изменения в бизнес и сделать его эффективным, осуществить цифровую трансформацию, необходимо понимать, что нужно менять, т.е. разобраться в исходных данных. То, каким образом в бизнесе осуществляется менеджмент, имеет ключевое значение для его эффективности. Рассмотрим шесть основных моделей управления с точки зрения эффективности их использования.

Первая – административно-хозяйственная. Применяется для управления хозяйством, производством, делопроизводством собственниками бизнеса, руководителями заводов. Они **мыслят алгоритмами и правилами (инструкциями)**, спускаемыми в формате вертикального управления менеджмента сверху, так же, как и бюджет расходов.

Цель никого не волнует, бизнес – заказчиков нет, персонал выполняет работу только, когда скажут и только благодаря контролю. Ошибки часто скрываются, чтобы об этом не узнало начальство, из-за чего страдает эффективность.

Эта модель успешно справляется с простыми задачами, но не запутанными, которые часто встают перед современным бизнесом. Креативность и продуктовый подход отсутствуют.

Административно-хозяйственная система управления бизнесом встречается в различных мировых организациях, таких как:

1. Крупные корпорации: General Electric, Procter & Gamble, Toyota и другие.
2. Правительственные агентства: Министерство финансов, Министерство экономического развития и другие.
3. Международные организации: Всемирный банк, Международный валютный фонд (МВФ) и Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

Вторая модель – проектная. По ней, например, часто работают IT-менеджеры, которые **мыслят проектной документацией и финансовыми моделями**. В этой модели появляются четкие цели, начало и конец проекта, дедлайны, метрики, ролевая структура, автономное распределение и перераспределение ресурсов, согласование бюджета и бизнес – заказчики.

Проектный менеджмент работает втерфольно, каскадно *waterfall* – сначала проект долго готовится, а потом делается. Один из плюсов – отсутствие неожиданностей, всё идет по плану.[2]

Рассмотрим несколько примеров, где встречается данная модель управления:

1. Строительные компании: Bechtel, Turner Construction и Skanska.
2. Информационные технологии: IBM, Microsoft и Oracle.

Третья модель – бизнес-процессная. По ней часто работают цифровые трансформаторы с **процессным менталитетом**. В ней благодаря автоматизированному (не на бумаге) прописыванию бизнес – процессов и их оптимизации по цепочке ценностей value chain цели достигаются быстрее и дешевле.

Появляются проектные метрики – например, за 6 месяцев на 16% минимизировать расходы

Рассмотрим пример бизнес-процессной модели управления:

Пример мировых организаций, в которых применяется бизнес-процессная система управления бизнесом (BPM):

1. Amazon: Компания Amazon применяет BPM для управления своими сложными операционными процессами, начиная от управления заказами и логистики до обработки возвратов и обслуживания клиентов. Они стремятся к постоянному улучшению и оптимизации своих бизнес-процессов, чтобы обеспечить быструю доставку и высокое качество обслуживания своих клиентов.

2. Emirates Airlines: Emirates Airlines применяет BPM в авиационной отрасли для управления комплексными процессами, связанными с бронированием, обработкой пассажиров, багажом, управлением полетами и обслуживанием самолетов. Использование BPM позволяет им оптимизировать операции и обеспечить высокое качество обслуживания пассажиров.

3. Nestlé: Nestlé, один из крупнейших производителей пищевых продуктов, применяет BPM для управления своими производственными процессами, управления цепочкой поставок, качеством и безопасностью пищевых продуктов. Они стремятся к непрерывному улучшению своих процессов и инновациям во всей организации.

Четвертая модель – MBA- master business administrating (бизнес-администрирование).

Это уровень управления топ-менеджмента, **мыслящего верхнеуровневыми метриками, такими, как маржинальность, волатильность.**

Всё обучение MBA построено на кейсах, а не на алгоритмах (BCG). В этой модели нет алгоритмов, главное – выполнить стратегию. Задачи топ – менеджмента – это повышение управляемости, прозрачности и капитализации компании, запуск новых бизнес юнитов и команд.

Пятая модель – продуктовая Чтобы в ней работать, необходимо иметь **продуктовое мышление, свойственное хорошим продуктовым специалистам, продуктовым командам.**

Эта модель работает на основе фреймворка, предназначенного для быстрого производства и вывода на рынок продуктов, востребованных клиентами.

Внешний клиент впервые становится главным именно в этой модели, бизнес – заказчиком, всё делается для него и его CSI.

Клиент купит продукт – у компании будет прибыль. Здесь работает рыночная методология и продуктовая стратегия: «делаем то, что хочет клиент, доставляем ему ценность (value)». Это основа маржинальности компании. Главная метрика – P&L.[4]

Продуктовая система управления бизнесом (Product Lifecycle Management, PLM) применяется во многих мировых организациях. Рассмотрим некоторые из них:

1. Автомобильная промышленность: Крупные автомобильные компании, такие как Toyota, Volkswagen, General Motors и BMW, активно используют продуктовую систему управления для управления жизненным циклом своих автомобилей.

2. Аэрокосмическая промышленность: Компании в аэрокосмической отрасли, включая Boeing, Airbus и Lockheed Martin, применяют продуктовую систему управления для управления сложными жизненными циклами своих продуктов, таких как самолеты и космические аппараты. PLM позволяет им управлять проектированием, инжинирингом, производством и обслуживанием своих продуктов, а также обеспечивает совместную работу между различными отделами и поставщиками.

3. Производители электроники: Компании, занимающиеся производством электроники, такие как Samsung, Apple, Sony и Philips, используют продуктовую систему управления для управления жизненным циклом своих продуктов, включая смартфоны, телевизоры, компьютеры и другую электронику. PLM позволяет им управлять проектированием, разработкой, снабжением компонентами, производством и обслуживанием продуктов.

4. Производители бытовой техники: Компании, производящие бытовую технику, такие как Whirlpool, LG и Bosch, используют продуктовую систему управления для управления жизненным циклом своих продуктов, включая холодильники, стиральные машины, посудомоечные машины и другую бытовую технику. PLM помогает им координировать процессы проектирования, производства, тестирования и обслуживания своих продуктов.

Шестая модель – венчурная, инвестиционная. Это все новые цифровые бизнесы. Инвесторы вкладывают средства в изначально убыточные стартапы, в будущую капитализацию которых и получение прибыли они верят.[1]

Каждой модели свойственен свой тип мышления, понимая который, можно находить язык для общего понимания целей и задач компании, трансформации бизнеса и вывода его на новый уровень эффективности.

Рассмотрим несколько примеров, где встречается данная модель управления:

1. Andreessen Horowitz: Andreessen Horowitz (также известная как a16z) является одним из ведущих венчурных капиталов в США, специализирующимся на инвестициях в технологические стартапы. Они используют венчурную систему управления бизнесом для управления своим портфелем инвестиций, а также для принятия решений о новых инвестициях и мониторинге производительности портфеля.

2. Sequoia Capital: Sequoia Capital является одной из самых известных и успешных венчурных фирм в мире. Они инвестируют в технологические и инновационные компании на различных этапах развития. Венчурная система управления бизнесом помогает Sequoia Capital управлять своими инвестиционными процессами, включая отслеживание сделок, управление портфелем и анализ инвестиций.

Рассмотрев все модели, разобрав их особенности мы можем перейти к их сравнению.

Каждая из моделей по-своему хороша, и выделить наилучшую или наихудшую нельзя, так как тут надо опираться на то, какие цели преследует предприятие, и уже исходя из цели следует подбирать модель управления. Однако, можно выделить наиболее популярную модель управления, которая чаще всего используется на практике: бизнес-процессная модель выделяется как одна из наиболее популярных и удобных.

Почему бизнес-процессная модель является привлекательной:

1. Фокус на эффективности и качестве: Бизнес-процессная модель управления бизнесом направлена на оптимизацию бизнес-процессов и повышение их эффективности и качества.

2. Адаптация к изменениям: Бизнес-процессная модель гибкая и способна адаптироваться к изменениям внутри и вне организации.

3. Использование технологий: Бизнес-процессная модель тесно связана с применением информационных технологий и систем управления процессами (Business Process Management Systems). Это позволяет автоматизировать и улучшить исполнение процессов, отслеживать и анализировать их результаты, а также обеспечить более эффективное сотрудничество и коммуникацию между участниками процессов.

5. Ориентация на клиента: Бизнес-процессная модель управления бизнесом ставит клиента в центре внимания. Она помогает анализировать и понимать потребности клиентов, оптимизировать процессы обслуживания клиентов и доставки продуктов или услуг, а также повышать уровень удовлетворенности клиентов.

Список использованных источников

1. Бекетова О.Н. Бизнес-планирование. – М.: Т8, 2020. – 160 с.
2. Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морозкин. – М.: Инфра-М, 2019. – 352 с.
3. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. – М.: Юрайт, 2020. – 436 с.
4. Купцова Е. В., Степанов А. А. Бизнес-планирование. – М.: Юрайт, 2024. – 436 с.
5. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. – М.: Юрайт, 2023. – 273 с.

УДК 330.3

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КЕЙСОВ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

М.В. Владычик, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Бизнес-планирование представляет собой эффективный инструмент управления, который используется во всех сферах деятельности и предоставляет возможность для выявления актуальных проектных решений как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективах. Это понятное и до-

ступное описание развития организации, включающее основные механизмы его стратегии на рынке.

Хорошо составленный бизнес-план необходим для убеждения инвесторов в привлекательности организации, в надёжности и финансовой окупаемости инвестиционного проекта. Естественно, лишь наличие грамотного бизнес-плана не выступает в качестве гарантии достижения поставленных целей, для эффективного воплощения идеи от предпринимателя требуется умелое искусное управление проектом.

Многие истории успеха начинались с инновационной бизнес-модели, а не с превосходного продукта:

- Skype – мощнейший телекоммуникационный провайдер в мире, хотя и не имеет собственной сетевой инфраструктуры;
- Netflix – вдохнула новую жизнь в видеопрокат без существования физических магазинов;
- Starbucks – известная в наше время сеть кофеен, продающая обычный кофе по премиум ценам.

В современном мире судьба компании зависит от умения применить правильную инновационную модель для эффективной монетизации технологии и выделиться среди потенциальных конкурентов [1, с-354]. Учёные из бизнес-школы университета Санкт-Галлена, которая входит в Топ-10 ведущих бизнес-школ Европы по версии Financial Times, провели анализ прорывных бизнес-моделей. Было выявлено, что за последние 100 лет 90% инновационных и революционных бизнес-моделей, есть результат творческого воспроизведения, рекомбинации и синтеза 55 базовых паттернов [2].

Основными принципами современного бизнес-моделирования являются:

1. Игнорировать статус-кво (доминирующую отраслевую логику);
2. Перестать оглядываться на конкурентов;
3. Бросить вызов ортодоксальности;
4. Генерировать как можно больше идей;
5. Разрешить ошибаться.

Цель любой бизнес-модели – это сломать доминирующую отраслевую логику таким способом, чтобы клиент получил больше ценности, а компания, в свою очередь, конкурентное преимущество и прибыль.

При использовании определённых шаблонных методов, с каждым годом компании всё с большей скоростью развивались и совершенствовались. Интересную концепцию выдвинул Крис Андерсон в Wired Magazine. Основной принцип – это продажи многого понемногу. Он отвергает закон Парето 80/20, при котором 20% товаров «бестселлеров» приносят 80% прибыли. Компании, которые используют этот паттерн могут получать до 60% прибыли от продажи с низким спросом. Основная доля прибыли приходится не на продукты-блокбастеры, а на «длинный хвост» нишевых продуктов, которые не требуют больших объёмов и не обеспечивают большой маржи. При предоставлении разнообразия таких продуктов в большом количестве, совокупная выручка от метких продаж выливается в большие суммы. Такие бизнес-модели требуют небольших издержек на складские помещения и эффективной платформы для быстрой доставки продукции покупателям.

Интернет-магазин Amazon, основанный в 1994 г. можно по праву считать основоположником шаблона «Длинный хвост». 40% прибыли поступает от продаж книг, которые не найти в продаже традиционных книжных магазинах. Для Amazon этот «длинный хвост» нишевых продуктов не только ценный источник дохода, но и важный способ выделиться на фоне обычной книготорговли [2].

Можно сделать вывод о том, что при высокой конкуренции и при возможности удержания своих издержек на поддержание массовости и дистрибуцию товаров ниже конкурентов, шаблон «Длинный хвост» откроет перед компанией прекрасные перспективы.

Примером успешных кейсов в бизнес-планировании также можно выделить компанию Pfizer, которая создала бизнес-план для разработки вакцины от COVID-19, что помогло им стать одним из ведущих производителей в сфере здравоохранения. Рассматривая отрасль технологий, выдающейся и знаменитой на весь мир стала компания Apple, разработавшая стратегию выпуска своих продуктов таким образом, что это кардинально изменило рынок мобильных устройств и привело к огромному коммерческому успеху.

Все трансформации бизнеса отличаются друг от друга, но не являются уникальными – и это позволяет извлекать уроки из опыта других компаний. Сравнение результатов деятельности различных организаций позволяет выделять важные аспекты, влияющие на успешность проекта. Не бывает плохих результатов, бывают только результаты, которые не устраивают вас в данный момент времени. Поэтому важным фактором является изучение неуспешных кейсов.

В сфере розничной торговли компания Toys«R»Us не смогла адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям конкуренции онлайн-торговли, что привело к объявлению банкротства и закрытию многих магазинов. С подобной ситуацией столкнулась организация под названием «Thomas Cook», которая не смогла подстроиться под туристические тренды, и это привело к банкротству и закрытию одного из старейших туроператоров в мире.

Большинство трансформаций состоят по меньшей мере из двух чётко выраженных этапов: создания новой возможности и её внедрения. Над созданием новой возможности можно работать отдельно от текущей деловой деятельности, однако на этапе развёртывания приходится конкурировать с другими операционными приоритетами, что может существенно задержать использование этой возможности в работе или даже препятствовать этому.

В неудачных кейсах цели и экономические обоснования были весьма размыты, основаны на, так называемом, «видении преимуществ» вместо обоснованной системы и стратегии их реализации [3, с-146]. Зачастую преимущества для бизнеса переоценивают, а риски и проблемы, связанные с внесением изменений, недооценивают. Чтобы повысить вероятность реализации намеченных преимуществ, необходимо по возможности планировать трансформацию как процесс из множества коротких этапов, у каждого из которых – свой результат. Тогда даже в меняющихся условиях снижается уязвимость компаний, упрощается внесение изменений в ход трансформации, сохраняя её согласованность с общей стратегией.

Критически важным условием успеха является осознание и решение проблем заинтересованных лиц и наличие стратегии, позволяющей устранять и решать их на ранних этапах. Чем больше времени отводится на трансформацию, тем больше мнений заинтересованных лиц можно и нужно учитывать при выборе методики трансформации. Используемые методики должны обеспечивать возможность непосредственного участия основных заинтересованных лиц. Не следует полагаться на интерпретацию их потребностей сторонними экспертами. Участие заинтересованных лиц – важнейший фактор успеха практически во всех трансформациях.

Таким образом, бизнес-планирование является необходимым элементом для успешного запуска и развития бизнеса. Это помогает понять рынок и конкурентов, определить уникальную продающую пропозицию бизнеса, разработать стратегию маркетинга, управления и финансового планирования, а также установить конкретные цели и планы действий для их достижения.

Список использованных источников

1. Мухитдинова, Т. А. Особенности бизнес-планирования / Т. А. Мухитдинова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 24 (262). – С. 353-356. – URL: <https://moluch.ru/archive/262/60624/> (дата обращения: 05.04.2024).
2. Гассман О., Франкенберг К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов // Изд. Альпина – 2017. – С. 432.
3. Чудайкина Т.Н., Давыдкина О.П., Желиховский Д.О. Бизнес-план как неотъемлемый элемент стратегического планирования // Московский экономический журнал. 2023. № 3. С. 140-148.

УДК 005(06)

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

С.Ю. Внучко, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Актуальность изучения эффективных бизнес-моделей управления персоналом обуславливается изменениями в экономической, социальной и технологической сферах, которые требуют от ком-

паний адаптации подходов к управлению для повышения производительности, улучшения качества товаров и услуг и создания благоприятной рабочей среды.

Эффективное управление позволяет максимально использовать потенциал каждого сотрудника, повышать их мотивацию и лояльность, а также улучшать общую производительность и достигать стратегических целей организации.

Управление персоналом – это практическая деятельность, которая направлена на обеспечение предприятия квалифицированным персоналом, способным качественно выполнять возложенные на него трудовые функции, и на наиболее оптимальное его использование [1].

Что касается системы управления персоналом, Е.В. Маслов определяет её целенаправленное воздействие на человека, являющегося носителем трудоспособности, с целью получения максимального результата от его деятельности, гуманизируя меры технического прогресса, проводимые на предприятии.

Марр Р. и Флиастер А. определяют исследуемую систему как область деятельности, наиболее важными элементами, которой являются: определение потребности в персонале; организация деятельности рабочего персонала; привлечение новых перспективных сотрудников; релиз; разработка; контроль персонала; структурирование работы; политика вознаграждения, социальных услуг и участия в прибылях; управление затратами на персонал и др. [2]

Бизнес-модель управления персоналом – это система принципов, методов и инструментов, используемых организацией для управления своими сотрудниками.

Она включает в себя такие аспекты, как планирование, найм, обучение, мотивация, оценка и развитие персонала, а также управление конфликтами и обеспечение благополучия сотрудников.

Цель разработки бизнес-модели управления персоналом на предприятии – обеспечить эффективное использование человеческих ресурсов для достижения стратегических целей организации.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки отдельных бизнес-моделей управления персоналом

Модель	Характеристика	Преимущества
Модель бизнес-партнера HR	Модель, работающая с точки зрения централизованных общих услуг и решений с консультационными функциями или функциями делового партнера. HR отчитывается как перед бизнесом, так и перед централизованной корпоративной функцией HR.	1. HR позиционируется как стратегический партнер и работает в рамках бизнес-структуры. 2. Обеспечивается тесная связь с бизнесом. Также имеется возможность повысить экономическую эффективность за счет использования общих технологий.
Функциональная операционная модель управления	Функции и опыт объединены в отделы, все подчиненные централизованному руководителю отдела кадров. Технология и стратегия управления централизованно, а принятие решений в основном осуществляется сверху.	1. Структура создает четкую направленность и линии ответственности в каждой функции и между отделами. 2. Структура позволяет быстро накапливать специализированные знания. 3. Структура эффективна и достаточно экономична.
Модель доставки фронт-бэк	Модель фронт-бэка работает из общей функции бэк-офиса, которую фронт-офис может использовать при необходимости и в соответствии с конкретными бизнес-требованиями. В рамках каждого направления бизнеса будет разрабатываться более локализованная стратегия.	1. Больше гибкости с точки зрения решений, что позволяет HR легче адаптироваться к требованиям различных отделов 2. Модель позволяет быстрее принимать решения, а больше ответственности выдвигается на передний план модели, который ближе к бизнесу.
Ступица и спица	Модель действует как централизованная функция, которая обеспечивает согласованность, стратегию и общие технологии/услуги. Различные спицы отвечают за локализацию решений на основе заданных критериев.	1. Обеспечивает масштабируемость при изменении бизнеса и необходимости адаптации 2. Обеспечивает более быстрый цикл обучения и возможность повторного использования решений, продуктов и услуг.
Федеративная модель	Модель работает как независимые направления HR-бизнеса, связанные либо с регионом, либо с бизнес-подразделением. Технологии обычно используются совместно для повышения экономической эффективности за счет масштабирования.	1. Модель поощряет подотчетность и ответственность, а управление персоналом рассматривается как бизнес-функция в каждой федерации. 2. Модель гибкая и адаптируется к региональным требованиям. 3. Модель использует масштабирование за счет общих технологий и распределяет определенные расходы между федерациями для экономии средств.

Примечание – собственная разработка

Современная практика управления персоналом выделяет три наиболее эффективных модели. Каждая из них имеет свои особенности и может быть адаптирована для различных организаций.

Анализ моделей представлен ниже (табл. 1).

Каждая из этих моделей управления персоналом доказала свою состоятельность и приносит успешные результаты для компаний, которые их применяют.

В условиях современной, быстро изменяющейся экономики, важно рассмотреть трудности при использовании перечисленных моделей и возможность их адаптации под нужды конкретных предприятий в будущем (табл. 2).

Таблица 2. – Проблемы, возникающие при использовании бизнес-моделей управления персоналом и их решения

Модель	Недостатки	Решения
Модель бизнес-партнера HR	1. Может привести к замедлению выполнения, если согласование между тремя столпами не обеспечивается должным образом. 2. Деловые партнеры HR часто не видят себя частью HR. Это может привести к культуре «нас» и «их» в HR.	Внедрение системы управления проектами, для распределения обязанностей и контроля сроков. Создание системы оценки KPI. Свяжет HR-активность с бизнес-целями и покажет влияние HR на результат.
Функциональная операционная модель	1. Модель может создавать разрозненность и одномерное мышление 2. Модель может испытывать трудности со связью между функциональными отделами и может стать слишком внутренней. 3. Модель менее адаптивна к потребностям бизнеса и с трудом справляется с растущими уровнями сложности.	Внедрение кросс-функциональных команд. Это объединит специалистов разных отделов для решения общих задач. Создание системы межфункционального обучения расширит знания сотрудников о разных аспектах бизнеса.
Модель доставки фронт-бэк	1. Модель склонна к дублированию услуг и технологий и требует постоянного согласования 2. Управление моделью может занять много времени и требует большого объема управления и руководства для обеспечения согласованности между фронт- и бэк-офисом.	Использование облачных HR-технологий снизит расходы на управление и повысит доступность данных. Делегирование полномочий фронт-офису увеличит автономность и скорость принятия решений.
Ступица и спица	1. Принятие решений может быть трудным, особенно когда речь идет об определении прав собственности между ступицами и спицами. 2. Модель требует постоянного согласования и подотчетности	Создание системы обратной связи обеспечит канал для согласования действий
Федеративная модель	1. Инициативы, которые необходимо реализовать в федерациях, занимают очень много времени. 2. Без жесткого регулирования модель приведет к конфликтам, дублированию и со временем может стать дорогостоящей. 3. Модель требует надзора со стороны руководства для правильной расстановки приоритетов.	Есть необходимость четкого разделения обязанностей между федерациями для минимизации дублирования. Создание централизованного органа для управления федерациями и разрешения конфликтов.

Примечание – собственная разработка

Таким образом, эффективность каждой из этих моделей управления персоналом определяется сочетанием различных подходов к организации труда, мотивации сотрудников и развитию культуры организации. Эффективность работы системы управления персоналом играет ключевую роль в успешной экономической деятельности предприятия. Эффективная модель управления персоналом помогает HR-специалистам реализовывать кадровую стратегию и извлекать максимальную пользу для бизнеса. Но выбор наиболее результативной модели зависит от особенностей организации.

Список использованных источников

1. Управление персоналом, [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.audit-it.ru/terms/trud/upravlenie_personalom.html – Дата доступа 03.04.2024
2. Гапонова О.С. Система мотивации персонала как инструмент внутрифирменного планирования в инновационных компаниях ранних фаз развития // Вестник Пермского университета, серия «Экономика», Вып. 1(24), 2015 – С. 127.

УДК 378.147:331.5

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ТРУДА И СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

В.В. Воронцова, 4 курс

Научный руководитель – **А.А. Бажина**, к.э.н.

Белорусский государственный экономический университет

В современном мире исключительное значение приобретают знания. Они становятся основой человеческого капитала и двигателем научного прогресса. Формирование такого понятия, как экономика знаний, несет с собой глубокие преобразования в структуре многих рынков, влияя на их динамику и взаимосвязь. Данные изменения вынуждают общество переосмыслить подходы к системе образования и трудовым отношениям [1].

Экономика знаний требует специалистов с инновационным мышлением, способных к новаторству. В современных условиях работник должен не только быть компетентен в своей профессии и обладать свойственными ей навыками, но и иметь гибкое мышление, постоянно развиваться. Неотъемлемым требованием к сегодняшнему сотруднику стала компьютерная и цифровая грамотность. А специалисты в сфере ИКТ на данный момент являются наиболее востребованными. Происходит возрастание дифференциации уровня заработной платы и увеличение разрыва в оплате труда высококвалифицированных специалистов и низкоквалифицированных работников.

Такие изменения в требованиях к современным кадрам напрямую затрагивают сферу образования.

В условиях становления экономики знаний возрастает популярность концепции непрерывного образования или «образования в течение всей жизни» (lifelong learning) [2, с. 26]. Развивается практико-ориентированное образование, к обучению выдвигается требование быть более индивидуализированным.

Помимо развития профессиональных компетенций (hard skills), большое внимание уделяется развитию soft skills, таких как предприимчивость и активная жизненная позиция, ответственное отношение к работе и результатам своего труда, самостоятельность, умение работать в команде, настойчивость и стремление к созданию чего-то нового. Все большее применение приобретает метод «problem-based learning» в обучении, который способствует развитию творчества и критического мышления, нестандартного взгляда на ситуацию.

Также на фоне быстрого развития сферы ИКТ возрастает доля дистанционного образования.

Переход к экономике знаний привел к существенным изменениям на рынке труда, требующим подстройки со стороны работников, компаний и образовательных институтов:

1. Требования к навыкам: экономика знаний создает спрос на новые навыки. Вместе с базовыми навыками умения общаться, решать проблемы и работать в команде, возрастает необходимость в цифровой грамотности, аналитических способностях и способности быстро обучаться новым технологиям.

2. Гибкие формы занятости: Экономика знаний поддерживает гибкие формы занятости, такие как фриланс, контрактная работа и удаленная работа, что способствует инновациям и мобильности рабочей силы.

3. Рост спроса на креативность и инновации: Экономика знаний ценит креативность и инновации. Компании и работники, способные предлагать новые идеи и находить инновационные решения, оказываются востребованными.

4. Непрерывное обучение и переквалификация: Постоянное обучение становится необходимостью для обновления навыков и соответствия быстро меняющимся требованиям рынка труда.

5. Уклонение от рутинной работы: Многие рутинные задачи могут быть автоматизированы, поэтому экономика знаний стимулирует спрос на работы, требующие творчества, решения нетипичных задач и межличностного взаимодействия.

6. Рост секторов высоких технологий и инноваций: Рынок труда активно развивается в секторах, связанных с высокими технологиями, исследованиями и разработками, что создает новые возможности для специалистов в этих областях.

Адаптация к экономике знаний требует от работников готовности к постоянному обучению и адаптации, от компаний - гибкости в обучении своих кадров и развитии инноваций, а от образовательных учреждений - пересмотра программ обучения с акцентом на развитие навыков, востребованных в современном рынке труда.

Концепция экономики знаний приносит дифференциацию в существующие профессии и внедряет новые области работы, отражая изменения в требуемых навыках и технологическом развитии. Вот несколько примеров:

1. Специалист по анализу данных: Рост объемов данных создает спрос на профессионалов, способных эффективно анализировать информацию и извлекать из нее ценные выводы для бизнеса.

2. Инженер по Интернету вещей (IoT): Развитие IoT требует специалистов, которые могут разрабатывать и управлять сетями устройств, обменивающихся данными в реальном времени.

3. Специалист по кибербезопасности: Угрозы в сфере информационной безопасности способствуют появлению специалистов, защищающих данные и системы от кибератак.

4. Специалист по блокчейн-технологиям: Введение блокчейна в различные сферы требует экспертов, понимающих принципы работы этой технологии и ее потенциал в сфере финансов, здравоохранения и других областях.

5. Специалист по виртуальной и дополненной реальности: Рост интереса к VR и AR открывает новые возможности для развлечений, обучения и бизнеса, требуя профессионалов, способных разрабатывать контент и приложения в этих областях.

6. Специалист по устойчивости и эко-дизайну: Возрастающее внимание к устойчивости и экологическим проблемам приводит к появлению специалистов, разрабатывающих экологически устойчивые решения и продукты.

Эти новые профессии отражают рост не только в технологиях, но и в общественных требованиях к устойчивости, безопасности и инновациям, открывая новые направления для развития карьеры и профессионального роста.

Таким образом, трансформация рынка труда и системы образования в условиях формирования экономики знаний представляет собой сложный и многогранный процесс. Исходя из изменений в современном мире, которые происходят посредством развития технологий, процесс адаптации образовательных институтов и рынка труда к быстроменяющимся требованиям общества неизбежен.

Процесс адаптации требует внимания к новым профессиональным навыкам, акцентирование внимания на творческом мышлении и развитии цифровых компетенций. Образовательные программы должны быть гибкими и динамичными, способными быстро реагировать на потребности рынка труда.

Список использованных источников

1. Экономика знаний и новая парадигма развития человеческого капитала [Электронный ресурс]: St. Petersburg International Economic Forum. – 2024. – Режим доступа: <https://forumspb.com/news/news/ekonomika-znaniy-i-novaja-paradigma-razvitija-chelovecheskogo-kapitala/>. – Дата доступа: 17.03.2024.

2. Бажина А.А. Рынок труда и перспективы его развития / А.А. Бажина // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2021. – № 5 (148) – С.26-33.

УДК 330.3

КРАУДСОРСИНГ КАК НОВЫЙ ДРАЙВЕР ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Е.Ф. Выберанец, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.В. Игнатенко**

Полесский государственный университет

Актуальность использования краудсорсинга в экономике обусловлена усложнением систем, ускорением трансформаций в экономике и информационных технологиях.

Развитие информационных технологий вызвало трансформацию не только в социальной сфере, но и в экономике. Это послужило толчком для возникновения новых возможностей и направлений развития деятельности.

Термин «краудсорсинг» ввел Дж. Хау, журналист издания «Wired», он описывает феномен приобретения людьми навыков посредством сети Интернет и работу сайта Open Source Footwear. Краудсорсинг (произошло слово от английского слова crowdsourcing), где crowd — толпа, а sourcing — использование ресурсов [1, с.1].

Краудсорсинг представляет собой объединение широкого круга лиц, с определёнными творческими способностями, знаниями, опытом, с целью реализации задач, с применением информационных технологий.

Выделяют следующие виды краудсорсинга:

1. Краудфандинг. Представляет собой сбор средств на реализацию проекта.
2. Краудинвестинг. Представляет собой привлечение финансов в малый бизнес и стартапы.
3. Краудкриэйшн. Представляет собой объединение лиц для создания идеи или продукта.
4. Краудвоутинг. Представляет собой публичное голосование.
5. Краудвизд. Представляет собой использование знаний и опыта экспертов.
6. Краудеркрутинг. Представляет собой поиск персонала.
7. Краудгестинг. Представляет собой тестирование программного обеспечения сторонними пользователями.

Цифровая трансформация экономики понимается как смена экономического уклада, социальных отношений, государственного управления, и связана с проникновением в них цифровых технологий.

Вследствие внедрения цифровой экономики, произошли значительные изменения, увеличившие масштабы объёма информации, что вызвало необходимость в увеличении количества квалифицированных специалистов, обладающих навыками работы с технологиями, информацией, способных анализировать и контролировать большие потоки информации.

В деятельности краудсорсинга важную роль играют потребители. Проявляется интерес к желаниям и потребностям населения, производится анализ предложений, что позволяет быстрее определить перспективные направления развития деятельности.

Примерами использования краудсорсинга являются такие знаменитые компании, как:

1. Duolingo – приложение для изучения иностранных языков. Использовало краудсорсинг для перевода веб-страниц, статей и других документов.
2. Wikipedia – многоязычная интернет-энциклопедия. Использует краудсорсинг для создания или исправления статей.
3. Amazon Mechanical Turk – платформа, на которой публикуются различные краудсорсинговые задачи, которые может выполнить любой и получить за это вознаграждение.
4. LEGO Design by ME – сайт, на котором фанаты продукции Lego могут оставлять свои пожелания и идеи для новых коллекций.
5. Facebook – социальная сеть. Использует краудсорсинг для создания различных языковых версий.

В деятельности этих организаций краудсорсинг оказывает положительный эффект. Он позволяет обрабатывать большие данные, быстро распространять информацию, решать задачи различной сложности, определять на какие товары будет спрос, позволяет переводить сайты на различные языки, чтобы упростить использование и другое.

Краудсорсинг позволяет организациям расширить свои возможности и улучшить их положение.

В Республике Беларусь первым, в использовании краудсорсинга, стал Интернет-ресурс MaeSens.by. Он представлял собой благотворительный аукцион встреч. В 2013 г. запустил конкурс социальных проектов Social Weekend. И уже к 2015г. на свои проекты MaeSens.by собрал 1,99 млрд. руб. Он финансировал творческие и социальные проекты. Но был закрыт в 2018 году в связи с утратой интереса к проекту.

В 2013г. возник краудсорсинг Talaka.by. В 2015 г. начал использовать механизма краудфандинг – «сервис народного финансирования» «Талакошт». В 2015г. проект собрал 397 млн. руб. Занимался сбором на социально значимые проекты. Закрылся в 2019г.

Самым молодым проектом среди них, возникшим в 2015г. был Ulej.by. Является партнёром Белгазпромбанка. И в 2015г. собрал 700 млн. руб. Занимался благотворительностью, инвестированием идей и коллективным кредитованием. Закрылся в 2020г.

Несмотря на неудачный исход данных проектов, можно заметить, что их появление вызвало интерес у людей.

Причинами закрытия краудсорсингов могла стать недостаточная осведомлённость населения об этих ресурсах и ограниченность доступа для инвесторов.

Белгазпромбанк разработал специализированную краудсорсинговую платформу artbelarus.by, посвящённую истории белорусского искусства. Ресурс создан в рамках инициированного банком в 2011 году Национального историко-культурологического проекта «Арт-Беларусь», целью которого является воссоздать процесс развития культуры Беларуси во всей его полноте и непрерывности.

В основу ресурса artbelarus.by положен каталог известной выставки «Десять веков искусства Беларуси», организованной Белгазпромбанком и Национальным художественным музеем в марте-июле 2014 года. Из 500 экспонатов выставки на сайте «Арт-Беларусь» была сформирована обширная интернет-галерея, отражающая основные периоды развития белорусского искусства – со времён Византии и до эпохи постмодернизма.

Дальнейшее наполнение ресурса было решено доверить представителям глобального интернет-сообщества. К участию в проекте приглашались все, кто неравнодушен к творчеству белорусских мастеров, а также сами авторы со своими произведениями. Любой пользователь, зарегистрировавшись, получал возможность добавления на сайт персоналий художников и фотографий новых экспонатов. Вся добавленная пользователями информация проходила через премодерацию, редакторскую функцию осуществлял специально созданный при Белгазпромбанке экспертный совет, куда входили представители ведущих художественных институций республики [2].

Данный ресурс функционирует до сих пор. В галерее «Арт-Беларусь» проходят различные выставки работ известных художников, а также выставки-продажи работ белорусских художников.

В данный период времени мы имеем опыт других проектов, использующих краудсорсинг, что позволяет создать перспективный проект, который позволит уменьшить издержки, ускорить выполнение задач, улучшить качество товара или услуги, как в частной, так и в государственной организации.

Использование краудсорсинга предоставляет возможность получать и использовать исключительные знания, позволяющие улучшить состояние, как отдельной организации, так и экономики страны в целом. Также это способствует объединению лиц, имеющих свои идеи и стратегии, которые позволят достичь наилучших результатов, за счёт использования взаимосвязанных интересов, знаний и опыта, заинтересованных в развитии отдельных государственных социально-экономических проектов.

Краудсорсинг позволяет использовать знания и опыт лиц, без определения национальной принадлежности или профессиональной квалификации.

Внедрение инноваций, полученных в следствии краудсорсинга, также может способствовать благоприятному развитию экономики, предоставляя новые возможности и векторы развития.

Список использованных источников

1. Чорнобай, В. А. Краудсорсинг как явление цифровой экономики / В. А. Чорнобай. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 46 (336). – С. 130-131.
2. Запущена первая краудсорсинговая площадка по искусству Беларуси [электронный ресурс]. Режим доступа: https://belgazprombank.by/about/press_centр/novosti_bankа/2015/artbelarusby-cs/. Дата посещения: 08.04.2024.

М.Д. Гайдук, 3 курс

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

Полесский государственный университет

В условиях беспрецедентного санкционного давления со стороны западных стран в отношении Республики Беларусь, нахождение новых рынков сбыта и стратегических партнеров является важным вопросом, который стоит перед экспортоориентированной экономикой страны. В настоящее время, помимо развития интеграции в рамках Союзного государства и ЕАЭС, перспективным направлением для Республики Беларусь является развитие торгово-экономических отношений в составе БРИКС.

БРИКС – это межгосударственное неформальное объединение стран с динамично развивающейся экономикой – Федеративная Республика Бразилия, Российская Федерация, Республика Индия, Китайская Народная Республика и Южно-Африканская Республика, на долю которых приходится 31,5% мирового ВВП и более 40% глобального населения.

Согласно решению XV саммита, БРИКС в настоящее время включает 10 государств. В качестве новых полноправных членов присоединились Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия, Египет, Иран и Эфиопия. В результате данного решения, показатели Объединения выросли до 37% мирового ВВП по паритету покупательной способности и 46% населения Земли. Данные цифры свидетельствуют о растущем авторитете БРИКС и его роли в мировых делах [1].

Главная цель БРИКС – повышение внешнеполитической координации стран-участниц, совместный поиск эффективных ответов на вызовы и угрозы международной и региональной безопасности и стабильности, что так важно в настоящее время. Обеспечение продовольственной и энергетической безопасности, повышение роли БРИКС в международной валютно-финансовой системе, развитие межбанковской кооперации и расширение использования национальных валют во взаимной торговле происходит за счет реализации Стратегии экономического партнерства БРИКС до 2025 г.

В числе приоритетов – дальнейшее продвижение взаимодействия в сфере науки, высоких технологий, здравоохранения, экологии, а также в области культуры, спорта, молодежных обменов и по линии гражданского сообщества [2].

Беларусь, являясь мировым лидером по экспорту IT-услуг на душу населения (32 место по развитию ИКТ среди 176 стран), значимым на мировом рынке производителем продукции машиностроения, карьерной, сельскохозяйственной техники, химической и нефтехимической продукции (объем промышленного производства в 2023 году составил в сопоставимых ценах 107,7% к уровню 2022 года или 187,3 млрд рублей) и продовольствия (объем производства агропромышленного комплекса в 2023 году составил 101,1% к уровню 2022 года или 33,1 млрд рублей), может внести значительный вклад в совместную работу в качестве члена БРИКС и увеличить свое влияние на международной арене.

На современном этапе Республика Беларусь развивает торгово-экономические отношения со всеми странами БРИКС. В свою очередь, Российская Федерация и Китайская Народная Республика являются главными стратегическими партнерами. По словам заместителя премьер-министра Петра Пархомчика, за 11 месяцев 2023 года экспорт в Россию достиг рубежа в 23 млрд долл. США, по итогам 2023 года можно говорить, что данный рубеж перешел 25 млрд долл. США. Двусторонний товарооборот с Китаем достиг 8,443 млрд долларов США, в годовом исчислении увеличение составляет 67,3% – новый рекордный уровень [3]. Вступление в БРИКС будет способствовать наращиванию объема внешней торговли за счет получения доступа к новым рынкам стран-участниц союза и ее диверсификации.

Важным пунктом делового сотрудничества стран БРИКС является инвестиционная деятельность. Белорусская экономика в 2023 года продолжала активно привлекать иностранный капитал – рост объема иностранных инвестиций составляет 110,6% к уровню 2022 года, прямых иностранных инвестиций на чистой основе – 107,3% к уровню 2022 года. Среди стран-инвесторов в Рес-

публику Беларусь по ПИИ на чистой основе лидируют Российская Федерация и Объединенные Арабские Эмираты, которые входят в состав БРИКС [4].

Для обеспечения финансовой стабильности была разработана концепция Нового банка развития, которая предлагает равноправное партнерство, без учета индекса экономического развития. Данная концепция позволит Республике Беларусь нарастить приток иностранных инвестиций и получить доступ к новым рынкам капитала.

Преодоление цифрового разрыва между странами-участницами является одной из приоритетных целей БРИКС, что создает предпосылки для изменения инструментов и процессов взаимоотношений между субъектами торгово-экономической и иной деятельности. Для Республики Беларусь это создаст возможность для смягчения последствий санкций в части обмена информацией и получения новых технологий.

Беларусь генерирует и поддерживает инициативы, нацеленные на построение более справедливого и безопасного мира в глобальном и региональном измерениях, последовательно выступает за многообразие путей развития. Данная позиция будет содействовать достижению Целей устойчивого развития и синхронизации повестки БРИКС с Повесткой дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, что позволит продолжать развивать взаимовыгодное экономическое сотрудничество и способствовать укреплению роли объединения на мировой арене.

Таким образом, государства БРИКС являются не только крупнейшими центрами экономического роста и политического влияния, но и обладают значительным интеграционным потенциалом в своих регионах. Для Республики Беларусь развитие в рамках страны-участницы БРИКС принесет определенные преимущества и значительный вклад в совместную работу.

Список использованных источников

1. Как вырастет вес БРИКС в мировой экономике после расширения [Электронный ресурс] / RBC. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/25/08/2023/64e76eff9a794732ef6cee82>. – Дата доступа: 29.03.2024.

2. Обращение Президента Российской Федерации В.В. Путина в связи с началом председательства России в БРИКС [Электронный ресурс] / BRICS2024. – Режим доступа: <https://brics-russia2024.ru/>. – Дата доступа: 29.03.2024.

3. Под конец 2023 года экономика сократила экспорт и импорт [Электронный ресурс] / Экономическая газета. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/pod-konets-2023-goda-ekonomika-sokratila-eksport-i-import/>. – Дата доступа: 03.04.2024.

4. Результаты инвестиционной деятельности [Электронный ресурс] / Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/pezultat-ru/>. – Дата доступа: 03.04.2024.

УДК 314.74

МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Е.Е. Гаращук, 2 курс

Научный руководитель – **Т.В. Зглюй**

Полесский государственный университет

Термин ”миграция“ первоначально заимствован из французского языка, где в XIX в. применялся в значении перемещения птиц, рыб и животных из одной местности в другую. В XX в. он стал употребляться в экономическом аспекте и означать перемещение людей внутри страны и за её пределы [1, с. 153].

Одним из видов современной миграции является трудовая миграция, которая подразумевает территориальное перемещение лиц трудоспособного возраста, связанное со сменой места жительства с целью трудоустройства на определенный срок [1, с. 155].

На современном этапе выделяют различные виды трудовой миграции, однако наиболее опасной для любой страны является интеллектуальная миграция. Под ней понимается миграция образованных или профессиональных кадров из одной страны (области) в другую. Данное определение предполагает самое общее понимание таких процессов как: ”утечка умов“ и ”приток умов“.

Республика Беларусь, как и многие другие страны, стремясь к новым рыночным отношениям, сегодня тоже столкнулась с рядом серьезных проблем, одной из которых является ”утечка умов“. Наглядно изменение объемов интеллектуальной миграции в разрезе ”утечки умов“ и ”притока умов“ за период с 2013-2022 гг. представлено на рисунке.

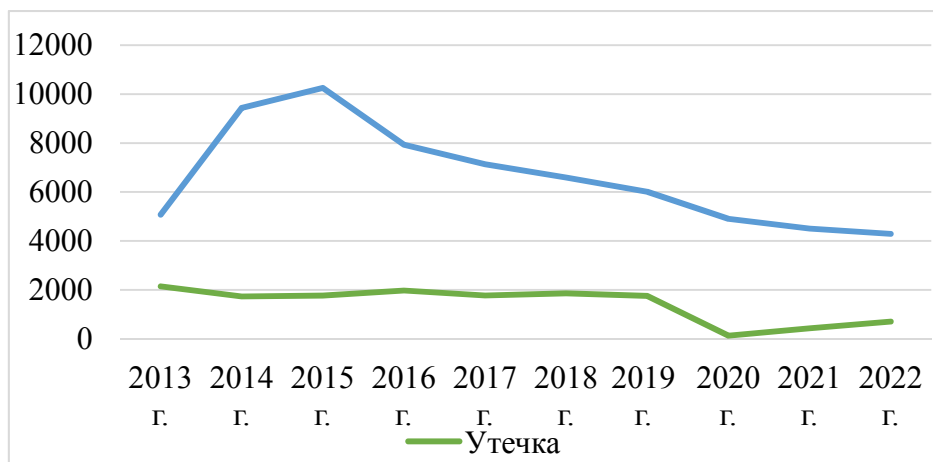


Рисунок – Динамика интеллектуальной миграции за период с 2013 по 2022 гг., чел.

Примечание – Собственная разработка на основании [2].

По данным рисунка 1 четко видно, что на протяжении всего рассматриваемого периода в результате международной интеграции Беларусь приобретает большее количество интеллектуальной рабочей силы, чем теряет. Приток ежегодно превышает утечку. А в 2022 году сложилось следующее соотношение интеллектуальных эмигрантов к иммигрантам: руководителей – 1:143; квалифицированных работников и специалистов – 1:22; работников сферы обслуживания и торговли – 1:3; работников, занятых в сельском хозяйстве – 1:2. Это говорит о положительном сальдо интеллектуальной миграции, что характерно для стран с высоким уровнем экономического развития и стабильной военно-политической обстановкой.

В ходе исследования были выявлены следующие основные тенденции интеллектуальной миграции в Беларуси за последние несколько лет:

- первая тенденция касается трудовой эмиграции в Российскую Федерацию. Данный процесс обусловлен отсутствием визовых требований, пограничного контроля, отсутствием языкового барьера, а также более высокой заработной плате по некоторым специальностям;

- второй тенденцией является существенный отток белорусских умов в страны Европейского союза (Польша и Словакия), Швейцарию, а также в США. Данная тенденция обуславливается в большей мере отсутствием возможностей реализации своих способностей, высоким уровнем экономического развития выбранной для переезда страны, возможным карьерным ростом и так далее;

- третьей тенденцией является интеллектуальная реэмиграция. Этот процесс характеризуется возвращением на родину ранее эмигрирующего населения, которое решило вернуться по ряду причин, основными из которых являются сложность адаптации, тоска по родине и оставшимся родным, различие в культуре и мироощущении, а также психологическое давление и многое другое.

Хочется отметить, что для Республики Беларусь приоритетной является третья тенденция, ведь именно реэмиграция подразумевает обмен опытом, получение новых знаний, улучшение профессиональных навыков и многие другие аспекты, которые в дальнейшем могут положительно сказаться на повышении эффективности использования всех составляющих экономического потенциала Республики Беларусь, что будет способствовать развитию экономики страны в целом.

В целях обеспечения дальнейшего экономического роста национальной экономики в результате эффективного и устойчивого развития НТП, Республике Беларусь следует разработать эффективную и сбалансированную политику в сфере миграции, отвечающую современным тенденциям и соответствующую международным стандартам в социальных, экономических и демографических интересах страны и ее граждан.

В заключение важно отметить, что миграционные процессы могут стимулировать экономический рост и рост НТП только при условии, что сальдо интеллектуальной миграции будет положительным, а количество реэмигрантов будет расти. При разработке миграционной политики, органы государственного управления должны учитывать основные тенденции, направления и последствия миграции, а также анализировать незначительные изменения в миграционных процессах для своевременного внесения необходимых корректировок.

Список использованных источников

1. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие / Н. В. Юрова [и др.]; под редакцией Н. В. Юровой – Минск: БГУ, 2021. – 283 с.

2. Учет трудящихся мигрантов / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mvd.gov.by/ru/page/uchet-trudyashihsya-emigrantov-i-trudyashihsya-migrantov> – Дата доступа: 26.03.2024.

УДК 004.738.5

ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ: ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

А.О. Гвоздѣва, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.В. Игнатенко**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Интернет вещей был определен как «глобальная инфраструктура для информационного общества, которая обеспечивает возможность предоставления более сложных услуг путем соединения друг с другом (физических и виртуальных) вещей на основе существующих и развивающихся функционально совместимых информационно-коммуникационных технологий» [1, с.5].

Понятие «Интернет вещей» официально появилось в 1999 г. Ввести это словосочетание предложил исследователь RFID-технологий Кевин Эштон во время презентации для Procter&Gamble. Изначально он хотел развить технологию для оптимизации производства, для этого он хотел наладить автоматический сбор и обработку данных с помощью всё того же RFID (радиочастотная идентификация) [2, с.11].

Интернет вещей играет важную роль в мире, так как он объединяет физические устройства, датчики и другие объекты, позволяя им обмениваться данными и взаимодействовать друг с другом. Это создает новые возможности для автоматизации процессов, улучшения эффективности и комфорта жизни людей.

Интернет вещей применяется в различных сферах, таких как умный дом, здравоохранение, промышленность, транспорт и сельское хозяйство. С его помощью можно управлять умными устройствами в доме через мобильное приложение, отслеживать состояние здоровья пациентов с помощью носимых устройств, оптимизировать производственные процессы в промышленности и многое другое.

Интернет вещей играет важную роль в развитии городов и инфраструктуры. Умные города используют его технологии для улучшения управления транспортом, обеспечения безопасности горожан, снижения энергопотребления и оптимизации других аспектов городской жизни.

С учетом быстрого развития технологий, Интернет вещей становится всё более важным инструментом для решения различных глобальных проблем, таких как изменение климата, устойчивое развитие, улучшение качества жизни и экономический рост.

Составляющими Интернета вещей являются технологии дополненной реальности и 3D-печати, сенсорные сети. Если в 2013 г. к интернету были подключены 15 млрд устройств, то к 2020 г. их число выросло до 30 млрд, причем 75 % из них являются мобильными. По оценке Глобального института McKinsey, Интернет вещей до 2025 г. будет ежегодно приносить мировой экономике от 4 до 11 трлн долл. США [3, с.109].

Информационные технологии активно внедряются в образовательную систему Беларуси. По состоянию на 2023 г. 99,8 % учреждений подключены к сети интернет и более 43 % учреждений

общего среднего образования используют онлайн-сервисы «Электронный дневник/Электронный журнал» [4].

К проблемам Интернета вещей относятся:

1) Проблемы безопасности: возрастает риск кибератак, утечки данных и несанкционированного доступа.

2) Проблемы конфиденциальности: возрастает риск злоупотребления личными данными для целей, несовместимых с интересами пользователей, таких как направленная реклама или кража конфиденциальной информации.

3) Проблемы взаимодействия: возникает проблема совместимости, когда устройства разных производителей не могут взаимодействовать между собой. Это может привести к снижению эффективности, производительности и увеличению расходов для компаний и потребителей.

4) Сложность: большое количество подключенных к сети устройств и систем может создать сложности в управлении и обслуживании, что приведет к увеличению расходов и снижению эффективности. Это может затруднить внедрение Интернета вещей как для компаний, так и для потребителей.

Для решения проблем Интернета вещей необходимо принимать следующие меры:

- Улучшение безопасности устройств, используя шифрование данных, обновления безопасности и механизмы аутентификации. Пользователи также должны быть проактивными в защите своих устройств, устанавливая пароли, обновления программного обеспечения и шифрование своей домашней сети Wi-Fi.

- Соблюдение правил конфиденциальности данных и предоставление пользователям возможности контролировать свои данные.

- Стандартизация и совместимость устройств, что поможет улучшить взаимодействие и упростить управление разнообразными устройствами.

- Упрощение использования и обслуживания устройств, обеспечение надлежащей технической поддержки и регулярные обновления программного обеспечения в целях гарантии безопасности и эффективности работы устройств.

Таким образом очевидно, что Интернет вещей представляет собой широкий спектр возможностей, таких как повышение эффективности и качества жизни, улучшение здравоохранения и обеспечение безопасности. Однако существует ряд проблем, таких как безопасность, конфиденциальность, совместимость и сложности в управлении. Необходимо решить эти проблемы для того, чтобы развитие Интернета вещей было устойчивым и успешным. При грамотном планировании и управлении возможности Интернета вещей могут быть в полной мере реализованы, приводя к улучшению качества жизни.

Список использованных источников

1. Проблемы безопасности Интернета вещей. Учебное пособие – М.: Мир науки, 2021 – Сетевое издание. Режим доступа: <https://izd-mn.com/PDF/20MNNPU21.pdf> – Дата доступа: 03.04.2024.

2. Введение в Интернет вещей [Электронный ресурс]: учебное пособие / П.А. Кокунин, И.И. Латыпов, Л.С. Латыпова.– Казань: Издательство Казанского университета, 2022 –147 с.

3. Головенчик, Г.Г. Цифровая трансформация и экономический рост (на примере белорусской экономики) / Г.Г. Головенчик, М.М. Ковалев // Журн. Белорус. гос. ун-та. Экономика. – 2018. – № 1. – С. 102–121.

4. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2023/april/73827/> – Дата доступа: 06.04.2024.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.С. Гвоздева, 1 курс

Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Малое и среднее предпринимательство играют ключевую роль в экономическом развитии Республики Беларусь, так как оно способствует увеличению производства, созданию новых рабочих мест и повышению конкурентоспособности экономики в целом.

Предпринимательство – самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия) [1, с. 4].

Таблица – Основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства

Показатели	2020	2021	2022	Изменение, +/-
Число микро-, малых и средних организаций – юридических лиц на конец года, единиц	111 405	111 908	113 355	1 950
Средняя численность работников организаций, человек	1 146 183	1 121 759	1 092 611	53 572
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата, рублей	1 268,9	1 479,4	1 673,5	404,6
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн.руб.	145 986,8	175 063,6	189 882,7	43 895,9
Чистая прибыль, убыток (-), млн.руб.	5 294,9 [*]	9 133,8 [*]	9 822,4 [*]	4 587,5 [*]
Объем производства продукции (работ, услуг), млн.руб.	69 670,1	85 617,8	93 306,4	23 636,3
Инвестиции в основной капитал, млн.руб.	11 872,8	11 051,1	10 352,6	-1 520,2
Экспорт товаров, млн. долларов США	12 271,1	17 039,9	15 628,5	3 041,6
Импорт товаров, млн. долларов США	14 596,9	17 825,3	17 724,2	3 127,3
Сальдо внешней торговли товарами, млн. долларов США	-2 325,8	-785,4	-2 095,7	230,1

Примечание. – Источник: разработано автором на основании [2]

Исходя из данных в таблице, в Республике Беларусь на конец 2022 года зарегистрировано 113 355 малых и средних организаций и 262 798 индивидуальных предпринимателей совершенно разных видов деятельности. Самыми популярными из них являются промышленное производство, оптовая и розничная торговля, сельское, лесное и рыбное хозяйство, транспортная, почтовая и курьерская деятельность, складирование, информация и связь, профессиональная, научная и техническая деятельность. Количество организаций в сфере производства относительно данных за 2021 год сократилось 43 895,с 26% до 25,4%, а в сфере услуг увеличилось с 74% до 74,6%. Также количество организаций малого и среднего предпринимательства выросло на 1,3% и снизилось количество индивидуальных предпринимателей на 3,8%.

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата с 2020 года она увеличилась на 404,6 рублей. Выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг) за тот же период времени изменилась на 43 895,9 млн. руб. Чистая прибыль в 2020 году составила 5 294,9 млн. руб., а уже в 2022 году составила 9 822,4 млн. руб.

За 2022 год объём внешней торговли товарами субъектов малого и среднего предпринимательства составил 33 973 млн. \$ США. 18 966 организаций в 2022 году осуществляли экспорт и (или) импорт товаров. За это время было зарегистрированы объёмы экспортно-импортных операций субъектов малого и среднего предпринимательства со 193 странами мира. Товары поставлялись на рынки 146 государств, импортировалась продукция из 180 стран. Удельный вес субъектов малого и среднего предпринимательства в республиканском показателе за 2022 год 44,1 % по сравнению к 2021 году +0,6% [2].

В Республике Беларусь разработана государственная программа «Малое и среднее предпринимательство» на 2021-2025 годы. Она создана в соответствии с приоритетами социально-экономического развития, определенными в концепции Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2035 года, и направлена на создание благоприятной деловой среды для развития предпринимательства, стимулирование инициативности и предприимчивости граждан [3].

Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь активно развивается. О чем свидетельствуют основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. Государство активно старается поддерживать предпринимательскую деятельность, что можно наблюдать в государственной программе «Малое и среднее предпринимательство».

Список использованных источников

1. Бедулина, Г. Ф. Основы предпринимательства / Г. Ф. Бедулина. – Минск : РИВШ, 2021. – 58 с. ISBN 978-985-586-447-0.

2. Основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector_ekonomiki/strukturnaja_statistika/osnovnye-pokazateli-deyatelnosti-mikroorganizatsiy-i-malykh-organizatsiy/ – Дата доступа: 30.03.2024.

3. Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство» на 2021–2025 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 29.01.2021 № 56 [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100056>. – Дата доступа: 01.04.2024.

УДК 338.43(76)

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

У.А. Главатских, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В современных условиях перед отечественным АПК стоит задача перехода к новому качеству социально-экономического развития, основанному на формировании устойчивого конкурентного потенциала сельского хозяйства и обрабатывающей промышленности, максимальном использовании резервов роста производительности труда, активизации инвестиционно-инновационной деятельности.

В качестве основных направлений повышения устойчивости производства и конкурентоспособности АПК, в соответствии с Государственной программой «Аграрный бизнес» на 2021 – 2025 годы, можно выделить следующие:

- разработка и реализация инновационных стратегий развития отраслей и предприятий с обязательным достижением конкурентных критериев производительности труда и прироста добавленной стоимости;
- укрепление собственной сырьевой базы производства пищевых продуктов высокого качества;
- повышение эффективности производства продукции растениеводства посредством углубления специализации и совершенствования структуры посевных площадей в соответствии с зональными системами земледелия с учетом почвенно-климатических и экономических условий хозяйствования и соблюдение технологических регламентов возделывания сельскохозяйственных культур;
- развитие новых конкурентных производств и повышение качества продукции с использованием потенциала отечественной индустрии здорового питания;

- совершенствование моделей и технологий продвижения отечественной продукции, предусматривающих создание устойчивых интегрированных продовольственных систем, ориентированных на производство и снабжение населения продуктами питания высокого качества;

- проработка вопроса создания специализированных оптовых распределительных центров по торговле скоропортящейся продукцией с современными цифровыми технологиями товародвижения в рамках общего рынка ЕАЭС;

- проведение согласованной политики в отношении развития торговли с третьими странами, в том числе по освоению новых рынков сбыта и развитию экспортной специализации в рамках Союзного государства, ЕАЭС, СНГ;

- поиск новых стратегических партнеров с целью расширения рынков сбыта белорусской сельскохозяйственной продукции и продовольствия на ближайшую перспективу [4].

Отметим, важное направление развития АПК – проведение Республикой Беларусь мероприятий по активизации участия страны в торгово-экономических процессах, которые направлены на выстраивание взаимовыгодного торгового взаимодействия с перспективными партнерами, наращивание экспортного потенциала и его диверсификацию. В настоящий момент Республика Беларусь является участником ряда торговых соглашений, в частности с Китаем, Вьетнамом, Сингапуром, Ираном, Египтом, Израилем, Индией, Индонезией, Монголией и другими странами. В совокупности эти мероприятия обеспечат возможности расширения географической диверсификации экспортных поставок отечественной сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

В 2023 году оборот внешней торговли товарами Республики Беларусь составил 83424 млн долларов США, в том числе со странами СНГ – 51484 млн долларов США, со странами вне СНГ – 31940 млн долларов США. Объемы экспорта в страны СНГ и в страны вне СНГ составили 27173 млн долларов США и 12995 млн долларов США соответственно. Объемы импорта из стран СНГ и из стран вне СНГ составили 24311 млн долларов США и 18945 млн долларов США соответственно [3].

Исходя из представленных выше данных можно сделать вывод, что в торговле товарами со странами СНГ преобладает экспорт товаров, со странами вне СНГ – импорт. Поэтому перспективным направлением развития АПК Республики Беларусь является стимулирование экспорта и производство экспортоориентированной продукции.

Для расширения товарного ассортимента наиболее перспективными мерами являются следующие: активизация экспорта высокотехнологичных товаров, реализация на экспорт продукции с высокой экспортной ценой, наращивание объемов продажи на внешние рынки продукции с глубокой степенью переработки, увеличение экспорта продукции растениеводства, а также развитие отечественного экспортного потенциала в области семеноводства.

Одним из актуальных направлений развития АПК является развитие сырьевых зон обрабатывающих предприятий. Оно предполагает внедрение в сельскохозяйственные организации системы риск-менеджмента, которая будет содействовать росту их устойчивости и конкурентоспособности на основе выявления и минимизации до приемлемого уровня всех существенных рисков [4].

Вместе с тем, применительно к специфике и возможностям отдельных субъектов сырьевой зоны должны быть разработаны комплексные, детализированные среднесрочные программы их развития, решающие основные технико-технологические и организационно-экономические задачи по обеспечению устойчивого и динамичного развития, включающие:

- изучение агроресурсного потенциала и системы ведения растениеводства, производственной базы и технологических процессов в животноводстве;

- оценку производственных возможностей развития, в том числе кадрового потенциала, основных средств, состава отраслей, структуры управления и т. д.;

- разработку перспективных технологических концепций в растениеводстве и животноводстве, мероприятий и рекомендаций по выполнению технологических процессов в отраслях;

- разработку стратегии совершенствования сельхозпроизводства и специализации, сбыта и продвижения продукции;

- разработку обеспечивающих мер по совершенствованию производственно-экономического потенциала, повышению уровня конкурентоспособности и рентабельности производства, обеспечению финансовой состоятельности.

Таким образом, комплекс рассмотренных мероприятий и мер повышения эффективности функционирования сырьевых зон агропромышленного производства, включающий действия по наращиванию объемов сырьевых ресурсов, совершенствованию организации производства и повышению рентабельности, позволит выявить ключевые возможности усиления конкурентоспособности сырьевой зоны агропромышленного производства, сокращения диспропорций взаимодействия в рамках объединения и укрепления устойчивости субъектов хозяйствования.

Список использованных источников

1. Карпович, Н. В. Приоритетные направления развития агропродовольственного экспорта Беларуси /Н. В. Карпович, Е. П. Макуцень // Аграрная экономика. – 2022. – № 8. – С. 18–33.
2. Министерство сельского хозяйства [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mshp.gov.by/gu/> – Дата доступа: 09.04.2024.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 09.04.2024.
4. Шпак А., Киреенко Н., Казакевич И., Чабатуль В., Тетёркина А., Горбатовский А., Бречко Я., Данилова Л. АПК Беларуси: основные проблемы и пути их решения. Аграрная экономика. – 2019. – № 2. – С. 2–20.

УДК 339.9

ГЕОЭКОНОМИКА КАК СИСТЕМА НАУЧНОГО ЗНАНИЯ: ФЕМЕНОЛОГИЯ И СТРУКТУРИЗАЦИЯ

П.П. Голубев, 1 курс

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

Геоэкономика может рассматриваться в качестве структурного элемента геополитики. Геоэкономика исследует экономическую сторону влияния государств в мире, противостояния экономических интересов, зависимости экономик от каких-либо факторов. Являясь структурной частью геополитики, геоэкономика изучает: развитие и взаимодействие глобальной экономики; структуру мирового рынка; конструкцию экономического пространства; финансово-экономические элементы, и все это через призму географического положения и влияния различных факторов, таких как место на международной арене, тип экономической системы, наличие на территории государства полезных ископаемых, импорт и экспорт товаров различного характера и др. [1. С. 15].

Геоэкономика является одним из основных элементов геополитики, это одна из важнейших научных дисциплин, наряду с экономикой, историей, политологией, географией и т. д. В науке геоэкономика может трактоваться по-разному.

Геоэкономика может быть интерпретирована через политическую экономию, которая в свою очередь изучает политэкономическую структуру мира, отношения между странами, экономические союзы, модели политического и экономического развития [2. С. 330 – 337].

Геоэкономике можно классифицировать со стороны экономической науки и принимать за раздел экономики, где она будет выполнять функцию анализа экономических процессов и законов.

Некоторые ученые считают, что геоэкономика в значительной степени зависит больше от географии и географических особенностей (климат, рельеф, выход к морю, тип почвы, ресурсы, транспортные маршруты и пр.) [3. С. 52].

Существуют также модели, объединяющие все вышеперечисленные аспекты в одну модель, в которой геоэкономика — это ни что иное, как сочетание политического, экономического и географического подходов [4. С. 12]. У этого трактования есть ряд преимуществ над тремя другими, в этом подходе все аспекты в исследовании находятся в одном временном пространстве (объединены по времени), что позволяет ученым построить зоны влияния, которые зачастую могут не совпадать с границами какой-либо страны. В этой системе могут наблюдать действия различных государств по созданию союзов или наоборот попытки ослабить влияние в потенциальном регионе [5].

Существует еще трактование геоэкономики, где она (геоэкономика), как описывалось выше, структурная часть или элемент геополитики. Стоит добавить, что существует мнение, где геоэко-

номика выступает как самостоятельная наука и имеет глобальный характер наряду с политической экономией и носит название «геополитическая экономия» [4. С. 6].

После вышеперечисленного необходимо согласится с тем, что геоэкономика как наука развивается все больше и больше. Также она все больше становится самостоятельной дисциплиной, а не только частью геополитики. Чтобы понять роль геоэкономики как самостоятельной дисциплины, нужно изучить историю её происхождения. Необходимость введения новой науки, как симбиоза геополитики и экономики, возникла в конце XX в. В США и это совсем не удивительно, учитывая внешнюю политику данной страны в конце XX начале XXI вв. Основной идеей для формирования единой области исследования была попытка создания общей базы для решения задач связанных с политологией, экономической географией, мировой экономикой, «урегулированием» международных конфликтов.

Геоэкономика имеет предпосылки для анализа экономического мира и мировой экономики. В качестве объекта для анализа могут выступать: экономическое и политическое разделение мира между сверхдержавами; разделение мира между странами-производителями и странами-потребителями; раздел мира на страны с промышленным потенциалом и странами с более развитым сектором услуг или сельского хозяйства; разделение господства между странами-экспортерами энергоресурсов; финансовое деление мира на зоны влияния в которых доминируют валюты, такие как доллар, евро, юань или зоны влияния в которых доминируют национальные валюты; раздел стран в отношении комфортного климата и развитым туристическим направлением; борьба государств за важнейшие торговые артерии, будь то воздушные морские или наземные [5. С. 214].

Геоэкономика занимается самыми важными вопросами мироустройства, к тому же актуальность геоэкономики сохраняется на самом высоком уровне. Актуальность геоэкономики как фактора экономического развития заключается в том, что геоэкономика использует в своем исследовании не только экономическую, политическую и математическую модели, но также уделяет внимание географическим особенностям, включая: выход к морю, позиция на политической карте мира, климат, возможность создания инфраструктуры для торгового оборота (включая транзит товаров через территорию государства), обладание полезными ископаемыми и многое другое. Все это прямо влияет на развитие сырьевой отрасли, на импорт необходимы государству товаров, экспорт товаров и услуг на международный рынок и др. Необходимо упомянуть, что геоэкономика также позволяет оценивать риски, связанные с экономической и политической обстановкой, изменением географических условий будь то климат или внутренняя или внешняя угроза, связанная с природными явлениями и выработкой стратегии для их смягчения.

Вывод. Существует несколько трактовок геоэкономики: структурная часть геополитики, самостоятельная наука, часть политической экономии и др. Предметом изучения геоэкономики есть ни что иное, как вектор развития государств, регионов, экономических союзов и зон, а также политических и геополитических субъектов [6. С. 34]. Необходимо упомянуть, что геоэкономика является актуальным фактором экономического развития. Она анализирует экономику, политику, демографию и др. через призму математических, философских и самое важное географических установок. При правильном подходе геоэкономика становится базисом для дальнейших действий какого-либо геополитического субъекта. Анализ ситуации на мировой арене через геоэкономическую призму позволяет выбрать тактику и стратегию для дальнейших действий, направленных на устойчивое и стабильное развитие экономики, в дополнение необходимо упомянуть тот факт, что геоэкономика (как актуальный фактор человеческого развития) никогда не утратит свою полезность и необходимость. Геоэкономика уже считается классической и базовой наукой.

Список использованных источников

1. Исаев Б.А. Геополитика: учебник для вузов. СПб.: Питер. – 2016. – 494 с.
2. Гусаков, В. Г., Гурский, В. Л., Солодовников, С. Ю. [и др.] Современная политэкономия: учебное пособие / В. Г. Гусаков [и др.]; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск : РИВШ, 2022. – 464 с.
3. Хартсхорн, Р. Взгляд на природу географии / Р. Хартсхорн; Пер. с англ. Н. М. Пономарёв. – Москва : Наука, 1959. – 210 с.
4. Гловели, Г. Д. Геополитическая экономия как традиция российской экономической мысли : автореф. дис. ... д-ра экон. Наук. М., 2009. 31 с.

5. Игнатьева, И. Ф., Исаев, Б. А. Геоэкономика как структурный элемент геополитики / Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. –2018. –№44. – С. 213 – 233 с.

6. Кочетов, Э. Г. Геоэкономика (Освоение мирового экономического пространства) / Э. Г. Кочетов. – М.: Издательство БЕК, 1999.

УДК 339.1

ЭВОЛЮЦИЯ ЦИФРОВОЙ РЕНТЫ В КОНТЕКСТЕ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

А.В. Голубцова, 3 курс

Научный руководитель – **Ю.В. Мелешко**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Такой вид сверхдохода как цифровая рента получил свое распространение в последние несколько лет, когда активно начали внедряться продукты цифровизации во все сферы общественной жизни. Предприниматели, получив новые инструменты для создания как новых или усовершенствованных бизнес-моделей, так и цифровой продукции, начинают получать сверхприбыль, в том числе в форме цифровой ренты. С середины XX века у субъектов хозяйствования начинает накапливаться цифровой капитал, которым стали BIG DATA. «Они позволяют прогнозировать и изменять поведение человека и общества как средства для получения прибыли и ренты, а также управления рынком, а точнее, пострынком» [1, с. 15]. На данный момент такая сфера как цифровая экономика развивается стремительными темпами и требует изучения для разработки механизмов по её регулированию.

Трансформация политической среды происходит под влиянием различных факторов как из внутренней, так и внешней среды. Наша политическая система может кардинально изменить свою структуру даже если управляющие органы приложили все усилия для предотвращения определенных изменений. Как правило данное событие имеет место при активных действиях субъектов внешней среды, например, глав других государств. Распространенным инструментом для давления являются санкции. Санкционное давление, в целях принуждения, направлено на сужение диапазона возможных действий объекта, изменение его решений и пр. Как правило, страны, которые способны оказывать давление на других демонстрируют свое влияние на политической арене. Механизм давления посредством ограничения субъекта и лишения его определенных благ является альтернативой военным действиям.

Впервые Республика Беларусь столкнулась с санкциями ещё в 1997 году, когда был проведен республиканский референдум. Страны Европейского союза ограничили сотрудничество с нашей страной. Конечно, главы стран были нацелены на то, чтобы изменить вектор развития Республики Беларусь в выгодным им, а не стране. На данный момент отношения с западными странами характеризуются как затруднительные, так как «единственным инструментом внешней политики США и Евросоюза остаются санкции и ограничения» [2, с. 5]. С опытом многолетней нейтрализации угроз и последствий санкционного давления Республика Беларусь смогла выработать эффективные способы борьбы. Так, увеличение количества затрагиваемых санкциями сфер не носит продуктивный характер для западных стран, их основные цели не реализованы, также продолжает происходить процесс экономической интеграции с Российской Федерацией, что укрепляет позиции Союзного государства на мировой арене.

Белорусские предприниматели накопили бесценный опыт функционирования в кризисных и неблагоприятных условиях. Так, ограничения сотрудничества с одними регионами побуждает искать новые возможности интеграции и кооперации с другими странами, что потенциально может иметь больший эффект для развития экономики нашей страны. Также правительство Республики Беларусь принимает меры для обеспечения безопасности страны и её национальных интересов, а также для реализации ответных действий.

Учитывая условия и механизмы адаптации к ним, описанные выше, стоит проанализировать изменения способов формирования и присвоения цифровой ренты. Главным негативным последствием санкционного давления в сфере цифровой экономики – ограничение доступа к новыми высокими технологиям, интеллектуальной собственности и большим данным. Также для Республики

Беларусь и Российской Федерации были введены ограничения по пользованию многими цифровыми платформами, которые ранее являлись местом для присвоения цифрового сверхдохода. Однако пользователи данных платформ нашли иные способы для взаимодействия, чаще это выбор другой, доступной в странах цифровой платформы.

Одновременно с этим, санкции могут стимулировать развитие внутренних цифровых технологий и инноваций как способ смягчения негативных последствий санкционного давления. Организации и само государство могут активно инвестировать в развитие отечественных технологий, что может привести к появлению новых источников цифровой ренты и уменьшить зависимость от иностранных рынков. Ограничения со стороны западных стран приводят к изменению рыночных условий и поведения потребителей, что может повлиять на спрос цифровых продуктов. Предприятия пересматривают свои стратегии производства и маркетинга для адаптации и формирования цифровой ренты в размерах уже достигнутых результатов досанкционного периода, а также для их увеличения.

Таким образом, в условиях санкций цифровая рента может трансформироваться как в результате ограничений в доступе к иностранным технологиям, так и в результате стимулирования развития внутренних инноваций. Гибкость и способность к адаптации к изменяющимся условиям могут стать ключевыми факторами для успешной трансформации цифровой ренты в условиях санкций.

Список использованных источников

1. Юдина, Т. Н. «Подглядывающий капитализм» как «цифровая экономика» и/или «цифровое общество» [Текст] / Т. Н. Юдина // Теоретическая экономика. – 2018. – № 4(46). – С. 13-17.
2. Макей, В. В. Санкционный авантюризм [Текст] // Научно-практический журнал Академии управления при Президенте Республики Беларусь «Проблемы управления». – № 3 (85). – 2022. – С. 4-7.

УДК 331.1

ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО И ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ю.О. Голякович, аспирант
Полесский государственный университет

Гендерное неравенство является одной из самых устойчивых форм неравенства в мире. Оно является значительным барьером на пути человеческого развития, который негативно влияет на жизнь половины населения мира. Согласно Докладу о человеческом развитии 2020, Беларусь теряет 6,3% человеческого развития из-за неравенства, которое проявляется в здравоохранении, образовании, на рынке труда и во многих других областях.

Гендерное равенство – это один из четырех аспектов достижения целей устойчивого развития в Беларуси. Гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин – темы, на которых акцентировалось все внимание страновой программы ПРООН и Национальный план по обеспечению гендерного равенства на прошедшие пять лет. Данные вопросы останутся ключевыми направлениями деятельности ПРООН и в следующем пятилетнем периоде 2021-2025.

Более обсуждаемой темой в области исследований предпринимательства является женское предпринимательство.

Во второй половине XIX века начался процесс изменения положения женщин в различных сферах общественной жизни. Социальные потрясения пореформенной эпохи вызвали разнообразные прецеденты расширения прав женщин в вопросах доступности образования, в том числе и высшего, а также выбора профессиональной деятельности.

Одной из причин развития женского предпринимательства была воспитательная основа в купеческих семьях. В ходе образования и воспитания в купеческих семьях девочек готовили к коммерческой деятельности.

Процесс трансформации статуса женщины в профессиональной деятельности активнее всего проходил в крупных столичных городах, так как, традиционно, в них женщины играли более значительную роль в социально-культурной жизни.

Женщины-предприниматели предпочитали заниматься мелким промышленным производством. В основном женщины могли владеть мелкими, реже средними, предприятиями: водяными мельницами, стекольными, кирпичными, крахмальными, свечными, кожевенными, химическими, винокуренными и пивомедоваренными заводами.

В то же время, женщины-собственницы осваивали новые сферы экономики. В начале XX века уже сотни промышленных предприятий и торговых фирм принадлежали женщинам. Часто наблюдалась преемственность владения фирмой по схеме «от мужа к жене».

Самой распространенной формой женской предпринимательской деятельности являлась торговля. Чаще всего, была распространена розничная торговля широким ассортиментом продовольственных (хлеб, молоко и молочные продукты, речная и морская рыба, мясо и колбасные изделия, виноградные вина и др.) и непродовольственных товаров (галантерея, кожаные изделия, табак и даже оружие).

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.

В связи с этим последние десятилетия повышенный интерес и практическую значимость представляет изучение проблем развития малых и средних предприятий, организованных женщинами, и установление факторов, оказывающих влияние на становление и развитие женского предпринимательства в Республике Беларусь.

Обобщая вышесказанное можно сказать о том, что истоки современной гендерной асимметрии берут свое начало в XVI—XVII вв. 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. В основе гендерной асимметрии лежат как биологические и физиологические различия полов так и конкретные экономические, социальные и политические условия, реальная демографическая ситуация в обществе.

Исследование механизмов гендерной асимметрии экономические теории затрагивают пока лишь косвенно. Нами предполагается, что гендерная асимметрия проявляется во всех сферах, в том числе в трудовой деятельности (Рисунок).

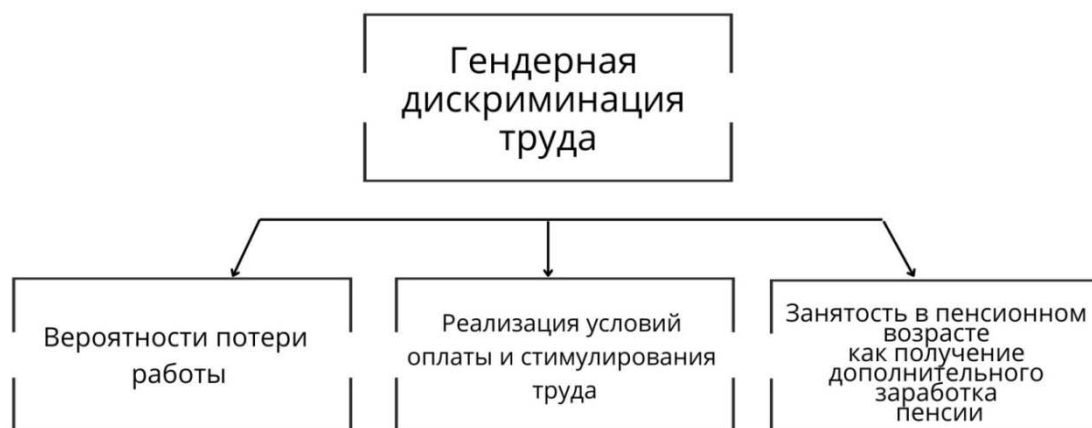


Рисунок – Проявление гендерной асимметрии

Гендерная асимметрия на рынке труда формировалась продолжительное время, и в современных условиях не утрачивают своего значения факторы, обеспечивающие устойчивость гендерных стереотипов в сфере труда и занятости.

Сегодня в небольших городах и сельской местности занятие предпринимательство, малым бизнесом является опорой и возможностью для девушек. условиях дефицита рабочих мест, в условиях, когда мужчины из малых городов Беларуси массово уезжают в более крупные города на зара-

ботки, женщины организуют свой бизнес, чтобы на месте стать опорой детям, семье. При этом сейчас, как и раньше, для женщин-предпринимательниц речь не идет о сверхдоходах от бизнеса.

Для расширения женского предпринимательства необходимо создать благоприятные условия в местных сообществах через развитие социального партнерства между органами власти и предпринимательскими структурами. Необходимы меры по развитию женской предпринимательской сети, которая со временем должна стать группой лоббирования и защиты интересов женщин-предпринимательниц.

Для преодоления субъективных факторов, сдерживающих деловую активность женщин, необходимо – с помощью средств массовой информации – формировать позитивный имидж женского предпринимательства, создавать социальные и психологические программы поддержки женщин-предпринимательниц.

Список использованных источников

1. United Nations Development Programme [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.undp.org/ru/belarus/na-puti-k-gendernomu-ravenstvu-v-belarusi>. – Дата доступа: 19.03.2024.

2. Кеммет, Е. В. Гендерная асимметрия в профессиональном сообществе / Е. В. Кеммет // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2017. – № 1 (45). – С. 140–145.

УДК 314.1

ДИНАМИКА ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.В. Горгун, А.Н. Олихвер, 3 курс

Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Потенциал любого государства определяют не только экономическая ситуация, производственные возможности, технологии и инфраструктура, но и в значительной степени состояние и динамика народонаселения, его демографические характеристики. [3]

Несмотря на то, что в Республике Беларусь созданы условия для улучшения здоровья населения с охватом всех этапов жизни, повышения качества и доступности услуг системы здравоохранения, демографическая ситуация продолжает требовать пристального внимания. [2]

Распределение населения на городское и сельское производится по месту проживания. В Республике Беларусь к городским поселениям относятся города и поселки городского типа (городские, рабочие и курортные). Население страны, проживающее на остальной территории, является сельским. [1]

Таблица – Показатели распределения населения на городское и сельское 2012-2022гг.

Год	Все население, тыс. чел	Городское, тыс. чел	Сельское, тыс. чел	Удельный вес городского населения, %
2012	9 442,50	7 119, 73	2 331, 49	75,40
2013	9 444,00	7 150, 30	2 292, 15	75,71
2014	9 453,10	7 193, 88	2 250, 09	76,10
2015	9 469,1	7 232, 21	2 220, 85	76,38
2016	9 469,7	7 267, 15	2 201, 94	76,74
2017	9 448,3	7 286, 50	2 183, 16	77,12
2018	9 429,3	7 284, 28	2 164, 03	77,25
2019	9 413,4	7 299, 99	2 113, 45	77,55
2020	9 349,6	7 303, 91	2 106, 35	78,12
2021	9 255,5	7 280, 32	2 069, 33	78,66
2022	9 200,6	7 232, 10	2 023, 43	78,60

Примечание – Источник: собственная разработка.

В 2021 году доля населения в возрасте старше 65 лет составила 15,8%. В начале 2021 года базовое значение продолжительности жизни при рождении составило 74,5 года (69,3 для мужчин и 79,4 для женщин).

За последние 10 лет на 14,5% уменьшилось число женщин репродуктивного возраста (с 2 494 тыс. в 2012 году до 2 134 тыс. в 2022 году).

В 2022 году число родившихся уменьшилось на 20% по сравнению с 2019 годом. Суммарный коэффициент рождаемости за данный период уменьшился с 1,73 до 1,38 ребенка на одну женщину фертильного возраста.

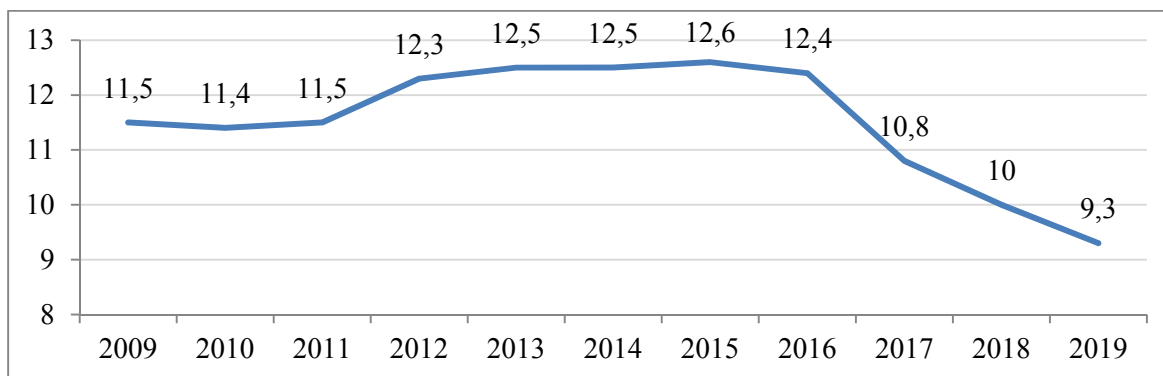


Рисунок 1. – Динамика коэффициента рождаемости в Республике Беларусь за 2009-2019гг.

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

На графике можно увидеть динамику рождаемости. В период 2012-2016 данный показатель был самым высоким за последние 20 лет. Однако с 2017 года наблюдается резкий спад рождаемости на 3,1 ‰

Динамика смертности в Республике Беларусь представлена на рисунке 2.

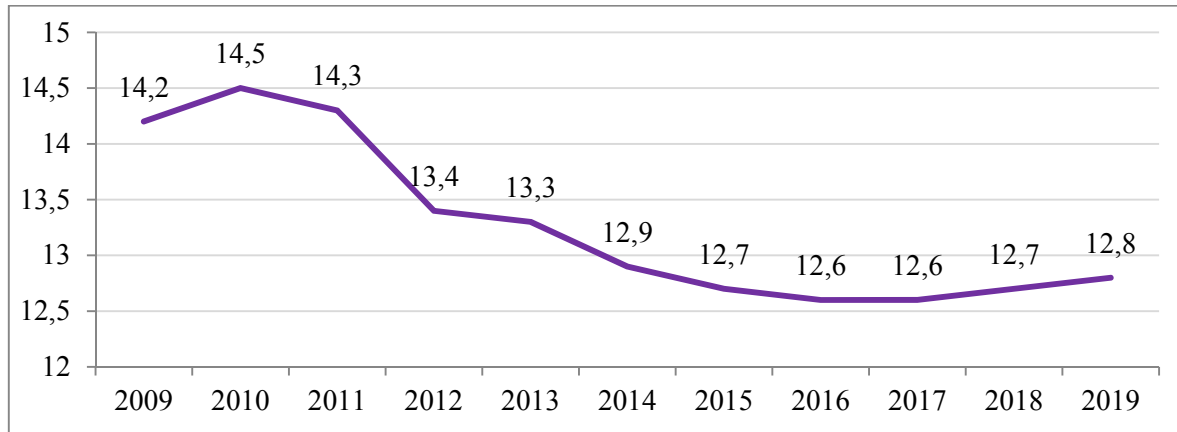


Рисунок 2. – Динамика коэффициента смертности в Республике Беларусь за 2009-2019гг.

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

На графике видно, что самое высокое значение коэффициента смертности наблюдалось в 2010г. С тех пор он снижался в течение 7 лет. В 2019 году наблюдается незначительный рост.

Серьезной проблемой безопасности общества является преждевременная смертность. В Республике Беларусь **смертность от внешних причин** (ДТП, несоблюдение техники безопасности на производстве, убийства и пр.) в возрасте до 40 лет почти в пять раз превышает потери, связанные с болезнями системы кровообращения и в три раза – онкологическими заболеваниями. [2]

Экономические потери общества от смертности от внешних причин сопоставимы с ежегодными дотациями, выделяемыми из бюджета страны на социально-экономическое развитие трех регионов Беларуси.

Основными особенностями смертности от внешних причин является ее предотвратимость и социальная обусловленность. Исходя из этого снижение указанного вида смертности необходимо сопровождать мероприятиями, нацеленными на рост доходов населения, снижение уровня безработицы, повышение качества медицинского обслуживания, развитие инфраструктуры и пропаганду здорового образа жизни. Позитивное воздействие перечисленных факторов поможет сберечь до 50 человек на 100 тыс. населения только в результате сокращения смертности от внешних причин.

Продолжает оставаться актуальной проблема **неустойчивости брачных союзов**. Ценность и значимость официального брака для большинства населения сохраняется, но количество браков несколько снизилось наряду с увеличивающимся числом разводов.

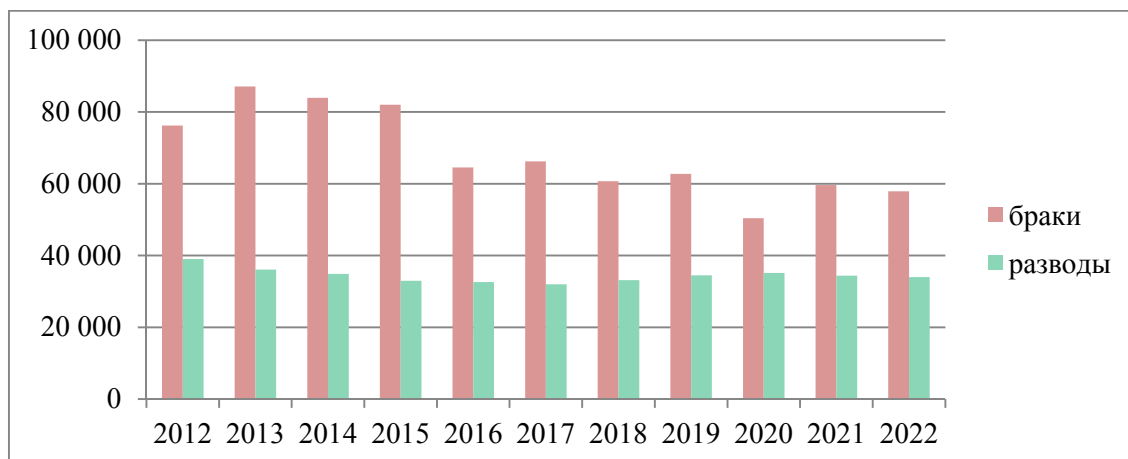


Рисунок 3. – Динамика браков и разводов в Республике Беларусь за 2012-2020гг.

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

В 2021 году коэффициент заключенных браков составил 6,4 на 1 тыс. человек, а коэффициент разводов – 3,7 (2016 год – 6,8 и 3,4 соответственно).

Подведя итоги данной работы, можно сказать, что повышение уровня и качества жизни является одной из основополагающих целей социальной политики Республики Беларусь. Она проявляется в создании благоприятных условий для раскрытия человеческого потенциала, таких как обеспечение занятости работников, повышение уровня оплаты их труда, создание соответствующей инфраструктуры и др. Полное вхождение Республики Беларусь в Болонский процесс в ближайшей перспективе, а также проведение программ по повышению рождаемости и уменьшению смертности населения, сокращение числа безработных, приведет к росту уровня жизни.

А также необходимо изучать и прогнозировать демографические процессы, так как они воздействуют на рынок труда, потребительский рынок и рынок услуг, рынок сбережений. Изменение численности населения влияет на инвестиционный климат, на социальные расходы, на систему и размеры налогообложения.

Список использованных источников

1. Галабурда, Т.С. Демографический потенциал Республики Беларусь / Т.С. Галабурда, Ю.С. Гончарук, А.Г. Король // Развитие интеллектуально-творческого потенциала молодежи: из прошлого в современность : материалы I Международной научно-практической конференции, Донецк, 8 февраля 2018 г.: [в 2 ч.] / ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», Республиканский многопрофильный лицей-интернат при ДонНУ; под общей редакцией С.В. Беспаловой. - Донецк : Изд-во ДонНУ, 2018. - Ч. 1. - С. 154-155.

2. Демографическая безопасность. Основа процветания общества, главное условие развития государства – Режим доступа: <https://lida.gov.by/ru/2023-edi-ru/view/demograficheskaja-bezopasnost-osnova-protsvetaniija-obschestva-glavnoe-uslovie-razvitija-gosudarstva-ijul-23743/> – Дата доступа: 01.04.2024

3. Корженевич, С.В. Демографическое развитие Республики Беларусь как основа устойчивого развития страны / С.В. Корженевич // 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. 109-111.

УДК 338(476)

ПУТЬ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ

А.В. Грибанов, 1 курс

Научный руководитель – **Ю.В. Мелешко**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

На сегодняшний день каждое государство нуждается в развитии своей экономики, Республика Беларусь не исключение. Развитие экономики необходимо для нормального устойчивого функционирования любой страны, а именно для улучшения качества жизни граждан, привлечения инвестиций, взаимодействия с другими странами на равных условиях и многого другого, что в совокупности должно обеспечить достойный уровень жизни людям, проживающим на территории данного государства. Каждая страна имеет индивидуальный подход к развитию своей экономики, который зависит от основного наиболее прибыльного рода деятельности граждан этой страны, сложившегося посредством исторических обстоятельств, наличия ресурсов на своей территории, географического положения и других факторов. В одних странах основу экономики составляют услуги (США, Япония, Греция, Франция), в других – промышленность (Саудовская Аравия, ОАЭ, Индонезия) и в иных – сельское хозяйство (ЦАР, Мали, Сьерра-Леоне, Сомали).

В настоящее время во всех развитых странах основным сектором экономики является сфера услуг, которая заметно преобладает над остальными составляющими ВВП [2, с. 19]. Этот результат был достигнут благодаря использованию разных методов, некоторые из которых – отказ от развития промышленности или ее цифровая трансформация, перенос наиболее вредных производств в третьи страны мира и других действий, чаще основанных на антигуманных принципах.

В экономике Республики Беларусь, впрочем, как и в большинстве стран, преобладает сфера услуг (51%), затем идет промышленность (41%), а далее – сельское хозяйство (8%). Посредством исторических обстоятельств (территориальное местоположение в составе Советского Союза) наша страна, как ни одна другая на постсоветском пространстве, имеет огромные производственные мощности (по производству грузовых автомобилей; сельскохозяйственной, строительной и бытовой техники; мебели; льняных и химических волокон; топлива; удобрений; молочных и мясных продуктов), ориентированные в прошлом на экспорт из СССР в Европу. Правительство Республики Беларусь бережно сохранило их и использует в максимально возможных для нашей страны масштабах, что нашло свое отражение в значительной составляющей промышленности в ВВП страны.

Республике Беларусь необходимо развивать свою экономику не по примеру отдельных стран, которые практически полностью акцентировали внимание на развитии сферы услуг или промышленности, а по индивидуальному плану, который должен включать развитие сразу двух направлений:

1. Грамотное развитие производства, путем создания новых производств и трансформации старых. В этом процессе необходимо использовать все разумные новейшие технологии, в том числе цифровые (машинное обучение, искусственный интеллект, облачные вычисления, обработку большого объема данных, роботизацию бизнес-процессов, интернет вещей и другие ресурсы [3, с. 108]). При этом, цифровизацию белорусской промышленности нужно осуществлять, основываясь на грамотно спланированных этапах цифровой трансформации промышленных предприятий Республики Беларусь.

2. Развитие и совершенствование сферы услуг, путем создания наиболее благоприятных условий для ее развития (внедряя в разумных пределах всевозможные цифровые технологии, выявляя и создавая новые продукты сферы услуг и др.).

В результате этого, благодаря внедрению цифровых технологий в промышленность, огромное количество рабочей силы будет перенаправлено из сферы производства в сферу услуг, при этом производственные мощности будут не уменьшены, а, наоборот, в разы увеличены [1, с. 297]. Если

посмотреть на опыт лидирующих ТНК, таких как Thyssen, Festo, Siemens и др., можно проследить, что после проведения цифровой трансформации производства произошли: снижение издержек на хранение и транспортировку производимой продукции, экономия используемых в производстве ресурсов (которые, как известно, ограничены). По данным McKinsey, внедрение цифровых технологий повысит производительность труда на 15-30% и сократит простой оборудования на 30-50%.

Исходя из стратегии «Наука и технологии: 2018–2040» в национальной промышленности будет сформирован и получен комплекс «Новая Индустрия 2040», основываясь на структуре платформы «Индустрия 4.0», предполагающую переход к цифровому локализованному производству, информатизацию процесса сборки и транспортировки компонентов под управлением и в процессе коммуникации роботизированной техники с внедренным искусственным интеллектом. Согласно Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года (НСУР-2035) выявлены и установлены основные направления цифровой трансформации промышленности: Процесс цифровизации промышленного комплекса будет осуществлен путем внедрения комплекса управлений на основе концепции «Интернет вещей», технологий трехмерной печати, высокоскоростной обработки данных, создания и использования во всех необходимых сферах роботов, цифровой трансформации инженерно-конструкторских работ на всей цепочке создания добавленной стоимости. Для достижения успешной цифровизации необходимо осуществить ряд программ, направленных на осуществление цифровой трансформации промышленности, сформировать национальные стандарты и создать центры, способных к распространению аддитивных, информационно-коммуникационных, и других технологий. Внимание будет акцентировано на создании цифровых платформ взаимодействия промышленных организаций и демонстрационных «смарт-фабрик» [4, с. 47].

Подводя итоги всего вышеперечисленного, можно сказать, что Республике Беларусь необходимо развивать одновременно и сферу услуг, и сферу производства. Такие действия поспособствуют устойчивому развитию экономики нашей страны, повышению ее конкурентоспособности и эффективности, а соответственно и увеличению ее влияния в мире, а также обеспечат получение комплекса субъектов хозяйствования, который будет способен наиболее оптимально реагировать на самые различные изменения, такие как санкции, потери рынков сбыта, ограничение поставок ресурсов и др., используя рациональные цифровые решения (поиск новых рынков сбыта, замена составляющих производства и др.). Это, в свою очередь, обеспечит национальную безопасность и в конечном итоге приведет к улучшению качества жизни нации.

Список использованных источников

1. Зонина, Н.С. Роль цифровой экономики в реформировании российского общества / Н.С. Зонина // Образование и наука в современных реалиях: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 5 нояб. 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 296–298.
2. Папикян М.А. Расширение спектра услуг как основа для роста и развития экономики страны *Economics*. 2019. № 1 (39). С. 17-22.
3. Крюкова А.А. Инструменты цифровой экономики / А.А. Крюкова, Ю.А. Михаленко // *КаЗел. науч. журнал*. – 2017. – Т.6, № 3 (20). – С.108–111
4. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года / Министерство экономики Республики Беларусь

УДК 330.33-027.236

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

М.Н. Дайнеко, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Бизнес-модель является ключевым элементом успешного функционирования любого предприятия. Под бизнес-моделью понимается аналитический подход, который позволяет полностью осознать процессы, благодаря которым компании удается зарабатывать деньги. Бизнесмены и предприниматели всегда использовали этот подход, в основном на интуитивном уровне. Современные

технологии позволяют создавать достаточно сложные бизнес-модели, но их суть остается неизменной - это системное соединение целей компании и ее бизнес-процессов с реалиями внешней среды.

Согласно Лари Боссиди и Раму Чарану, исследователям бизнеса из США, бизнес-модель - это живой процесс, основанный на реалистическом мышлении, направленный на понимание особенностей бизнеса как единого механизма. По их мнению, эффективная бизнес-модель требует адаптации и согласования внешней среды, корпоративных целей и внутренних возможностей компании путем итерации. Процесс итерации заставляет компанию ставить под сомнение существующий порядок вещей, вызывает сомнения в традиционных критериях оценки успешного бизнеса и требует прямого столкновения с реальностью, что всегда являлось сложным заданием [1].

В рамках системы управления любой компании можно выделить шесть блоков: стратегия, структура, процессы, информационные технологии, мотивация, персонал и корпоративная культура.

Бизнес-модель включает в себя все элементы системы управления, за исключением стратегии, то есть она охватывает всю внутреннюю среду компании, подконтрольную и управляемую менеджментом. Если стратегия компании ошибочна, то никакая бизнес-модель не поможет, несмотря на ее сбалансированность и эффективность. Если же стратегия компании жизнеспособна, то успех ее зависит от того, смог ли менеджмент изменить бизнес-модель в соответствии с новыми стратегическими задачами.

Рассмотрим сравнительные характеристики бизнес-модели и стратегии компании в таблице.

Таблица – Сравнительные характеристики бизнес-модели и стратегии компании

Параметры	Бизнес-модель	Стратегия компании
Сущность	Способ организации бизнеса в отрасли	Компас, направление развития компании
Ориентация	Создание ценности для потребителя и ее превращение в прибыль компании	Создание устойчивого конкурентного преимущества
Акценты анализа	Анализ отрасли и отраслевой бизнес-системы, тенденции и сценарии их развития	Анализ внешней и внутренней среды компании, конкурентный анализ
Степень уникальности	Может быть как типовой для отрасли, так и инновационной	Уникальна для компании

Примечание – Источник [3]

Анализируя таблицу 1 можно сделать вывод, что в рамках одинаковых бизнес-моделей у компаний отрасли могут быть разные стратегии. Но по сути, стратегия компании является конкретизацией выбранной бизнес-модели.

Существует множество видов успешных бизнес-моделей, вот некоторые из них со своими практическими примерами:

1. Прямая продажа: компания Dell предлагает свои продукты напрямую клиентам, обеспечивая доступ к индивидуально настроенным компьютерам и ноутбукам без посредников.

2. Подписка по модели SaaS: компания Adobe Systems предлагает подписку на использование своего программного обеспечения, такого как Adobe Creative Cloud, что позволяет клиентам использовать программы по мере необходимости, не приобретая их полностью.

3. Фриум: Spotify позволяет пользователям бесплатно слушать музыку с рекламой, но также предлагает платную подписку для получения более широких возможностей, таких как отсутствие рекламы и доступ к офлайн-режиму.

4. Платформенная модель: Uber создал платформу, которая соединяет водителей и пассажиров, обеспечивая удобство заказа такси и возможность выбора различных типов транспортных средств.

5. Модель франшизы: McDonald's позволяет предпринимателям открывать собственные рестораны под брендом, предоставляя им готовые рецепты, обучение, поддержку и маркетинговую поддержку.

В отечественных исследованиях уделяется внимание проблемам теоретического и методологического характера, связанным с нечетким определением понятия "бизнес-модель", недостаточной разработкой методических подходов к понятию, структуре и оценке бизнес-моделей предприятий, а также определением степени их инновационности [3]. Интерес представляют мнение Трапезникова С.И., который считает, что выбор эффективной бизнес-модели зависит от ответов на два ключевых вопроса: в каком бизнесе работает организация и каково ее место в цепочке создания стоимости конкретной отрасли [4]. Если первый вопрос может быть риторическим и иметь философский характер, то второй относится к определению места организации внутри отраслевой бизнес-системы и, соответственно, определяет выбор бизнес-модели. Именно проблема выбора является наиболее важной и сложной одновременно. Этот выбор включает определение границ функционирования организации на базе собственного производства или путем закупок продукции или ее составных частей, о интеграции или обособленном ведении хозяйства, о выборе партнеров и сегмента потребителей, определении конкурентов.

Кроме того, необходимо, чтобы бизнес-модель максимально учитывала особенности взаимодействия между предприятиями, а также между предприятиями и государством в отрасли. Также организации могут столкнуться с проблемами, когда их бизнес-модель не соответствует стратегическим целям и задачам компании. Такое несогласованность может привести к неоптимальному использованию ресурсов и невозможности достичь конкурентных преимуществ. Не менее важно, чтобы бизнес-модель была способной адаптироваться к изменяющейся среде и быстро реагировать на новые возможности. Организации могут столкнуться с проблемой, когда их бизнес-модель недостаточно инновационна и не способна удерживать компанию на передовых позициях.

Сейчас большинство компаний применяют бизнес-моделирование в своей работе, однако они сталкиваются с рядом трудностей. Часто руководство отказывается от реализации проекта из-за отсутствия быстрых результатов.

Эти трудности связаны со следующими явлениями:

- Сложность выбора оптимального метода моделирования для данного типа планирования, так как существует множество подходов и отсутствуют общие регламенты и нормы.
- Несовместимость существующих методов друг с другом, при этом их стоимость весьма высока, а их реализация требует большого количества времени.
- Неопределенность объекта исследования, что затрудняет процесс подготовительной аналитической работы.
- Необходимость привлечения специалистов, которые смогут профессионально разработать модели бизнес-процессов.
- Неприменение разработанных моделей на практике из-за длительного периода их разработки и утраты актуальности.
- Затраты на приобретение специального программного обеспечения.
- Низкая финансовая устойчивость предприятия, что снижает возможности внесения изменений в бизнес-процессы.
- Низкая мотивация персонала в рамках оптимизации бизнес-процессов [2].

Таким образом, применение бизнес-моделирования на практике сталкивается с тремя основными проблемами: актуальностью модели, сложностью ее построения и корректным подбором средств для ее реализации. Важное значение имеет субъективный подход к разработке моделей процессов, а также осуществление контроля над работой по моделированию. Еще одна сложность связана с отсутствием регламентации выбранных инструментов.

Можно выделить ещё одну из проблем при построении бизнес-модели – эффективность ее использования обеспечивается только при условии постоянного обновления. Необходимость систематического пересмотра бизнес-моделей обусловлена тем, что нет универсальных моделей, точно отображающих тот или иной процесс. Например, Зубков А.С., предлагающий вариант бизнес-модели коммерциализации инноваций, объясняет это тем, что инновации генерируются по-разному в различных отраслях и отвечают различным потребностям рынка [5].

Проработка основных проблем бизнес-моделирования имеет огромное значение для успешного функционирования организации, ведь это позволяет повысить качество производимых товаров или оказываемых услуг, а также снизить общую рабочую нагрузку. Для этого необходимо отсле-

живать проблемы и идентифицировать их, анализировать ошибки и своевременно сообщать о них, предоставлять отчеты о проделанной работе. То есть, для оптимизации бизнес-моделирования важно наладить обратную связь, которая позволит избежать многих проблем в будущем.

Немаловажным является и то, что осуществление проработки проблем бизнес-моделирования помогает учесть особенности взаимодействия с другими предприятиями и государством, а также вычлнить несоответствия между стратегическими целями и бизнес-моделью компании. Кроме того, разработка эффективной бизнес-модели обеспечивает возможность лучшего использования ресурсов, достижения конкурентных преимуществ и адаптации к изменяющейся среде.

Также важным аспектом является постоянное обновление и корректировка бизнес-модели, чтобы она соответствовала изменяющимся потребностям рынка и инновационным требованиям. В целом, проработка основных проблем бизнес-моделирования способствует оптимизации работы организации и обеспечению ее конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Л. Босиди, Р. Чаран. Сталкиваясь с реальностью. Как адаптировать бизнес-модель к меняющейся среде. – М.: Вильямс, 2017. – с. 16–19.
2. Джонсон М., Кристенсен К., Кагерманн Х. Обновление бизнес-модели // Harvard Business Review – Россия. Март 2017. – с.63–72. 4
3. Сухорукова А.М. и др. Концепция бизнес-модели в современной экономике предприятия // Современная экономика и управление: подходы, концепции, модели: материалы II Международной научно-практической конференции. Саратов, 2016.
4. Трапезников С.И. Развитие бизнес-моделей компаний: организационные инновации // Сибирская финансовая школа. – 2011. – № 1(78). – с. 115-118. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17672416> – Дата доступа: 22.03.2024.
5. Зубков А.С. Создание эффективной модели коммерциализации инноваций // Проблемы современной экономики. – 2017. – № 2(62). – с. 86-88. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30295686> – Дата доступа: 22.03.2023.

УДК 338.2

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN OPTIMIZING THE COMPANY'S DEVELOPMENT STRATEGY WITHIN BUSINESS PLANNING

P.S. Demyanovich, A.V. Mikhnyuk, 3rd year
Scientific supervisor – **Ya.I. Dobrinets**, assistant
Polessky State University

In the period of global digitalization, information and communication technologies are one of the most important aspects of existence for a business, which makes it more efficient, effective and allows it to quickly respond to a rapidly changing external environment, as well as customer needs. At the moment there is a high level of interest in the world about the possibilities of artificial intelligence (AI) for use in business tasks, as there are already examples of successful implementation where artificial intelligence and machine learning are radically changing the way they work and increasing the profits of organizations in different countries.

According to PwC's 2024 Global CEO Survey, 70% of business leaders believe generative AI will significantly change the way their businesses create, deliver and extract value. There is also widespread recognition of the importance of developing a generative AI strategy “early” to get ahead of the accelerating existential crisis [1].

Let's consider how modern digital technologies are used in the global market and why the use of AI gives companies advantages over competitors.

Table – Practice of using artificial intelligence capabilities

Company name	Project name	Direction of application of artificial intelligence systems
Google	Google Health	Diagnosis of health status, planning a route to the nearest hospital, reminder of when to take medications, assessing progress in fitness activities
	Medical Brain	Analysis of the patient's condition, determining the prospects for the further course of the disease, predicting the likelihood of an unfavorable outcome
Sber	Sberbank Online application	Analysis of preferences of 50 million users according to 1000 parameters and personalized creation of a package of services and information, making transfers and payments, introducing spending statistics
		Providing all loans based on the client's biometric data, studying credit history, income, expenses
		Conducting preliminary interviews with candidates for mass vacancies
Facebook	Online application	Correcting the image of eyes in a photograph of a client who blinked

Note – Source: own development based on [5]

The examples given in the table demonstrate various areas of application of AI in companies, such as medicine (Google Health, Medical Brain), financial services (Sberbank) and image processing (Facebook). In each case, AI helps improve the quality of services and optimize business processes.

A business plan is an integral element of strategic planning for an organization, and its development requires significant resources in the form of time, labor and finance. Artificial intelligence-based business plan generators offer an effective solution to automate this process, providing all the benefits of plan development and significantly reducing time and resource costs [3].

Let us highlight the following advantages of business plan generators based on artificial intelligence:

1. Optimize time and efficiency: Automating the business plan development process with the help of artificial intelligence significantly speeds up the process, allowing entrepreneurs to manage their time and resources more efficiently.

2. Focus on data: AI generators provide data analysis that provides valuable insights into market trends, competitiveness and financial forecasts, which contributes to the further refinement and success of the business plan.

3. Accessibility and Convenience: The use of AI generators has made the business planning process more accessible and understandable to a wide range of users, including those who have no experience in making plans.

4. Systematization and structuring: AI generators ensure the integrity of the business plan, facilitating the correct formatting and completion of all sections, which increases the professional level and significance of the plan to stakeholders.

5. Individualization: the ability to customize business plans to the unique needs and characteristics of the business, sector of activity, goals and brand identity ensures the personalization and adaptation of the plan for each specific enterprise.

Thus, AI-powered business plan generators provide an innovative tool for improving the quality and efficiency of business planning, helping companies develop quality, data-driven growth strategies.

Business leaders around the world see many risks associated with generative artificial intelligence, including cybersecurity risk and the potential for biased decisions or biased actions against groups of employees or customers. The use of artificial intelligence systems gives rise to a number of problems that require elimination or additional human control.

Firstly, it is necessary to form a new regulatory framework (digital law) and determine the party responsible before the law for possible robot errors (designer, developer who created the algorithm or employee, accountant, operator who did not check the result).

Secondly, it is necessary to determine how data confidentiality will be maintained and economic security will be ensured if machines analyze health, gender, age, and recognize faces automatically, without asking for human consent. In addition, the quality of the databases on which models and machine learning are built remains a problem, since a huge amount of data after cleaning and preprocessing can be signifi-

cantly reduced and turn out to be insufficient for the purpose of building a high-quality model to solve the original problem [4].

Thirdly, the rapid obsolescence of source databases, which can cause incorrect conclusions and incorrect results in machine learning.

Fourthly, the presence of the human factor, since people (humans) become intermediaries, automatizers, controllers for AI systems, and this process inevitably leads to job reductions. Another problem related to the human factor is the growing number of people wishing to work in this field and engage in Data Science, however, simple knowledge of the theory against the backdrop of a lack of understanding of the intricacies and specifics of the field for which the problems are being solved is clearly not enough.

Business uses so-called weak artificial intelligence, which can solve only narrow specialized problems using Big Data methods and machine learning algorithms. Strong artificial intelligence capable of multi-tasking is the possession of cognitive abilities and capabilities similar to those of humans.

Thus, automating processes, analyzing large amounts of data, predicting results and determining the best action strategies are all possible thanks to the use of artificial intelligence. This helps companies make informed and effective decisions, improve their competitiveness and thrive in a changing business environment.

List of references

1. PwC Global. 27th annual survey of executives of the world's largest companies, conducted by PwC [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.pwc.com/gx/en.html> – Access date: 04/04/2024.
2. Vikulova O. Artificial intelligence (AI) and the future of international trade / O. Vikulova, D. Gornostaeva // International Economics. – 2020. – No. 1. – P. 71-78.
3. Valter P., Lindgren P., Prasad R. (2018) Advanced Business Model Innovation Supported by Artificial Intelligence and Deep Learning [Electronic resource]. – Access mode: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11277-018-5612-x> – Access date: 04/02/2024.
4. Clauberg R. Cyber-physical systems and artificial intelligence: opportunities and threats to modern economies // World Civilizations. – 2020. – No. 3. – p. 107-115.
5. Morozova I.A., Korobeynikova O.M., Korobeinikov D.A., Glazova M.V. Artificial intelligence in management accounting of commercial structures: new opportunities // Economics and management. – 2020. – No. 2(41). – с. 32-38.

УДК 331

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В.С. Жукова, преподаватель
Юго-Западный государственный университет

Актуальность работы: одной из ключевых проблем успешного социально-экономического развития региона является формирование кадрового потенциала, возможного под влиянием некоторых факторов, отражающих особенности региона в том числе.

Цель работы: провести анализ формирования кадрового потенциала в условиях социально-экономического развития страны.

В настоящее время для успешного развития экономики региона необходимы ресурсы, среди которых важнейшим является кадровый потенциал.

Понятие «кадровый потенциал» в научном сообществе не имеет единого определения. Так, В.Я. Афанасьев понимает кадровый потенциал как совокупность совокупностей и возможностей всех людей, занятых в экономике [1, с. 40]. А.Д. Мухамедова считает, что кадровый потенциал – это сложная система, доминантой которого является человек, состоящая из множества подсистем и совокупности элементов, имеющая иерархическую подчиненность и зависимость, и выполняющая главную функцию – трудовую деятельность [2, с. 144].

При исследовании кадрового потенциала, было выявлено, что он является неотъемлемой частью социально-экономического развития как страны, так и региона, и отвечает такому определению

нию как средства и возможности, включающие качественные и количественные характеристики населения, которые способны обеспечить требования и нужны экономики страны.

Среди качественных и количественных показателей кадрового потенциала имеют место такие компоненты, как образовательный уровень экономически активного населения, профессиональная структура занятости, где необходимо учитывать соотношение работников разных профессий и специальностей, уровень их квалификации, который определяется знаниями, умениями и навыками работников, а также трудовая мобильность как способность специалистов перемещаться между отраслями экономики и другие.

Оценка состояния кадрового потенциала (КП) и определение факторов, влияющих на его формирование необходимы для стабильного социально-экономического развития регионов. В научных подходах ученых, выделяемые факторы, под воздействием которых происходит формирование КП, это социальные, экономические, технологические, политико-правовые и другие.

При анализе формирования кадрового потенциала нами были выделены следующие факторы: политико-правовой, демографический, экономический, образование и инновации. (Рис.1)

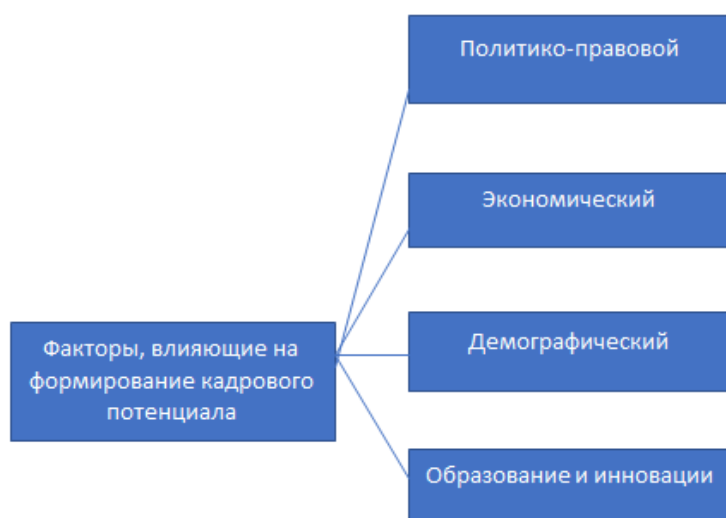


Рисунок – Факторы, влияющие на формирование кадрового потенциала региона

Социально-экономическое развитие региона зависит от уровня привлекательности региона для обучения будущих специалистов и их трудовой деятельности в дальнейшем, тем самым формируя кадровый потенциал. (3, с.158) Однако для повышения качества данного потенциала необходимо принимать комплекс мер, направленных на развитие разных социально-экономических сфер региона, в том числе образования, науки, здравоохранения и рынка труда.

Проблемы формирования кадрового потенциала региона являются актуальными и требуют комплексного подхода. Необходимо учитывать демографические процессы, кадровую политику страны и регионов, в частности дисбаланс отраслевого и регионального рынков труда. Создание эффективной модели кадровой стратегии с учетом административных, правовых и экономических критериев развития региона, а также регулярный анализ и оценка состояния кадрового потенциала позволят своевременно выявлять проблемы и разрабатывать меры по их устранению относительно формирования кадрового потенциала региона.

Список использованных источников

1. Афанасьев, В. Я. Совершенствование инфраструктуры воспроизводства кадрового потенциала вуза как стратегическое направление устойчивого развития его социальной и образовательной сферы / В. Я. Афанасьев, Е. В. Васильева // Вестник университета. – 2011. – № 26. – С. 39-43.
2. Мухаметова, А. Д. Кадровый потенциал региона и его взаимосвязь с экономическими категориями / А. Д. Мухаметова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 9-1. – С. 143-146.

3. Жукова, В. С. Высшее образование как качественный показатель кадрового потенциала региона / В. С. Жукова // Цифровая экономика: проблемы и перспективы развития : Сборник научных статей 5-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 15 декабря 2023 года. – Курск: ЗАО "Университетская книга", 2023. – С. 158-160.

УДК 658

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Жэнь Чжиан, 4 курс

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный университет

В сегодняшней высококонкурентной и быстро меняющейся рыночной среде организационные инновации и стратегии инновационного развития стали ключом к корпоративному выживанию организации и ее дальнейшему развитию. Многие компании по праву считают инновации основой конкурентоспособности и продолжают увеличивать инвестиции в исследования и разработки, чтобы воспользоваться их преимуществами в условиях жесткой конкурентной борьбы [1]. С общей точки зрения на китайских предприятиях реализация стратегий инновационного развития достигла определенных результатов, но в некоторых ее аспектах все еще существуют недостатки.

Осознание важности инноваций постепенно укоренилось в сердцах людей, а инновационные возможности предприятий улучшились. Однако по сравнению с развитыми странами все еще существует большой разрыв между ними и китайскими предприятиями с точки зрения инвестиций в инновации и результатов инноваций. Кроме того, хотя многие компании и сформулировали инновационные стратегии, в ходе их практической реализации у некоторых из них все еще возникают такие проблемы, как недостаточное понимание сути инновационных стратегий и недостаточные усилия по их реализации.

Недостатком является и то, что инновационная концепция еще не полностью интегрирована в корпоративную культуру. В процессе внедрения инноваций некоторые компании слишком много внимания уделяют краткосрочным интересам и игнорируют долгосрочную ценность инноваций. Также организационная структура недостаточно гибка, чтобы адаптироваться к потребностям инноваций. Чрезмерно громоздкие процессы принятия решений и жесткие организационные структуры заставляют компании медленно реагировать на изменения рынка. Кроме того, механизм стимулирования талантов несовершенен, что приводит к потере выдающихся талантов и трудностям в построении инновационных команд. Наконец, предприятия недостаточно инвестируют в инновации, особенно это касается выделения средств на НИОКР и развитие человеческих ресурсов, что ограничивает возможности совершенствования инновационного потенциала.

Чтобы улучшить стратегию инновационного развития компании необходимо начать с ряда важных мероприятий. Во-первых, укрепить построение инновационной культуры, чтобы сотрудники могли полностью понимать важность инноваций и интегрировать инновационные концепции в корпоративные ценности. Во-вторых, оптимизировать организационную структуру, повысить организационную гибкость и упростить процесс принятия решений, чтобы лучше реагировать на изменения рынка. В-третьих, улучшить механизм стимулирования талантов, привлечь и удержать выдающиеся таланты, а также создать эффективную инновационную команду. Наконец, увеличить инвестиции в инновации, повысить эффективность распределения средств на НИОКР и развитие человеческих ресурсов, а также обеспечить мощную поддержку корпоративных инноваций. Все это позволит улучшить стратегию инновационного развития организации и принесет ей устойчивые конкурентные преимущества [2].

Столкнувшись с проблемами при реализации стратегий инновационного развития, компании должны принять ряд мер по их улучшению. Прежде всего, нужно усилить осведомленность сотрудников об инновациях. Для этого предприятия должны организовывать их регулярное обучение и проводить семинары по инновациям для повышения компетентности сотрудников и повышения их возможностей в сфере создания и использования инноваций. Во-вторых, нужно создать диверсифицированные каналы инноваций, поощрять сотрудников к активному участию в иннова-

ционных проектах и развивать внутреннюю атмосферу инноваций и предпринимательства. Кроме того, следует укреплять сотрудничество с другими предприятиями, научно-исследовательскими учреждениями и университетами, в полной мере использовать внешние инновационные ресурсы и повышать эффективность корпоративных инноваций. Наконец, нужно реализовывать стратегию открытых инноваций, активно усваивать и изучать международный передовой инновационный опыт, а также обеспечивать постоянную поддержку корпоративным инновациям. В процессе реализации стратегии инновационного развития предприятиям необходимо: совершенствовать систему управления инновациями с целью обеспечения эффективного продвижения инновационных проектов, сформулировать четкий план реализации инновационной стратегии, создать специальные фонды для финансирования инноваций, усилить контроль инновационного процессам [3]. Что касается оценки инновационной стратегии, то предприятия должны создать полную систему оценки, включая оценку инновационных достижений, оценку инновационного процесса и оценку инновационного потенциала. Посредством регулярной оценки можно будет оперативно обнаруживать проблемы в реализации инновационных стратегий, оптимизировать распределение ресурсов, повышать эффективность и актуальность инновационных стратегий. Также необходимо отслеживать изменения во внешней среде и корректировать стратегические цели и планы реализации инноваций.

Благодаря реализации вышеуказанных мероприятий предприятия смогут постоянно повышать эффективность реализации стратегий своего инновационного развития, заложив тем самым прочную основу для долгосрочного эффективного функционирования и непрерывного развития.

Список использованных источников

1. Болоник, А.И. Инновации в развитии экономики и общества: монография / А.И. Болонин, Ю.В. Рагулина. – М.: RuScience, 2022. – 121 с.
2. Баранчев, В.П. Управление инновациями: учебник для бакалавров / В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 711 с.
3. Кудина, М.В. Инновационная экономика: теория и практика: учебник / М.В. Кудина. – М.: Издательство Московского университета, 2023. – 303 с.

УДК 338.24

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.И. Залуцкая, 2 курс

Научный руководитель – **А.С. Панюсько**, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

Промышленный комплекс является важнейшим межотраслевым комплексом национальной экономики. Под воздействием промышленности развивается сложная система экономических связей, растут города, формируются сельскохозяйственные сырьевые базы, пути сообщения, разрабатываются новые источники сырья, топлива, энергии.

Беларусь является страной с разнообразной промышленностью, включающей в себя несколько наиболее развитых отраслей. Крупнейшие предприятия страны представлены в таких сферах, как машиностроение (БелАЗ и Минский тракторный завод), химическая промышленность (ОАО «Беларуськалий», ОАО «Нафтан» и ОАО «Гродно Азот»), производство продуктов питания (Гродненский и Волковысский МК, МЗ «Беллакт», ОАО «Молочный мир», ОАО «Гродненский мясокомбинат») и текстильная промышленность (ОАО «Брестский чулочный комбинат», РУПП «Барановичская трикотажная фабрика», ОАО «Солигорское трикотажное предприятие «Купалинка», ПТП «Полесье»).

29 июля 2021 года был подписан Указ № 292, которым утверждена Программа социально-экономического развития Беларуси на 2021-2025 годы, основные положения которой одобрены шестым Всебелорусским народным собранием. Одной из основных целей данной программы является рост конкурентоспособности промышленного комплекса [1].

Промышленное производство формирует более четверти валового внутреннего продукта Беларуси – 28,3%. На рисунке представлена динамика общего объёма промышленного производства за 2019-2023 гг.

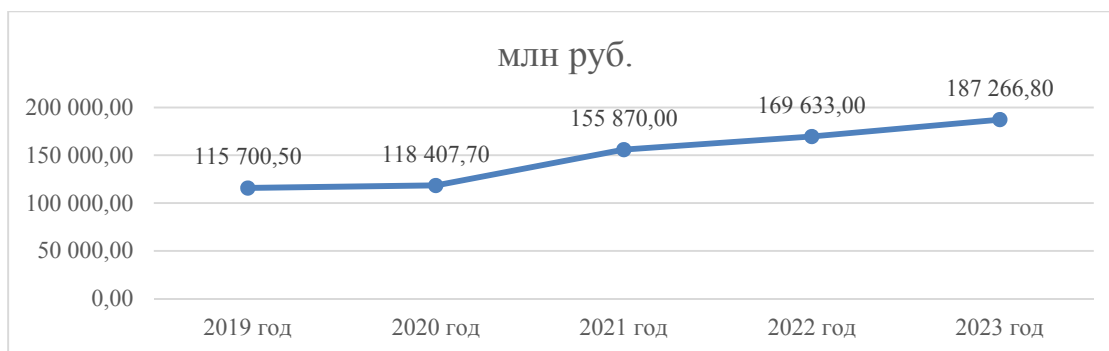


Рисунок – Динамика общего объёма промышленного производства Республики Беларусь за 2020-2023 гг., в млн руб.

Примечание – Собственная разработка на основе источника [2]

Исходя из данных, представленных на рис. 1, можно заметить, что динамика объёма промышленного производства Республики Беларусь за период с 2019 по 2023 год показывает разнонаправленные тенденции. В 2020 году наблюдался незначительный рост производства (2,3%) из-за экономических трудностей и пандемии COVID-19. Однако с постепенным ослаблением пандемии и принятием мер по поддержке промышленности, уже в 2021 году можно было отметить восстановление производства.

В последующие годы, с 2022 по 2023, также отмечается стабильный рост объёма промышленного производства. Это связано с улучшением экономической ситуации в стране, введением новых инвестиционных проектов и совершенствованием производственных технологий. Важную роль в развитии промышленности играют государственная поддержка предприятий, развитие инфраструктуры и улучшение условий для бизнеса.

Однако в 2022 году, вызванная политически нестабильная ситуация, как в мире, так и в Республике Беларусь, принесла определенные трудности. Объём промышленного производства в Беларуси резко сократился из-за ужесточения санкций и ухудшения внешнеэкономических связей. На многих отечественных предприятиях были вынуждены сокращать производство и уменьшать штат сотрудников, что в целом негативно отразилось на общей экономической ситуации в стране.

Обеспечение условий для формирования конкурентоспособности относится к числу важнейших национальных приоритетов. Конкурентоспособность страны формируется на различных уровнях, а именно, на уровне предприятия, региона и страны в целом. При этом особое значение имеет региональный уровень, поскольку с одной стороны, конкурентные позиции страны зависят от социально-экономического потенциала регионов и эффективности производства в их отраслях, а с другой – региональные различия в месте нахождения национальных предприятий оказывают большое влияние на создание и поддерживание их конкурентных преимуществ [4, с.50].

Проанализируем конкурентоспособность регионов (Брестская, Витебская, Гомельская, Могилёвская, Гродненская и Минская области, а также город Минск) по показателю промышленного производства.

Таким образом, в период с 2020 по 2022 год общий объём промышленного производства увеличился на 44%, однако в структуре регионов наблюдается определенная неравномерность: значительно увеличились доли Гомельской и Минской областей. Стабильно высокие, однако имеющие тенденцию к незначительному снижению, показатели доли объёма промышленного производства в Брестской (- 0,2%), в Витебской (- 0,9%) и в городе Минске (- 1%). Если суммарно оценивать удельный вес г. Минска и Минской области, то за анализируемый период он остался неизменным.

Темп прироста объёма промышленного производства за 2020-2022 гг. вырос и составил: в Брестской области – 42,3%, в Витебской – 34%, в Гомельской – 50,2%, в Гродненской – 45,2%, в Минской – 51,2%, в Могилевской – 45,3%, в г. Минске – 35,2%.

Таблица – Анализ структуры объёма промышленного производства по областям Республики Беларусь (тенденции 2020–2022 гг.)

Регион	2020 год		2021 год		2022 год		Абсолютный прирост 2022/2020, тыс. руб., +/-	Темп роста 2022/2020, %
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %		
Республика Беларусь, всего	118 407 741	100	155 870 028	100	170 378 006	100	51 970 265	144
В том числе:								
Брестская область	14 060 589	11,9	17 072 906	11,0	20 006 782	11,7	5 946 193	142,3
Витебская область	15 801 877	13,3	20 622 584	13,2	21 161 673	12,4	5 359 796	134
Гомельская область	22 191 768	18,7	32 523 373	21	33 334 021	19,6	11 142 253	150,2
Гродненская область	13 108 178	11,1	17 383 077	11,1	19 036 174	11,2	5 927 996	145,2
г. Минск	19 074 701	16,1	21 898 151	14,0	25 799 382	15,1	6 724 681	135,2
Минская область	23 436 940	19,8	32 882 031	21,1	35 447 971	20,8	12 011 031	151,2
Могилевская область	10 733 688	9,1	13 487 906	8,6	15 592 003	9,2	4 858 315	145,3

Примечание – Собственная разработка на основе источника [3]

Таким образом, проанализировав структуру и динамику промышленного комплекса Республики Беларусь, можно сделать следующий вывод: несмотря на некоторые сложности, связанные с внешней экономической конъюнктурой и санкциями, принятыми против страны, промышленный комплекс продемонстрировал устойчивость и потенциал роста. Он сохраняет свою значимость и играет важную роль в экономике страны. При правильной стратегии развития и поддержке со стороны государства, отрасль сможет успешно преодолевать вызовы современной реальности и обеспечить стабильный экономический рост.

Список использованных источников

1. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь 29 июля 2021 г. № 292 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь Режим доступа: pravo.by. – Дата доступа: 05.04.2024.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/indeks-promyshlennogo-proizvodstva. – Дата доступа: 05.04.2024.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=136967>. – Дата доступа: 05.04.2024.
4. Филипенко, В.С. Национальная экономика Беларуси : для экономических специальностей [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В.С. Филипенко, Т.В. Зглюй, А.С. Панюсько ; УО «Полесский государственный университет». - Пинск : ПолесГУ, 2022. - 171 с.

УДК 004.056 : 330

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Е.А. Зенько, О.И. Полуйчик, 3 курс
Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Процесс формирования глобальной информации общество развивает неуклонно возрастающими темпами. Сегодня мы становимся свидетелями широкого внедрения фундаментально новых инструментов управления экономическими системами как на уровне отдельных стран, так и в гло-

бальном масштабе. Появился новый термин «цифровая экономика», подразумевающий использование современных информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в обеспечении функционирования экономической системы.

При внедрении цифровой экономики становится очень важной проблема информационной безопасности, поскольку наша страна имеет слабо развитую законодательную базу по этому вопросу, а программное обеспечение, в том числе и российское, недостаточно развито. Утечка любой информации может стоить любому предприятию дорого, поэтому необходимо усиление информационной безопасности.

Под информационной безопасностью понимается защищенность информации и поддерживающей ее инфраструктуры от любых случайных или злонамеренных воздействий, результатом которых может явиться нанесение ущерба самой информации, ее владельцам или поддерживающей инфраструктуре.

Государственные и частные предприятия накапливают огромные и растущие объемы информационных активов. Предприятия и частные лица все больше полагаются на информационные и технологические активы для предоставления или приобретения товаров, услуг и информации. Предприятия и частные лица также все чаще доверяют свою информацию другим предприятиям или частным лицам. Как в странах с высоким уровнем дохода, так и в развивающихся странах люди осваивают цифровые технологии.

Глобальные прямые денежные потери от киберпреступности в 2020 году почти удвоились до 945 миллиардов долларов США с 522,5 миллиардов долларов США в 2018 году, а расходы на кибербезопасность в 2020 году, как ожидается, превысят 145 миллиардов долларов США, что в совокупности составит 1,3% мирового ВВП. Среди общего количества нарушений кибербезопасности около 95% из них вызваны человеческая ошибка.

Исследователи из школы Кларка при Университете Мэриленда являются одними из лидеров в предоставлении количественной оценки хакерских атак через Интернет. В среднем каждый 39 секунд происходит хакерская атака. Большинство атак направлены на кражу имен пользователей и паролей, которые используются физическими и юридическими лицами. Среди всех атак, направленных на предприятия, 43% кибератак нападения были направлены против малого бизнеса. Между тем, компании тратят в среднем 7,68 миллиона долларов на снизить риски безопасности, связанные с кибератаками [1].

Для государственных компаний цена гораздо выше, поскольку они сталкиваются с большим количеством угроз. Средняя утечка данных на государственном предприятии оценивается в 116 миллионов долларов. Более того, наиболее распространенными методами получения личных и корпоративных данных являются: вредоносные программы (34%), мошенничество (25%), несанкционированный доступ (20%) и неправильная настройка (12%). При этом 43% компаний подвергшиеся атакам, не смогли идентифицировать эти атаки.

Информационная безопасность играет ключевую роль в обеспечении долгосрочного и успешного функционирования системы бизнеса, поскольку это способствует его защите от внешних и внутренних угроз, связанных с раскрытием информации позволяет предприятию сохранить свою репутацию и свою ценность для потенциальных инвесторов, собственники и контрагенты.

С одной стороны, информационная безопасность может быть обеспечена за счет внедрение технической службы предприятия, которая будет отвечать за информационные технологии и защита информации. С другой стороны, эффективное управление информационной безопасностью невозможно без поддержки высшего руководства, которое поймет важность этого проблемы и будет способствовать разработке на предприятии соответствующей политики и процедур для обеспечение информационной безопасности, а также понимать важность финансирования защиты информации на необходимом уровне.

На предприятиях существует прямая связь между уровнем информационной безопасности корпоративного управления и соблюдения корпоративной культуры и этического кодекса, частью которого является использование доступная сотрудникам информация по различным аспектам деятельности компании.

Источники угроз информационной безопасности делятся на внутренние и внешние. Соотношение внутренних и внешних угроз примерно 80 к 20. Внешнее включают в себя конкурентов, контрагентов, преступные группы, хакеров и другие лица, заинтересованные в информации, кото-

рая находится в распоряжении предприятия. Внутренние угрозы могут быть вызваны человеческим фактором (умышленное или неосторожное разглашение информации руководством предприятия, работниками, включая ИТ-специалистов, его утечку или несанкционированный доступ к источникам) или техническими средствами, используемыми при предприятии (программное обеспечение, электронная почта, другие средства связи).

Еще одной составляющей информационной безопасности является построение комплексной системы информационной безопасности. Защита, функционирование которой позволит защитить ее от любого случайного или целенаправленного вторжения, что может привести к его повреждению, утрате или редактированию и, как следствие, к возникновению дополнительных затрат на его возобновление или возникновение убытков, вызванных утечкой конфиденциальной информации.

К основным методам защиты информации в электронной форме относятся:

- средства идентификации пользователей и управление правами доступа позволяют администраторам контролировать действия сотрудников в системе;
- средства шифрования защищает информацию на компьютерах и в сети, делая ее перехват сложным при передаче через электронные каналы связи;
- средства антивирусной защиты;
- системы обнаружения сетевых уязвимостей и анализаторы сетевых атак;
- сетевой межсетевой экран и виртуальные частные сети [2].

Система управления информационной безопасностью должна соответствовать следующим принципам:

1. Ответственность и подотчетность – следует определить, за какую информацию каждый из сотрудников, несущий ответственность, его роль в обеспечении информационной безопасности.

2. Осведомленность о существующей корпоративной культуре на предприятии, что позволит построить отношения, основанные на взаимном доверии и тем самым исключают существующие риски в области информационной безопасности сфера.

3. Соответствие действующим правовым актам, что позволяет обеспечить информационную безопасность на уровне предприятия без нарушения национальных или межгосударственных требований.

4. Постоянный аудит действующей системы информационной безопасности и оценка ее соответствия целей организации, что позволяет выявить существующие слабые места в процедурах, используемых для улучшения его эффективность за счет устранения существующих проблем и оплошностей [3].

В заключение отметим, что особенности информационной безопасности в экономической среде играют решающую роль в защите конфиденциальных данных и обеспечении бесперебойного функционирования бизнеса. Быстрое развитие технологий принесло множество преимуществ, но оно также подвергло организации различным киберугрозам. Поэтому предприятиям крайне важно внедрить надежные меры информационной безопасности для защиты своих ценных активов, поддержания доверия клиентов и соблюдения законодательных и нормативных требований.

Список использованных источников

1. Лойко, В. И. Информационная безопасность : учебное пособие / В. И. Лойко, В. Н. Лаптев, Г. А. Аршинов, С. Н. Лаптев. – Краснодар : КубГАУ, 2020. – 332 с.
2. Нестеров, С. А. Основы информационной безопасности / С. А. Нестеров. – 3-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Лань, 2024. – 324 с.
3. Капгер, И. В. Управление информационной безопасностью : учебное пособие / И. В. Капгер, А. С. Шабуров. – Пермь : ПНИПУ, 2023. – 91с.

**ПОПЫТКА УСТАНОВЛЕНИЯ ПОНЯТИЙНОЙ ВЗАИМОСВЯЗИ:
КУЛЬТУРНЫЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ****А.В. Ивахова, 3 курс****Научный руководитель – Т.В. Сергиевич, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет**

Современные социальные, экономические и политические факторы, оказывающие влияние на состояние мировой экономической системы общества, ставят необходимым разработку новых подходов к обеспечению эффективности развития общества, а также обеспечению экономической, социальной, информационной и идеологической безопасности общества и экономики, в частности. В данном контексте теоретическое изучение таких основополагающих экономических категорий, как социальный и культурный капитал представляется крайне необходимым этапом для отечественной экономической науки.

Понимая под капиталом, вслед за В. В. Радаевым, «накапливаемый хозяйственный ресурс, который включен в процессы воспроизводства и возрастания стоимости путем взаимной конвертации своих разнообразных форм» [1, с. 21], отметим одно из основополагающих свойств капитала – его способность конвертироваться в различные формы капитала. Так, все существующие формы капитала «могут в той или иной мере конвертироваться в экономический капитал, в том числе в его денежную форму. Социальный капитал приносит информацию об экономических ресурсах. Административный капитал открывает наиболее краткий путь к их источникам. А политический капитал дает возможность побороться за эти источники. Культурный капитал облегчает способы мобилизации экономического капитала...» [1, с. 29]. За счет конвертируемости форм капитала, именно категории социального капитала и культурного капитала зачастую тяжело разграничиваемы.

Рассуждая об основополагающей роли культурного фактора в ходе развития экономической системы общества, С. Ю. Солодовников определяет культуру как «систему исторически развивающихся надбиологических программ человеческой деятельности, выступающих условием воспроизводства и изменения социальной жизни во всех ее основных проявлениях и представляющих собой общественный способ удовлетворения естественных потребностей, обычно многократно опосредованных» [2, с. 12]. Культурный опыт (или культурный код), который выражается в форме совокупности наследуемых от поколения к поколению привычек, обычаев и традиций, норм поведения и морали, накопленных знаний, идей и ценностей по своей сути и представляет собой культурный капитал (инкорпорированное его состояние в соответствии с концепцией П. Бурдье [3, с. 61]). Культурный капитал не всегда можно представить в физической форме, из-за чего его невозможно передать в ходе единовременного акта обмена: культурный капитал накапливается в процессе длительного воспитания и социализации в той или иной культурной среде. Таким образом, специфической чертой культурного капитала является его представленность в форме жизненного опыта поколений, их традиций, морали, в связи с чем невозможно отделить культурный капитал от человека.

Социальный капитал, в свою очередь, представляет собой «совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью <...> более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания – иными словами, с членством в группе» [3, с. 66]. Особенностью социального капитала является накопление именно долгосрочных устойчивых контактов, основанных на доверии, уважении, дружбе, благодарности и т. д. Объем социального капитала, в таком случае, определяется размером сети социальных контактов индивида и объемом капитала (во всех его формах) всех участников данной социальной сети контактов. Воспроизводство социального капитала осуществляется путем постоянного социального обмена, а также путем создания новых социальных связей. В отличие от культурного капитала, социальный капитал обязательно предполагает непрерывающуюся деятельность по установлению и поддержанию полезных социальных контактов, в противном случае возможна утрата накопленного социального капитала.

Взаимосвязь культурного и социального капитала достаточна очевидна: помимо их гармоничного взаимодополнения, наличие одного вида капитала позволяет гораздо большими темпами накапливать второй вид капитала. Так, высокий уровень культурного капитала открывает возможность для установления более качественных социальных контактов с окружающими людьми, взаимодействие с которыми, в свою очередь, предполагает синергетический эффект от коммуникации и повышает общий уровень культурного капитала всех участников социальной сети. При этом стоит понимать, что, несмотря на кажущуюся схожесть понятий культурного и социального капитала, они обозначают разные социально-экономические явления, соответственно не являются синонимичными понятиями.

Список использованных источников

1. Радаев, В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // Экономическая социология. – 2002. – № 2. – С. 20–32.
2. Солодовников, С. Ю. Цивилизация, экономическая система общества, институциональные матрицы: феноменологическая природа и взаимообусловленность / С. Ю. Солодовников // Вестн. Гродн. гос. ун-та им. Я. Купалы. Сер. 5. – 2011. – № 2 (11). – С. 10–24.
3. Бурдые, П. Формы капитала / П. Бурдые; ред. В. В. Радаев // Journal of Economic Sociology. – 2002. – Т. 3. № 5. – С. 60–74.

УДК 657.471.61

НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ЧСУП «РЕМСАНТЕХСТРОЙ»

А.В. Калоша, магистрант

Научный руководитель – А.В. Киевич, д.э.н., профессор

Полесский государственный университет

Статья содержит анализ структуры и динамики расходов ЧСУП «Ремсантехстрой», а также разработку возможных направлений по их оптимизации с учетом специфики строительной деятельности.

Экономное использование имеющихся ресурсов - одно из условий рациональной деятельности и наращивания прибыли предприятия. В этой связи представляет интерес все расходы, произведенные в интересах получения экономических выгод.

Частное предприятие «Ремсантехстрой» – предприятие в Кобринском районе, которое занимается строительством многоквартирных жилых домов и их отделкой, а также строительством жилья на селе и долевым строительством.

В таблице 1 представлена структура расходов ЧСУП «Ремсантехстрой» за 2021-2023 гг.

Таблица 1. – Структура расходов в ЧСУП «Ремсантехстрой» за 2021-2023 гг., %

Показатель	Удельный вес, %			Абсолютное отклонение, п. п.	
	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Расходы по текущей деятельности	92,58	90,25	93,12	-2,33	2,87
Расходы по инвестиционной деятельности	0,44	0,38	0,23	-0,06	-0,15
Расходы по финансовой деятельности	6,97	9,37	6,65	2,4	-2,72

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

Таким образом, в структуре расходов ЧСУП «Ремсантехстрой» за 2021-2023 гг. наибольший удельный вес занимают расходы по текущей деятельности, доля которых выросла за рассматриваемый период на 0,54 п. п. за счет снижения доли расходов по финансовой и инвестиционной деятельности. Произошло также снижение доли расходов инвестиционной деятельности на 0,22 п. п., а также снижение доли расходов по финансовой деятельности, что связано с ростом доли расходов по текущей деятельности.

Рассмотрим динамику расходов в ЧСУП «Ремсантехстрой» за 2021-2023 гг.

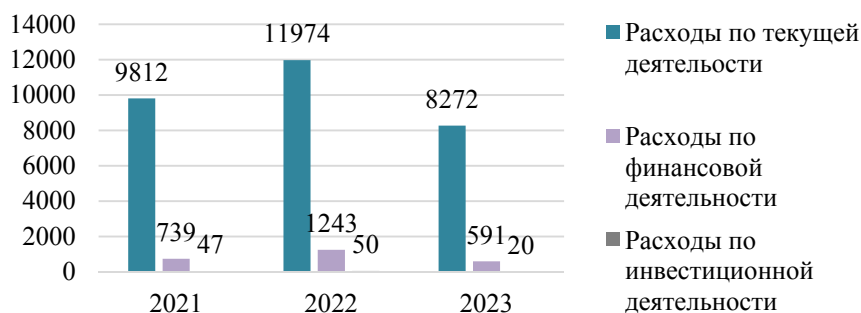


Рисунок – Динамика расходов в ЧСУП «Ремсантехстрой» за 2021-2023 гг., тыс. рублей

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2]

Общий объем расходов в ЧСУП «Ремсантехстрой» за анализируемый период 2021-2023 гг. снизился на 16,15% или на 1715 тыс. рублей. Расходы по текущей деятельности уменьшились на 15,70% на 1540 тыс. рублей. Существенное снижение обусловлено спадом производственной деятельности. Расходы по инвестиционной деятельности в ЧСУП «Ремсантехстрой» за период 2021-2023 гг. снизились на 57,45% или на 27 тыс. рублей. Расходы по финансовой деятельности в ЧСУП «Ремсантехстрой» за анализируемый период 2021-2023 гг. снизились на 20,03% или на 148 тыс. рублей. Снижение связано с нестабильностью валютного рынка, что является следствием реализации объектов многоквартирных жилых домов в иностранной валюте.

Для оптимизации расходов ЧСУП «Ремсантехстрой» можно предложить реализовать следующие мероприятия:

1. ремонт растворо-бетонного участка, что предотвратит замерзание теплотрассы и позволит отказаться от закупки смеси в зимний период, а также появится возможность осуществлять реализацию смеси;
2. вложение денежных средств в финансовые инструменты, что позволит получить прибыль по инвестиционной деятельности.

ЧСУП «Ремсантехстрой» за зимний период произвело расходы в размере 102,97 тыс. рублей на закупку бетонной и растворной продукции. Экономия от использования бетонной смеси собственного производства составляет 878,71 тыс. рублей. Поэтому целесообразным является ремонт тепловой сети. Рассчитаем затраты необходимые для ремонта, используя нормативы, устанавливающие расход ресурсов в натуральном выражении, утвержденные постановлением Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 10 февраля 2022 г. №19 [1]. Расчет стоимости выполненных работ выполнен с использованием программы «SMR PRO» и представлен в таблице 2. Предполагается осуществление работ хозяйственным способом.

Таблица 2. – Расчет стоимости выполненных работ на ремонт тепловых сетей в ЧСУП «Ремсантехстрой»

Наименование затрат	Стоимость выполненных работ и затрат, руб.
Заработная плата	2721,86
Эксплуатация машин и механизмов всего	859,41
Материалы	7586,80
Транспортные и заготовительно-складские расходы	638,35
Общехозяйственные и общепроизводственные расходы	3691,11
Отчисления на социальное страхование	1016,99
ВСЕГО выполнено работ	16 514,52

Примечание – Источник: собственная разработка

Таким образом, срок окупаемости ремонтных работ тепловых сетей к участку изготовления растворо-бетонных смесей составит: $16\ 514,52 / 8\ 787,12 = 1,9$ года. Однако, учитывая возможность

реализации сторонним организациям, срок окупаемости будет меньше.

Рассмотрим мероприятие, направленное на активизацию инвестиционной деятельности, что позволит получить дополнительный доход. Предположим вложение денежных средств в депозит банка ОАО «Паритетбанк», а также в облигации, размещаемые на ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа». Распределим сумму для инвестирования в размере 30,2 тыс. рублей (10% от чистой прибыли 2023 года) по финансовым инструментам с целью диверсификации, рассчитаем полученный доход по ним и скорректируем его на прогнозный индекс инфляции (1,06) (таблица 3).

Таблица 3. – Оценка результатов вложения денежных средств в ЧСУП «Ремсантехстрой» на 2024 год, тыс. руб.

Показатель	Прогноз 2024	Вклад ОАО «Паритетбанк»	Облигации Министерства финансов»	Прогноз 2024 с учетом мероприятий	Абсолютное отклонение, руб.
Доходы по инвестиционной деятельности	8246,62	15,31	15,68	8277,62	30,99
Расходы по инвестиционной деятельности	8136,73	15,10	15,10	8166,93	30,20
Прибыль по инвестиционной деятельности	109,89	-	-	110,69	0,797

Примечание – Источник: собственная разработка

Таким образом, при вложении денежных средств в рассмотренные финансовые инструменты произойдет увеличение доходов по инвестиционной деятельности на 30,99 тыс. рублей или на 0,38%, расходы по инвестиционной деятельности увеличатся на 30,2 тыс. рублей или на 0,37%. Экономический эффект составит 0,797 тыс. рублей.

Список использованных источников

1. О нормативах расхода ресурсов в натуральном выражении в строительстве [Электронный ресурс] : постановление Министерства арх. И стр. Респ. Беларусь, 10 февраля 2022 г., № 19: – Режим доступа <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22237988p>. – Дата доступа: 09.03.2024.
2. Отчет о прибылях и убытках ЧСУП «Ремсантехстрой» за 2021-2023 гг.

УДК 331.56

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕЁ ПРЕОДОЛЕНИЯ

А.С. Капитонова, 2 курс

Научный руководитель – А.С. Панюсько, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

На сегодняшний день одной из ключевых целей эффективного социально-экономического развития страны является достижение «полной занятости».

Важность данного исследования заключается в необходимости глубокого научного анализа проблемы безработицы, разработке комплексных подходов и практических рекомендаций, которые могут быть применены для развития и реализации эффективной экономической и социальной политики, направленной на обеспечение занятости трудоспособного населения и снижение уровня безработицы до минимума.

Под полной занятостью понимается такое состояние, при котором обеспечены работой все нуждающиеся и желающие работать, что позволяет достичь сбалансированного соотношения между спросом и предложением труда [1, с. 119].

В соответствии с законом «О занятости населения Республики Беларусь», безработица – социально-экономическая ситуация, при которой часть трудоспособного населения, желающая работать по трудовому договору, осуществлять деятельность по гражданско-правовому договору,

предметом которого является выполнение работ, оказание услуг и создание объектов интеллектуальной собственности (далее, если не указано иное, – гражданско-правовой договор), а также иную деятельность, приносящую доход, не может применить свою рабочую силу [2].

Одним из множества макроэкономических показателей, который представляет интерес не только для работников финансовой сферы, но и общества в целом, является уровень безработицы.

Итак, на рисунке 1 представлена динамика уровня безработицы Республики Беларусь за 2019 – 2023 годы.

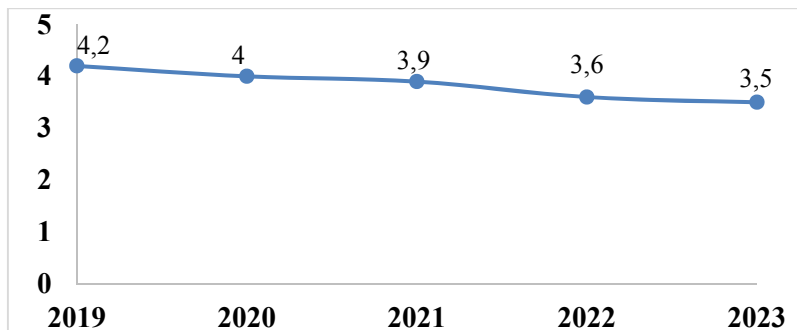


Рисунок 1. – Динамика уровня безработицы в Республике Беларусь за 2019-2023 годы, в %
Примечание – собственная разработка на основе источника [3]

Согласно данным, представленным на рисунке, можно утверждать, что уровень безработицы постепенно снижается, и по итогам 2023 года составил 3,5% среди населения трудоспособного возраста.

Далее на графике представлена динамика изменения численности зарегистрированных безработных Республики Беларусь за 2019 – 2023 гг. (рисунок 2).

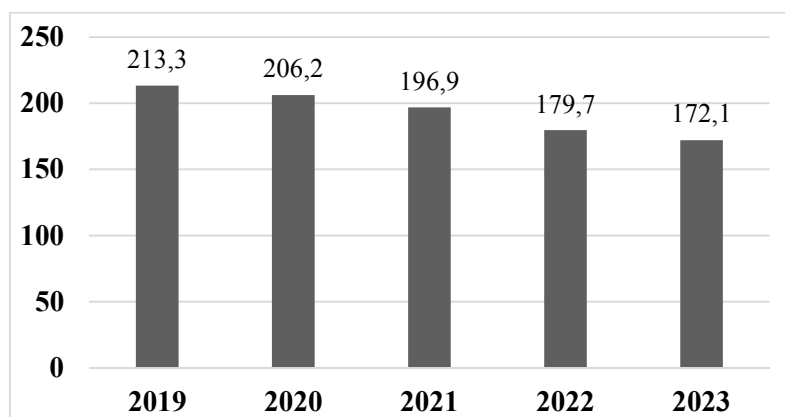


Рисунок 2. – Динамика численности безработных Республики Беларусь за 2019-2023 годы, тыс. человек

Примечание – собственная разработка на основе источника [3]

Как можно заметить, с каждым годом численность безработного населения значительно снижается. По итогам 2023 года количество безработных в стране сократилось на 7,6 тыс. человек по сравнению с предыдущим годом. В целом, за последние 5 лет количество безработных в стране уменьшилось на 41,2 тыс. человек.

Однако, стоит также отметить, что и численность экономически активного населения Республики Беларусь за данный период сократилась на 119,9 тыс. человек.

Если рассматривать безработицу по половому признаку, то можно заметить, что прослеживается преобладание мужской безработицы над женской. За последние 5 лет мужская безработица превышает женскую примерно на 40%.

Согласно данным выборочного исследования больше всего безработных выявлено в сельской местности – 4,3%. В городах безработных меньше – 3,3%.

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что проблема безработицы в Республике Беларусь не является критической, но всё же требует внимания со стороны государства и общественных организаций.

Достижение полной занятости связано с обеспечением сбалансированности численности трудоспособного населения и количества необходимых для него рабочих мест. Осуществляя политику занятости, государство реализует следующие программы:

- Государственная программа «Рынок труда и содействие занятости» на 2021 – 2025 годы;
- Государственная программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021 - 2025 годы.

Реализация этих программ предполагает конкретные меры со стороны государства: усиление социальной поддержки безработных граждан, проживающих на территориях с напряженной ситуацией на рынке труда; содействия в формировании и реализации «карьерной траектории» для молодых граждан, обратившихся в органы государственной службы занятости; создание новых рабочих мест и организацию общественных работ; организации и проведения для граждан тренингов, семинаров по обучению методам самостоятельного поиска работы, составления резюме, подготовке к собеседованию с потенциальным нанимателем, в том числе для отдельных целевых групп – лиц с инвалидностью, молодежи, женщин, не работавших в связи с уходом за ребенком, других категорий граждан, длительное время не работавших и т. п. [4].

Эффективная реализация государственных программ по обеспечению занятости населения в Республике Беларусь предполагает большие перспективы. Развитие предпринимательства, образования и социальной защиты позволит создать благоприятные условия для увеличения числа рабочих мест и снижения уровня безработицы. Однако важно постоянно анализировать эффективность программы и корректировать её в соответствии с изменяющейся экономической ситуацией [5, с. 396].

Определённо, необходимо учитывать, что безработица была, есть и будет, поэтому основной задачей государственных органов занятости населения должно быть предотвращение длительной безработицы. Следовательно, основной упор должен быть сделан на профориентационную работу с населением страны, переподготовку специалистов, помощь в предпринимательской деятельности и др.

Кроме того, важно проводить мониторинг и анализ рынка труда, чтобы своевременно выявлять наличие проблем, вызванных безработицей, и разрабатывать эффективные меры по их устранению.

Список использованных источников

1. Шашкова, С. Н. Функционирование рынка труда в современном обществе: учебник / С. Н. Шашкова. – Тула: ТулГУ, 2022. – 364 с.
2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3941&p0=2024004001>. – Дата доступа: 10.03.2024.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 10.03.2024.
4. Государственная программа «Рынок труда и содействие занятости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mintrud.gov.by/ru/rinok-truda2021-gu>. – Дата доступа: 02.04.2024.
5. Панюсько, А.С. К вопросу о проблеме безработицы и поиска путей её решения в Республике Беларусь / А.С. Панюсько, К.В. Гороховик, // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей XIV Международной научно-практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики, Пинск, 27 октября 2023 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; ред. кол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2023. – С. 394–397.

**ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ «БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО»
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****В.А.Каптурович**, 2 курсНаучный руководитель – **А.В. Ковалев**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

В современном мире концепция бережливого производства обретает все большую популярность среди компаний-производителей. Немногочисленные белорусские организации, которые начали внедрять бережливое производство по примеру предприятий таких развитых стран как США (Ford Motor Company); Япония (Toyota Motor Corporation); Германия (BMW AG) являются новичками, формирующими свои производственные системы в данной концепции.

Мировые тенденции развития производственного сектора экономики заставляют отечественных хозяйственных субъектов выходить из привычного для них статичного состояния. Как говорил Эдвард Деминг-американский статистик и консультант по менеджменту «Вы можете не меняться. Выживание не является обязанностью» [2]. В этих словах заключается идея постоянного совершенствования производственной системы любой организации, которая стремится к росту благосостояния и сохранению конкурентоспособности своей продукции.

Перспективы применения концепции «Бережливое производство» в Беларуси просто колоссальные, так как страна ограничена в ресурсах, и в этом мы ближе к исходному состоянию Японии в те годы, когда Тойота только нащупывала свою новую роль в мире. Производственные предприятия должны всерьез задуматься над своей эффективностью и приложить максимум усилий к повышению конкурентоспособности.

Бережливое производство – это сложный процесс, который базируется на собственной философии, ценностях и принципах [3]. Необходимо понимать, что для внедрения данной системы, незначительную роль может сыграть техническое перевооружение, рационализаторская деятельность или система 5С. Прежде всего, необходимо принять новые принцип мышления, основанные на сокращении потерь и уважении к человеку. И главная задача – довести эти принципы до каждого сотрудника. Только после этого можно с уверенностью сказать об успешном внедрении бережливого подхода к производству, а результат станет очевиден [4].

Внедрение концепции бережливого производства позволит:

- постоянно повышать удовлетворённость потребителей, акционеров и иных заинтересованных сторон;
- создать благоприятную инвестиционную среду;
- постоянно повышать результативность и эффективность бизнес-процессов;
- упростить организационную структуру, улучшить процессы менеджмента;
- быстро и гибко реагировать на изменения внешней среды [5].

Внедрение бережливого производства в Республике Беларусь – это своего рода преодоление большого психологического барьера. Задача внедрения технологий бережливого производства амбициозна: необходимо не только преодолеть сопротивление, но и добиться вовлеченности всего персонала в процесс улучшения, поставить на поток «инициативу снизу».

В современном бизнесе важнее делать упор на изменение к системе работников - носителей главного ресурса – знаний. Система непрерывных улучшений (кайдзен), в которой наиболее реально можно рассмотреть применение принципов бережливого производства. В данной системе основной акцент делается на «человеческий фактор» – на то, что человек должен постоянно изыскивать возможность для улучшения своей деятельности. Главными являются рядовые сотрудники [6].

Каждая компания стремится к эффективности. Но для этого приоритеты руководства должны измениться – перестать гнаться за прибылью вопреки всему, а создать эффективную, жизнеспособную в современных условиях компанию. Ведь необходимо понимать, что прибыльная компания не обязательно эффективна, а эффективная компания, приносит постоянный доход, причем в долгосрочном периоде. Необходимо стремиться создать конкурентоспособную в долгосрочной перспективе компанию с довольными своей работой сотрудниками [5].

Чтобы оценить эффективность любого белорусского предприятия, нужно сравнить его с лучшими производственными показателями на мировом уровне и двигаться к их достижению и перевыполнению.

Непрерывные улучшения, безопасный труд, уважение к человеку, качественно и своевременно выполненная работа (инструмент точно-вовремя) – это основа бережливого производства. Труднее отказаться от старого стереотипа работы.

Концепция бережливого производства в Беларуси начала активно реализовываться после мирового финансового кризиса 2008-2009 гг. Примерами могут выступить такие предприятия, как:

ОАО «Борисовский агрегатный завод». Применение принципов и инструментов бережливого производства показало рост производительности более чем на 200% и снижение затрат на выпуск одной единицы изделия более чем в 3 раза.

ООО «Машиностроительное предприятие «КОМПО» за 8 лет внедрения инструментов бережливого производства смогло увеличить производительность труда более чем в 4 раза при практически минимальных затратах на реализацию внедряемых инструментов.

Инжиниринговый центр «EnCata» является уникальным для Беларуси предприятием, выпускающим не серийные изделия, а единичные промышленные прототипы, которые затем можно размножить на крупном производстве. Весь путь от принятия заказа до изготовления прототипа компании проходит за очень короткие сроки: многие проекты укладываются в месяц.

В целом предприятия, идущие по пути внедрения принципов и инструментов бережливого производства, при минимальных вложениях добиваются следующих результатов:

- увеличение производительности труда - до 70%;
- рост качества – до 60%;
- высвобождение производственных площадей – до 50%;
- сокращение брака – в среднем на 65%;
- сокращение сроков реализации инвестиционных проектов – до 20% [1].

Список использованных источников

1. Вумек Джеймс, П. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / П. Вумек Джеймс, Т. Джонс Дэниэл Пер. с англ. – М : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 473 с.
2. Джеффри К. Лайкер, Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира
3. Зарецкий, А.Д. Промышленные технологии и инновации : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 222000.62 “Инноватика”/ А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. – Изд. 2-е. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер : Прогресс книга, 2018. – 479 с.. – (Учебник для вузов). – (Стандарт третьего поколения).
4. Пивовар, Б.Б. Стратегии компаний в условиях нестабильности / Борис Борисович Пивовар // Государственная служба. – 2018. - №4. – С. 40 – 44.
5. От эффективных лин-процессов – к идеалам производственной системы: сборник статей международной лин-конференции; Изд-во Института экономики и управления ФГБОУ ВПО «УдГУ». – Ижевск: Института экономики и управления, 2015. – 138 с.
6. Официальный сайт Toyota Material Handling [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://toyota-bt.com>.

УДК 338.2

АНАЛИЗ ИНДИКАТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

О.В. Качура, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Экономическая безопасность – это состояние, когда экономика как национального государства, так и отдельных организаций обеспечивает стабильность, устойчивость и защиту от внешних и внутренних угроз.

К основным показателям экономической безопасности относят: степень износа основных средств, доля инвестиций в основной капитал в ВВП, затраты на научные исследования и разработки к ВВП, доля новой продукции, доля собственных энергоресурсов в топливно-энергетическом балансе государства, доля импорта продовольственных товаров в общем объеме их розничного товарооборота, дефицит и профицит консолидированного бюджета к ВВП, производство зерна на душу населения, отношение внешнего и внутреннего государственного долга к ВВП, уровень золотовалютных резервов, уровень безработицы и доля населения с доходами ниже бюджета прожиточного минимума, соотношение минимальной пенсии по возрасту и бюджета прожиточного минимума пенсионера, сальдо внешней торговли к ВВП[1].

Динамика некоторых из вышеперечисленных показателей представлена в таблице.

Таблица – Показатели экономической безопасности Республики Беларусь

Показатели	Пороговые значения	2018	2019	2020	2021	2022
степень износа основных средств, %	< 50	41,5	43,3	40,4	40,7	40,7
доля инвестиций в основной капитал в ВВП, %	> 20	20,4	21,8	23,1	17,6	14,5
затраты на научные исследования и разработки к ВВП, %	>1	0,6	0,6	0,58	0,55	0,44
производство зерна на душу населения, тонн	>0,6	0,7	0,8	0,9	0,7	0,9
отношение внешнего государственного долга к ВВП, %	<25	28,2	27,1	29,5	26,8	26
отношение внутреннего государственного долга к ВВП, %	<20	6,9	6,6	6	6,8	7
уровень безработицы к активной части населения, %	<8	0,3	0,2	4,1	3,2	3,6
доля населения с доходами ниже бюджета прожиточного минимума, %	<10	5,6	4,8	5,2	4,1	3,9
соотношение минимальной пенсии по возрасту и бюджета прожиточного минимума пенсионера, %	>100	131,8	134,9	137	138	133
сальдо внешней торговли к ВВП, %.	>-5	1,5	-1,9	-2	-1,01	-0,05

Примечание – Источник [1, 2]

Исходя из таблицы 1 можно сделать выводы:

- Степень износа основных средств. Значения данного показателя приближаются к критическому порогу. Приближения к критическому порогу, возможны негативные последствия, такие как повышенные затраты на обслуживание и ремонт, ухудшение производительности, надежности и безопасности работы оборудования.

- Доля инвестиций в основной капитал в ВВП в последние годы показывает уровень критического значения в 19%.

- Затраты на научные исследования и разработки к ВВП. Расходы на инновации позволяют занимать лидирующие позиции в быстро развивающемся мире. Кризис белорусской системы инноваций стал результатом применения устаревших технологий и процедур, а также методов инвестирования капитала в сферы с низкой добавленной стоимостью

- Производство зерна на душу населения. В период с 2018 по 2022 год производство зерна на душу населения в основном превышает пороговое значение в 0,6 тонн, что указывает на достаточное производство зерна для питания населения.

- Отношение внешнего государственного долга к ВВП превышает пороговый уровень в 25%, установленный в мировой практике. Необходимо пересмотреть политику внешних заимствований и получать финансирование только на самокупаемые проекты, например на модернизацию только эффективных инновационных производств и осуществление их текущей деятельности

- Отношение внутреннего государственного долга к ВВП на комфортном уровне для экономики.

- Уровень безработицы и доля населения с доходами ниже бюджета прожиточного минимума. Официально зарегистрированный уровень безработицы к активной части населения ниже порогового значения, что подтверждает факт социальных гарантий и неизменной политики по поддержке граждан

- Доля населения с доходами ниже бюджета прожиточного минимума находится ниже порогового значения в 2 раза
 - Соотношение минимальной пенсии по возрасту и бюджета прожиточного минимума пенсионера находится в нормативном значении;
 - Сальдо внешней торговли к ВВП, включая услуги, не превышает пороговое значение в -5%.
- Республика Беларусь медленно, но верно движется в направлении импортозамещения.

Таким образом экономическая безопасность государства - это состояние, когда экономика страны защищена от внешних и внутренних угроз, способна обеспечивать устойчивое развитие и благополучие граждан. Основные компоненты экономической безопасности государства включают: экономическую независимость, устойчивость экономики, разнообразие, конкурентоспособность, стабильность финансовой системы, инновации и развитие науки. Все эти компоненты взаимосвязаны и важны для обеспечения экономической безопасности государства.

Список использованных источников

1. Никитенко, П.Г. Экономическая безопасность: теория, методология, практика / П.Г. Никитенко, В.Г. Булаво; Ин-т экон. НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2009. – 394с
2. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>. – Дата доступа: 01.03.2024.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 14.03.2024.

УДК 331.1

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЗАТРАТ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Ю.А. Кендысь, магистрант,
 Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Понятие рабочее время определяет количество времени, которое работник обязан провести на работе в соответствии с трудовым законодательством и трудовым договором. Данную категорию можно рассматривать с двух позиций: правовой и экономической (таблица 1).

Таблица 1. – Определение понятия рабочего времени с правовой и экономической позиции

Правовая точка зрения	Экономическая точка зрения
Определение временных рамок, в пределах которых работникам необходимо выполнять свои трудовые обязанности. Правовая сторона понятия рабочего времени связана с вопросами количества рабочих часов, продолжительностью рабочего дня и т.д.	Рабочее время связано с грамотным использованием ресурсов – труда и времени. Трудовой процесс должен быть построен таким образом, чтобы обеспечивать максимальную производительность труда и эффективность производства.

Примечание – Собственная разработка автора.

Оптимальное использование рабочего времени, установленное с экономической точки зрения, должно соответствовать законодательным нормам о рабочем времени, установленным с правовой точки зрения.

Одним из основных способов анализа рабочего времени является наблюдение. В зависимости от цели изучения затрат рабочего времени используются различные виды наблюдения (рисунок).

Наиболее распространенными методами анализа рабочего времени являются хронометраж и фотография рабочего времени.

Хронометраж – метод изучения затрат времени на выполнение определенной работы путем наблюдения и измерения циклически повторяющихся ее элементов (частей) [1, с. 163].

Проведение хронометражных наблюдений представляет собой последовательность из нескольких этапов (таблица 2).

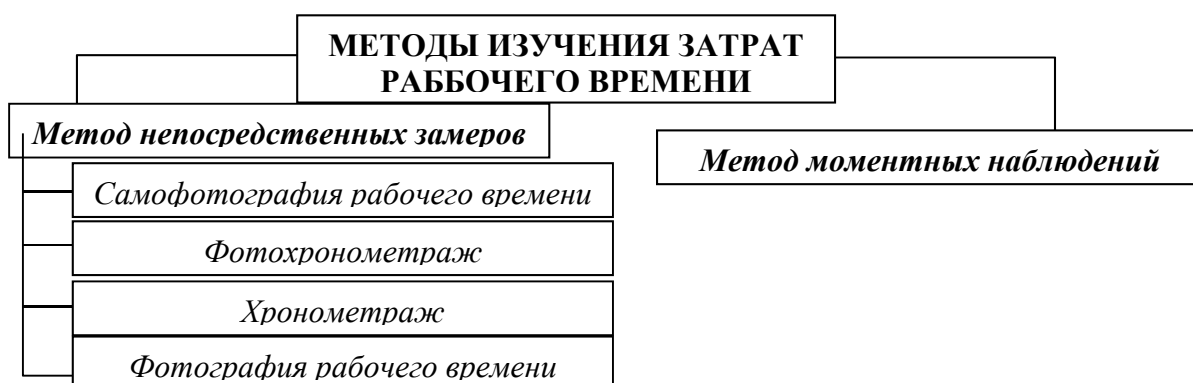


Рисунок – Методы изучения затрат рабочего времени

Таблица 2. – Этапы проведения хронометража

Название этапа	Характеристика этапа
Подготовительный этап	Выбор объекта хронометража. После этого составляют характеристику наблюдаемой операции и расчленяют операцию на элементы – приемы работы. Каждому приему должна быть дана точная формулировка
Хронометраж (наблюдение)	Наблюдатель при помощи секундомера замеряет продолжительность элементов технологической операции. Цель данного этапа – получить хронометражные ряды по всем элементам исследуемой операции
Обработка материалов наблюдения	Расчет продолжительности элементов операции, после определения каждого элемента получается хронометражный ряд, для которого нужно рассчитать коэффициент устойчивости (формула 1): $K_{уст} = t_{max}/t_{min}, \quad (1)$ где, t_{max} и t_{min} – соответственно максимальная и минимальная продолжительность выполнения элемента операции при осуществлении замеров. Хроноряд считается устойчивым, если фактический коэффициент устойчивости меньше или равен максимально допустимому
Анализ материалов и установление рационального метода выполнения и оптимальной продолжительности всей операции	Выявление лишних движений и действий, оценка возможности их совмещения и уменьшения длительности. По результатам анализа окончательно устанавливается необходимое время на выполнение операций

Примечание – собственная разработка автора на основании источника [2, с.124].

Одним из достоинств хронометража является его объективность. Использование специальных средств измерения времени и подробного анализа позволяет исключить субъективность и повысить точность результатов. Более того, хронометраж позволяет выявить скрытые резервы времени, что помогает увеличить производительность и оптимизировать использование ресурсов.

Фотография рабочего времени (ФРВ) – это вид наблюдения, при котором измеряют все без исключения затраты времени исполнителя за определенный период работы. В результате чего получают точный срез чем именно и в течении какого времени занимался работник [3, с. 23].

Процедура проведения фотографии рабочего времени состоит из четырех этапов:

- подготовительный этап – на данном этапе формулируется цель наблюдения, определяются его предмет и объект. Проводится ознакомление с организационно-техническими условиями на рабочем месте;

- наблюдение – предусматривает регистрацию всех затрат рабочего времени как по их наименованию, так и по продолжительности. В наблюдательный лист заносятся все виды выполняемых работ или имеющиеся простои независимо от их повторяемости;

- обработка данных – вычисление итоговых показателей и средних значений по всем изучаемым показателям. Затем устанавливают фактический баланс рабочего времени, фактический коэффициент рабочего времени и фактический коэффициент загрузки рабочего;

– анализ результатов и разработка мероприятий по рационализации трудового процесса. В таблице 3 представлены достоинства и недостатки фотографии рабочего времени.

Таблица 3. – Достоинства и недостатки фотографии рабочего времени

Достоинства ФРВ	Недостатки ФРВ
Главное достоинство ФРВ – ее объективность. Фотография сохраняет реальное положение вещей и действий. Фотография рабочего дня позволяет сохранить непрерывность в архивировании и визуализации информации, открывая возможности для последующего анализа и оптимизации рабочих процессов.	ФРВ может вызывать негативные эмоции и создавать неприятные ситуации среди сотрудников, особенно если они не проинформированы заранее о своем фотографировании. Сохранение большого количества фотографий может стать проблемой из-за необходимости их длительного хранения и отсутствия достаточного объема памяти.

Примечание – Собственная разработка автора.

При выборе метода исследования затрат рабочего времени необходимо провести анализ всех достоинств и недостатков каждого метода и выбрать тот, который наилучшим образом будет соответствовать поставленным задачам.

Если говорить о перспективах развития методов исследования затрат рабочего времени, то разработанная методологическая основа исследований полностью удовлетворяет запросам современной производственной среды. Изменения могут подвергаться только инструментальная составляющая фиксации затрат рабочего времени и их обработки.

Список использованных источников

1. Организация производства и управление предприятием : учеб. пособие для студентов технических специальностей / С. А. Касперович, Г. О. Коновальчик. – Минск : БГТУ, 2021. – 344 с.
2. Гейц, И.В. Нормирование труда и регламентация рабочего времени / И.В. Гейц. - М.: Дело и сервис (ДиС), 2018. – 322 с.
3. Организация производства и управление предприятием. Лабораторный практикум : пособие / А. А. Горюшкин [и др.]. – Минск : БГУИР, 2019. – 144 с.

УДК 004.8

ФОРМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ

А.С. Климчук, 2 курс

Научный руководитель – И.М. Зборина, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Искусственный интеллект (ИИ) стал неотъемлемой частью современного бизнеса благодаря способности выполнять бизнес-задачи быстрее и эффективнее, чем человек. Например, предсказывать потребности потребителей, обнаруживать мошеннические действия, определять кредитоспособность заемщиков и повышать общий уровень работы в различных секторах бизнеса и многое другое.

Задачи, на решение которых человек раньше тратил довольно продолжительное время, ИИ может выполнить за несколько секунд. Уже сегодня с помощью ИИ в десятки раз быстрее открывают банковские счета и проводят закупки, инвестируют на фондовом рынке и могут с точностью до минут определить время задержки рейса [1].

Искусственный интеллект называют “новым электричеством”: он меняет целые отрасли бизнеса, а в будущем, возможно, изменит и облик всей цивилизации. Согласно формулировке профессионального медийного ресурса Techtarget.com, искусственный интеллект - это способность технологий имитировать интеллектуальную деятельность, например, обучаться на основе информации и заданных правил, делать логические выводы и корректировать свои решения. ИИ применяется для создания экспертных систем, обработки данных на естественном языке, распознавания

речи и машинного зрения и т. п. В связи с вышеизложенным тема произведенного исследования приобретает еще большую актуальность [2].

Наиболее успешным регионом в плане ИИ-инвестиций за год стали США: после значительного падения в 2022 году, объем инвестиций в американские ИИ-компании вырос с 27,3 до 31 млрд долл. США в 2023 году. Инвестиционная активность в Европе также сократилась в 2023 году, однако не так значительно, как в Азии – только на 29% до 6,4 млрд долл. США.

Сегодня ядром сервисов искусственного интеллекта, применяемых в бизнес-сфере, являются ИИ-рекомендации онлайн-магазинов и виртуальные ассистенты (например, Alex, Cortan и Siri). Искусственный интеллект сортирует контент по предпочтениям и популярности пользователей, распознает, понимает и самостоятельно пишет тексты, фильтрует и блокирует СПАМ, распознает человеческую речь, идентифицирует людей по фотографии, селфи, сетчатке глаза и другими способами. Это приводит экономистов и экспертов к противоречивым выводам по вопросу влияния ИИ на рынок труда в следствие ограниченных данных о негативных последствиях такого воздействия.

Список фирм и брендов, использующих искусственный интеллект, обширен и постоянно растет. Из основных следует выделить – Google, IBM, Яндекс, Apple, Amazon, Сбербанк и т.д. Безусловно, ИИ в каждой из них не похож на другие и выполняет свои индивидуальные функции.[3]

Искусственный интеллект, применяемый в бизнесе, способствует улучшению показателей во всех сферах. К примеру, к процессам, в рамках которых ИИ решает определенные узконаправленные задачи, следует отнести следующие:

1. Ценообразование. Искусственный интеллект осуществляет изучение статистики и выполняет прогностические функции, обрабатывая гигантские массивы информации в целях подбора наиболее оптимального распределения цен на конкретный вид продукции.

2. Безопасность. Самообучающиеся нейронные сети анализируют поведение клиентов и вычисляют подозрительные операции, существенно снижая таким образом негативные последствия действий кибермошенников и киберпреступников.

3. Маркетинговая сфера. Системы искусственного интеллекта на основе изучения предыдущих продаж и глубокого изучения рынков осуществляют прогнозирование сценариев развития событий. Это позволяет компании разрабатывать и реализовывать грамотную маркетинговую стратегию, которая с высокой степенью вероятности завершится финансовым успехом.

4. Улучшенная организация бэкэнда. Рассматривая информационные системы в роли дополнения и инструмента для работы человека, становится понятно, что ИИ может улучшить выполнение задач в сфере бэкэнда. Благодаря ИИ происходят улучшения в сфере разумного использования человеческого труда, увеличивается ресурс бизнеса. Так, соучредитель InniAccounts, Джеймс Пойзер, демонстрирует оптимизацию бухгалтерии с использованием ИИ. Подобные технологии избавляют сотрудников от рутинных и монотонных задач, позволяя фокусироваться на главном.[3]

5. Скорость обработки данных. Big Data (большие данные) – это основной инструмент работы искусственного интеллекта. В качестве примера можно привести применение систем искусственного интеллекта при реализации биржевых операций.

6. Процессы автоматизации. Существует большое количество факторов, вызывающих возможные ошибки в работе персонала. Искусственный интеллект, у которого отсутствуют эмоции и чувства, характерные для человека (человеческий фактор), используя данные, функции и технологии, позволяет осуществлять безошибочную и точную работу. Однако следует отметить, что уже сегодня ведется ряд исследований, которые позволяют ИИ выявлять сарказм и двойной смысл человеческих сообщений. В частности, американскими учеными из Университета Центральной Флориды на основе тренировок и обучения нейронных сетей создан искусственный эмоциональный интеллект (Emotional AI). Это перспективная подсистема ИИ, которая способна распознавать и интерпретировать проявления человеческих эмоций. Благодаря этому достигается более естественное и непринужденное взаимодействие человека и ИИ [2].

Возможно ли такое, что ИИ станет причиной безработицы?

Многие всерьез рассматривают данную перспективу, однако можно также утверждать, что с исчезновением одних профессий возникают новые. Автоматизация не занимается замещением человеческого труда, она предусматривает комбинирование искусственного и человеческого интел-

лектов. Однако что делать с «нерентабельными» кадрами, которым потребуется профессиональная переподготовка, — неизвестно [3].

Искусственный интеллект играет важную роль в современном бизнесе и имеет значительный потенциал для улучшения работы в различных сферах. Он способен выполнять задачи быстрее и эффективнее, чем человек, и предсказывать потребности потребителей. Применение искусственного интеллекта включает такие области, как обеспечение безопасности, маркетинговые исследования, улучшение организации бэкэнда, процесса автоматизации и скорости обработки данных.

Список использованных источников

1. Искусственный интеллект(AI), машинное обучение и глубокое обучение: в чем разница [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://skillbox.ru/media/code/iskusstvennyy_intellekt_mashinnoe_obuchenie_i_glubokoe_obuchenie_v_chyem_raznitsa/ – Дата доступа: 30.03.2024.

2. Применение искусственного интеллекта в бизнес-сфере: современное состояние и перспективы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://1economic.ru/lib/112249> – Дата доступа: 30.0.2024

3. Как работает искусственный интеллект в бизнесе [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ratenger.com/hi-tech/ai/iskusstvenny-intellekt-v-biznese/> – Дата доступа: 30.03.2024.

4. Отчет о состоянии ИИ за 2023 год [Электронный ресурс] – https://ai.gov.ru/knowledgebase/obrazovanie-i-kadry/2024_otchet_o_sostoyanii_ii_za_2023_god_state_of_ai_global_2023_recap_cb_insights/ – Дата доступа: 06.04.2024

УДК 338.1

ИННОВАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ: ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

А.Д. Клопот, 2 курс

Научный руководитель – Ю.В. Игнатенко, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В современном мире существует довольно много определений понятия инновации. Например, Й. Шумпетер определял инновации, как новый взгляд на какой-то известный процесс, успешное применение нового изобретения или открытия в экономике и других сферах человеческой деятельности; Питер Друкер, один из основателей современного менеджмента, говорил об инновациях, как особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг.

В самом общем понимании инновации – это нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта [1].

Цифровизация же – это преобразование рабочих процессов в цифровой формат для того, чтобы повысить эффективность различных организаций, а также улучшения качества услуг.

Тема статьи является актуальной не только Республике Беларусь, но и за рубежом. Внедрение новых технологий и инноваций помогает создавать новые рынки и возможности для развития, что положительно влияет на экономику страны.

В Республике Беларусь тема инноватики и цифровизации является актуальной для таких сфер, как:

1. ИТ-сектор: В стране успешно функционируют множество ИТ-компаний, которые активно занимаются разработкой программного обеспечения, созданием сайтов, мобильных приложений и других цифровых продуктов. В 2022 году в ИТ-секторе функционировало 3697 организаций, что на 22 компании больше, чем в 2021 году. Несмотря на увеличение их числа, выручка отрасли ИТ за 2021 и 2022 годы составила 10 134,90 млн.руб. и 9 060,80 млн.руб. соответственно. Исходя из этого можно предположить, что произошли изменения в потребительском спросе, возросла конкуренция на рынке, а также снижение выручки может быть временным явлением, которое требует корректировки стратегии развития компаний в сфере ИТ [2].

Примерами ИТ-компаний Республики Беларусь могут быть EPAM, Wargaming, Viber и др.

2. Электронное правительство: Беларусь активно внедряет электронные государственные услуги для удобства граждан. Например, портал "Электронное правительство" предоставляет доступ к различным государственным услугам онлайн, что существенно упрощает процедуры для населения.

3. Образование: В Беларуси активно внедряются инновационные методики обучения, использование электронных учебных материалов, онлайн-курсов и других цифровых технологий в целях повышения качества образования.

4. Блокчейн технологии: Беларусь стала одним из первых государств, которые приняли законодательство о криптовалютах и блокчейне. Это способствует развитию блокчейн-проектов и криптовалютных стартапов в стране.

5. Медицина: В Беларуси внедрена электронная медицинская карта, которая позволяет хранить информацию о здоровье пациента в цифровом формате. Это упрощает доступ к медицинской истории пациента для врачей и облегчает координацию медицинской помощи.

Активное применение инноваций и активное участие цифровизации в экономике создаёт «фундамент» научно-технического процесса и увеличивают конкурентные преимущества фирм и страны в целом.

Количество юр. лиц и ип, имеющих доступ к интернет-сети и цифровизация обычно имеют тесную взаимосвязь, поскольку интернет является одним из ключевых инструментов для цифровизации общества и экономики.

Стоит отметить, инновационная деятельность положительно влияет на экономику страны: наличие перспективных проектов влечёт за собой поток инвестиций в эти же проекты. Инвесторы видят потенциал роста и готовы вкладывать деньги. Инновации позволяют разрабатывать новые технологии, процессы и продукты, которые повышают производительность труда. Это ведет к росту производства и увеличению ВВП [3].

Таблица – Динамика ВВП и кол-ва абонентов сети интернет в Республике Беларусь за 2020-2023 гг.

Показатель	2020	2021	2022	2023	Темп роста 2021 к 2020, %	Темп роста 2022 к 2021, %	Темп роста 2023 к 2022, %
Количество абонентов (Юр. лиц и ип) сети интернет, чел	1751820	1825592	1874868	1919060	104,21	102,70	102,36
ВВП, млрд.руб	147	173,2	191,4	216,1	117,82	110,51	112,90

Исходя из данной таблицы, можно заметить, что с каждым годом количество пользователей сети Интернет растёт. Интернет является основой для широкого спектра цифровых технологий, таких как облачные вычисления, Big Data, Интернет вещей (IoT) и многие другие. Поэтому увеличение количества юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, подключённых к сети-интернет, способствует развитию цифровизации.

Увеличение ВВП означает положительную динамику экономического роста. Учитывая тот факт, что удельный вес инноваций в общем объёме ВВП составляет 4,1 % (является довольно неплохим показателем), мы видим, что инновационная деятельность благоприятно влияет на экономику страны.

В Республике Беларусь существуют такие инновационные элементы: парк высоких технологий, автомобильный завод «БелДжи» (совместный проект с Китаем, в котором Беларусь взяла на себя функцию сборки), строительство АЭС и др.

Несмотря на все положительные эффекты инноваций и цифровизации, существуют и отрицательные эффекты:

1. Недостаточное финансирование инноваций. Разработка и внедрение новых технологий требует значительных инвестиций, которые не всегда доступны компаниям, особенно малым и средним предприятиям. Недостаток финансирования может замедлить процесс внедрения инноваций и ограничить экономический рост.

2. Одной из основных проблем внедрения инноваций и цифровизации в экономику является сопротивление со стороны устоявшихся структур и процессов. Во многих случаях компании и организации сталкиваются с трудностями при внедрении новых технологий из-за отсутствия понимания и поддержки со стороны руководства, недостаточной квалификации персонала, а также боязни изменений в рабочих процессах.

Для преодоления этих проблем необходимо активное участие государства, поддержка инновационной деятельности, создание стимулов для компаний, разработка четкого законодательного регулирования и обеспечение обучения и поддержки персонала. Только так можно обеспечить успешное внедрение инноваций и цифровизации, что способствует экономическому росту.

Таким образом, инновации и цифровизация играют немалую роль в стимулировании экономического роста. Путем внедрения новых технологий и подходов в различные отрасли экономики, компании могут улучшить производственные процессы, снизить издержки, повысить эффективность и качество продукции.

Список использованных источников

1. Герман Е.А. Теоретическая инноватика: учеб. пособие / Е.А. Герман. –СПб., 2022 – 148 с.
2. Статистический сборник «Информационное общество в Республике Беларусь 2023» [Электронный ресурс]/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь.– Режим доступа https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_77679/-Дата доступа: 08.04.2024.
3. Статистический справочник «Беларусь в цифрах 2023» [Электронный ресурс]/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь.– Режим доступа https://www.belstat.gov.by/ofitsialnastatistika/publications/izdania/public_compilation/index_69861/.-Дата доступа: 08.04.2024.

УДК 338.36

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.С. Коледа, 3 курс

Научный руководитель – **Д.А. Лапченко**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Природный газ играет ключевую роль в энергетике Беларуси. Добыча газа на территории страны невелика, большая часть газа поставляется из Российской Федерации и через контракты с другими странами. Газ используется как основное топливо для производства тепловой и электрической энергии.

Беларусь активно развивает свою газотранспортную инфраструктуру, включая строительство газопроводов и хранилищ газа. Это обеспечивает стабильное поступление газа в страну и повышает ее энергетическую безопасность. Однако в последнее время также активно ведется работа по диверсификации источников энергоснабжения, включая развитие возобновляемых источников энергии, таких как солнечная и ветровая. Эти меры помогут сократить зависимость от импорта газа и снизить негативное воздействие на окружающую среду.

Сегодня создан целостный организм газовой отрасли – магистральные газопроводы – капилляры – распределительные газопроводы – несут энергию для экономики всей страны. Ведь своевременное и рациональное снабжение энергоресурсами необходимо для ее стабильного развития. Стратегическое развитие газовой отрасли Республики Беларусь напрямую зависит от эффективной деятельности всех структурных подразделений ГПО «Белтопгаз».

В качестве яркого примера возьмем УП «Мингаз» – это система газопроводов природного газа длиной в 4603 километра, из которых 1436 километров в полиэтиленовых трубах. Природный газ подан на 337 промышленных и 683 коммунально-бытовых предприятиях. Газифицированы 520879 квартир [1]. В перспективе будет продолжена газификация природным газом районов индивидуальной застройки, деревень, поселков, внедрение новых технологий, развитие системы газоснабжения. На предприятии используется GPS-навигация для привязки объектов газораспределитель-

ной системы к географическим координатам. Это позволяет быстро находить месторасположение объектов газораспределительной системы, проложить кратчайший маршрут следования к ним, что крайне важно при аварийных ситуациях, а также уменьшить пробег автомашин и сэкономить топливо. Также, здесь внедрена автоматизированная система контроля потребления и давления газа на предприятиях, которая постоянно расширяется. Развитие этой системы способствует более надежной и эффективной работе газоснабжения. Сегодня УП «Мингаз» ведет работу по газификации новостроек Минска и Минского района, агрогородков и населенных пунктов. Для безаварийного и бесперебойного газоснабжения столицы и Минского района ежегодно проводится замена и реконструкция газорегуляторных пунктов, сетей и оборудования [2].

Одним из важных направлений развития газовой отрасли в Республике является участие в международных проектах по строительству газопроводов для транзита газа через свою территорию. Это способствует укреплению энергетической безопасности не только самой страны, но и всего региона. Также стоит отметить успешное сотрудничество Беларуси с международными партнерами в области газовой промышленности, что способствует обмену опытом, передовыми технологиями и лучшими практиками. Эти шаги помогают повысить конкурентоспособность отрасли в Беларуси и обеспечить ее устойчивое развитие.

В целом, газовая отрасль играет важную роль в энергетике Беларуси и перспективы ее развития неразрывно связаны с непрерывным улучшением технологий, повышением эффективности использования ресурсов и налаживанием сотрудничества с другими странами для обеспечения энергетической безопасности. Важно отметить активное развитие газотранспортной инфраструктуры, диверсификацию источников энергоснабжения и участие в международных проектах. Эти шаги способствуют устойчивому развитию отрасли, созданию новых рабочих мест и привлечению инвестиций. Правительство Беларуси оставляет за собой обязательство продолжать работу по совершенствованию газовой отрасли, внедрению мер по модернизации инфраструктуры и повышению эффективности использования ресурсов.

Таким образом, развитие газовой отрасли в Беларуси играет важную роль в обеспечении энергетической безопасности страны, создании новых возможностей для развития экономики и улучшения качества жизни граждан. Непрерывное совершенствование отрасли, укрепление международного сотрудничества и внедрение новых технологий позволят добиться устойчивого роста и экономического успеха.

Список использованных источников

1. «МИНГАЗ» – одно из самых технологичных и современных предприятий в газовой сфере Беларуси [Электронный ресурс] // Новости Беларуси | БелТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/regions/view/mingaz-odno-iz-samyh-tehnologichnyh-i-sovremennyh-predpriyatij-v-gazovoj-sfere-belarusi-448370-2021/>. Дата доступа: 04.04.2024.
2. История предприятия [Электронный ресурс] // УП «МИНГАЗ». – Режим доступа: <https://mingas.by/company/history>. Дата доступа: 04.04.2024.

УДК 339.996

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ РЕСПУБЛИКОЙ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКОЙ

А.С. Колесниченко, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Одной из ключевых задач государства является успешная реализация внешнеэкономической политики для повышения конкурентоспособности национальной экономики, повышения уровня узнаваемости на мировом рынке и повышения темпов роста объемов внешней торговли.

Поддержание дипломатических отношений с большинством стран мира положительно сказывается на развитии стратегических торгово-экономических отношений между Республикой Бела-

русью и другими государствами. Основными партнерами в этой сфере для Беларуси являются Россия, Китай, Польша, ОАЭ, Германия, Казахстан и другие страны [1].

Последнее десятилетие наблюдается достаточно бурное развитие сотрудничества между Беларусью и Китаем. Дружественные взаимоотношения зародились между государствами еще с момента распада СССР, и охватили множество таких сфер, как политика и экономика в основном, так и сферы образования, науки и культуры.

Наиболее активное развитие идет в области экономических отношений. Желания двух государств по развитию собственной экономики совпадают, поэтому для достижения поставленной цели они используют двусторонние торгово-экономические отношения. Для Беларуси Китай является одним из приоритетных внешнеэкономическим партнером в Азии, в то время как Беларусь привлекательная для Китая своим географическим положением, находясь в центре Европы, что влияет на эффективное развитие логистических путей с другими странами.

Если выделять области, которые развиваются наиболее активно, то это будут торговля и инвестиции.

Роль инвестиций в развитии экономики любого государства трудно переоценить. По словам экономистов, прямые иностранные инвестиции могут служить источником новых ценных технологий и ноу-хау для принимающих стран, налаживая связь с местными фирмами.

Именно инвестиционное сотрудничество является ядром белорусско-китайских отношений. Объемы китайских инвестиций в экономику Республики Беларусь росли постепенно (рисунок).

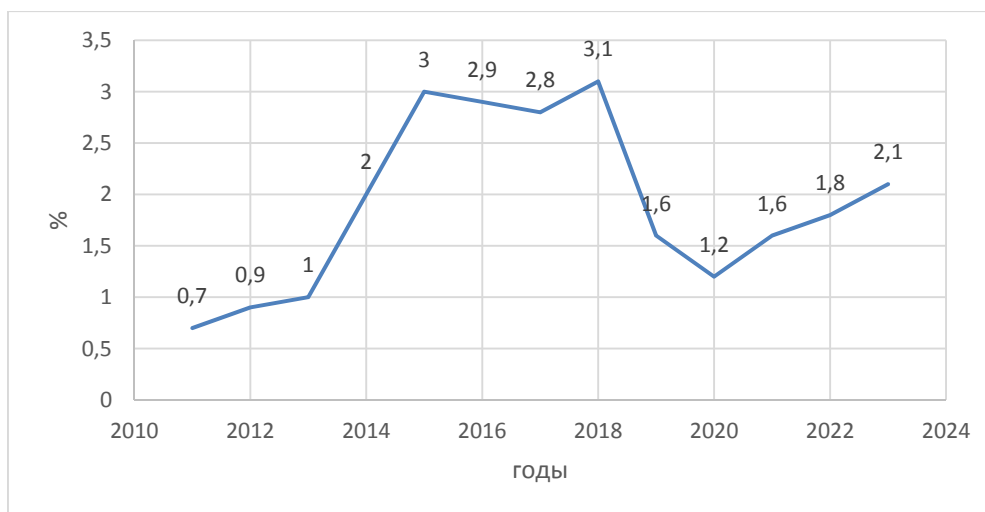


Рисунок – Доля прямых иностранных инвестиций Китая в Беларусь, за период 2011-2023 гг, в процентах

Примечания – Источники: разработано автором на основе [3]

Китайские инвестиции не обладают устойчивой тенденцией к росту. Одним из ключевых толчков к росту послужило издание президентом Республики Беларусь Директивы №5 от 31 августа 2015 года "О развитии двусторонних отношений Республики Беларусь с Китайской Народной Республикой". Следующим этапом для развития белорусско-китайских инвестиций стало создание индустриального парка "Великий камень", который стал местом концентрации иностранных инвестиций, в частности китайских [4]. В 2022 году в парк было уже инвестировано более 830 млн долларов, из них в инфраструктуру парка - свыше 320 млн долларов. Однако, с 2019 года в связи со сложной эпидемиологической ситуацией можно наблюдать снижение объемов инвестиций более чем в 2 раза (2020 год). В 2023 году общий объем китайских инвестиций в отношении Беларуси составил 2.6 млрд долларов, в том числе прямые инвестиции составили 1.1 млрд долларов США [5].

Что касается отраслей, куда направляется основной поток инвестиций, то наибольший поток приходится на промышленность, строительство, транспортную деятельность и логистику. Основной инвестиционный интерес КНР обусловлен перспективами расширения участия в производстве

калийных удобрений и возможностями по организации сборочного производства под поставки товаров в европейскую часть России и ЕС.

С 2021 года были введены санкционные ограничения в отношении грузоперевозок. Беларусь хоть и остается важным торговым партнером, но вряд ли представляет стратегический интерес для Китая, который предпочитает краткосрочные выгоды. Географическая удаленность Беларуси также является препятствием для развития экономических отношений с другими регионами, находящимися в интересах Китая. Снижение прямых иностранных инвестиций служит показателем, что, скорее всего, Китай будет оказывать Беларуси помощь поддерживающего характера.

Со стороны Республики Беларусь стоят следующие задачи, согласно Национальной стратегии устойчивого развития до 2035 года: инвестирование секторов экономики с высокой добавленной стоимостью и производительностью труда на уровне ведущих стран мировой экономики, включая проекты по созданию новых высокотехнологичных производств, а китайско-белорусский индустриальный парк “Великий камень” станет одним из инструментов достижения цели [2, с. 63].

Список использованных источников

1. Ключевые торговые партнеры [Электронный ресурс] // Президент Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/vneshnjaja-torgovlya/torgovye-partnjory>. - Дата доступа: 01.04.2024

Национальная стратегия устойчивого развития до 2035 года [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2035-goda.pdf>. - Дата доступа: 04.04.2024

2. Иностранные инвестиции в Республику Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=146261>. - Дата доступа: 02.04.2024

3. Новковская, А.А. Экономическое сотрудничество Республики Беларусь и Китайской Народной Республики на современном этапе [Электронный ресурс] / А.А. Новковская, А.А. Нечай // Cyberleninka. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-sotrudnichestvo-respubliki-belarus-i-kitayskoj-narodnoj-respubliki-na-sovremennom-etape/viewer>. –Дата доступа: 02.04.2024

4. Восток – дело такое: Беларусь пытается интенсифицировать сотрудничество с Китаем [Электронный ресурс] / «ЭГ» выпуск №93(2689) от 08.12.2023 // Экономическая газета.– Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/belarus-pytaetsya-intensifitsirovat-sotrudnichestvo-s-kitaem/>. – Дата доступа: 04.04.2024

УДК 338.2

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ И ТЕНДЕНЦИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.Д. Кондратюк, В.А. Романюк, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Научно-технологическая безопасность – состояние защищенности научно-технологического и образовательного потенциалов от угроз, препятствующих развитию научной деятельности, созданию и внедрению инноваций и передовых технологий в реальный сектор экономики и другие сферы.

Основными национальными интересами в научно-технологической сфере являются:

- дальнейшее развитие экономики и других сфер, основанное на современных знаниях и научно-технологическом потенциале;
- создание инновационных технологий, интенсивное обновление на их основе реального сектора экономики и внедрение во все сферы жизнедеятельности общества и государства;
- расширение присутствия Беларуси на мировом рынке наукоемкой и высокотехнологичной продукции, взаимовыгодное международное научно-технологическое сотрудничество и привлечение в экономику страны передовых технологий;
- обеспечение различных сфер деятельности общества и государства научными кадрами[1].

Указом Президента Республики Беларусь от 7 мая 2020 г. № 156 утверждены единые приоритеты научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021–2025 гг.:

- цифровые информационно-коммуникационные и междисциплинарные технологии, основанные на них производства;
- биологические, медицинские, фармацевтические и химические технологии и производства;
- энергетика, строительство, экология и рациональное природопользование;
- машиностроение, машиностроительные технологии, приборостроение и инновационные материалы;
- агропромышленные и продовольственные технологии;
- обеспечение безопасности человека, общества и государства [2].

Одним из наиболее актуальных вызовов в области научно-технологической безопасности для Беларуси является быстрое развитие информационных технологий и цифровизация общества. Это приводит к увеличению угроз кибербезопасности, а также возрастанию вероятности кибератак со стороны злоумышленников. Для обеспечения научно-технологической безопасности необходимо развивать специализированные защитные механизмы и обучать специалистов в сфере кибербезопасности.

Еще одним вызовом является международное сотрудничество в области научно-технологической безопасности. Современные угрозы часто переходят границы государств, поэтому необходимо укреплять сотрудничество с другими странами по обмену опытом, информацией и лучшими практиками в области безопасности.

Также стоит отметить тенденцию роста интереса к технологиям искусственного интеллекта и биотехнологий, которые могут принести как пользу, так и угрозы для научно-технологической безопасности. Развитие подобных технологий требует серьезного осмысления, поэтому важно постоянно оценивать возможные риски.

Еще один не менее важный фактор – растущие глобальные вызовы, такие как изменение климата и экологические проблемы, которые влияют на научные и технологические достижения. Для обеспечения безопасности государства в этой области необходимо развивать инновационные технологии, способные снизить негативное воздействие на окружающую среду и обеспечить устойчивое развитие.

Изучив основные вызовы можно сделать вывод, что нужно уделять внимание обучению и подготовке специалистов в области научно-технологической безопасности, а также совершенствованию законодательства, регулирующего эту сферу.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, к началу 2022 года в нашей стране число организаций, которые занимались проведением научных исследований и разработок, составило 448. В сфере научных исследований и разработок было занято 25 233 человека (в 2021 году – 25 644). Из них научные исследования проводили 16 426 чел.

Основной кадровый научный потенциал сосредоточен в отраслевой (Министерство промышленности – 7 тыс. чел. и Государственный военно-промышленный комитет – 3,1 тыс. чел.), академической сферах (Национальная академия наук Беларуси – 7,2 тыс. чел.), в Министерстве образования (1,8 тыс. чел.), Министерстве здравоохранения (1,2 тыс. чел.).

В 2022 году в общем объеме внутренних затрат на научные исследования и разработки доля бюджетных средств составила 41,9%, собственных средств организаций – 35,6%, средств иностранных инвесторов – 9,2%, других источников – 13,3%.

Доля расходов государственного сектора на НИОКР в ВВП в 2022 году составила 0,17%.

Наибольший объем средств республиканского бюджета приходится на фундаментальные и прикладные научные исследования (34,5%) [3].

По данным НАН Беларуси, в рамках научно-технических и государственных программ к началу 2022 года разработано и доведено до стадии практического применения 430 новшеств [4].

В ходе анализа современных вызовов и тенденций в обеспечении научно-технологической безопасности Республики Беларусь необходимо развивать современные технологии и методы защиты информации, обучать специалистов в области кибербезопасности, улучшать законодательную базу и международное сотрудничество в этой сфере, т.к. это все является ключевыми направлениями для обеспечения безопасности и стабильности страны в условиях современного и быстроразвивающегося мира.

Список использованных источников

1. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь – [Электронный ресурс] – 2024. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P223s0001> – Дата доступа: 25.03.2024.
2. Указ президента Республики Беларусь 7 мая 2020 г. № 156 – [Электронный ресурс] – 2024. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32000156> – Дата доступа: 25.03.2024.
3. Основные показатели деятельности организаций, выполнявших научные исследования и разработки – [Электронный ресурс] – 2024. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/nauka-i-innovatsii/nauka/> – Дата доступа: 25.03.2024.
4. Реализация государственных программ и научно-технических программ – [Электронный ресурс] – 2023. – Режим доступа: <https://nasb.gov.by/> – Дата доступа: 25.03.2024.

УДК 658.78.06

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Т.А. Корнеев, 3 курс

Научный руководитель – А.А. Бажина, к.э.н.

Белорусский государственный экономический университет

Современный мир характеризуется глобальными переменами, которые связаны с появлением новых цифровых инфраструктур, бурным развитием цифровых коммуникаций и усовершенствованием вычислительной техники. Для обеспечения инновационного развития организациям необходимо внедрять и использовать технологии, которые являются составной частью цифровой экономики.

Развитие цифровой экономики для нашей страны – основной практический инструмент внедрения передовых информационных технологий в отрасли национальной экономики и сферы жизнедеятельности общества в целом.

Республика Беларусь в последнее время значительно улучшила свои позиции по основным мировым показателям, оценивающим уровень цифровизации экономики. Страна обладает высоким научным потенциалом и если рассматривать позицию Беларуси в глобальных международных рейтингах, то по итогам 2021 года произошли положительные изменения по Индексу глобализации (комбинированный показатель Швейцарского экономического института, позволяющий оценить масштаб интеграции той или иной страны в мировое пространство) (повышение со 134-й на 109-ю позицию), Индексу экономической трансформации (оценивает эффективность развивающихся стран и стран с переходной экономикой в части формирования демократических институтов и рыночной экономики) (77-я позиция против 90-й в 2017 году) и некоторым другим показателям. Также по показателю фиксированного широкополосного доступа (на 100 человек населения) страна лидирует с показателем 90 (что существенно выше не только показателей стран ЕАЭС, но и стран ОЭСР, и соответствует уровню ЕС). Существенно выше показатели страны и по уровню использования ИКТ бизнес-сектором (5,1 из 7, что соответствует уровню таких стран, как Франция, Ирландия) [1].

Доля ИКТ в внутреннем валовом продукте (ВВП) достаточно высокая и в 2021 году составила 7,4% (10 816,8 млн BYN) году против 3% в 2014 году [2].

Доля ИКТ в общем ВВП Республики Беларусь меньше только лишь доли обрабатывающей промышленности – 31 572,8 миллионов BYN (21,5%), оптовой и розничной торговли и ремонта автомобилей и мотоциклов – 13 756,3 миллионов BYN (9,4%), а опережает сельское хозяйство, лесное и рыбное хозяйство – 10 039,5 млн BYN (6,8%) и строительство – 8 602,3 млн BYN (5,9%). Экспорт ИКТ услуг за 2021 год составил \$482,5 млн. долларов, а сама доля услуг сферы ИКТ в общем объеме экспорта услуг составляет порядка 15 % [2].

Больше всего ИТ-услуг экспортировалось в США (44,5%) и Европейский Союз (более 35%). Лидеры в ЕС – Кипр, Великобритания, Германия, Ирландия, Чехия. Доля Российской Федерации составляет 5,6% [3].

У цифровой экономики Беларуси очень много преимуществ. Для нашей страны она снижает стоимость платежей и открывает новые источники дохода. Поэтому цифровизация уже сегодня

является той реальностью, в которой предстоит развиваться мировой экономике. Сегодня у Республики Беларусь достаточно высокий потенциал в сфере ИКТ (32-е место в мире по рейтингу International Telecommunication Union (ITU) [4].

Учитывая имеющиеся достижения, следует также рассмотреть слабые стороны цифровой экономики в Республике Беларусь.

Во-первых, это вопрос о подготовке специалистов с достаточным уровнем сформированности цифровых компетенций. В данном случае речь идет не только об обучении программистов, но также и высококвалифицированных инженеров, и что немаловажно, специалистов в сфере управления: бизнес-администрировании, бизнес-программировании, ИТ-маркетинге и т. д. Иными словами специалистов, способных создавать новые технологии, а также обеспечивать их коммерческую реализацию в условиях цифровой экономики. Для этого требуется структурная перестройка экономики. Так, доля занятых в ИТ-секторе Республики Беларусь составила по итогам 2021 года 3,4% от занятого населения, в то время как в США этот показатель превысил 4%, ЕС – 3,7%. В целях обеспечения поступательного роста численности занятых в цифровой сфере необходимо сформировать условия для непрерывного развития у населения цифровых компетенций [5, с. 21].

Также важно учитывать, что сама по себе доля занятых в ИТ-секторе не характеризует качество деятельности ИТ-специалистов. Важна производительность специалистов, вовлеченных в производство ИТ-продуктов, а в этом направлении динамика не столь внушительная.

Во-вторых, современная ИТ-индустрия в Республике Беларусь в основном ориентирована на экспорт и выполнение работы на заказ (аутсорсинговая модель). Однако если говорить о формировании цифровой экономики страны, то необходимо уделить внимание и внутреннему рынку. Создавать конечные продукты, в том числе оригинальные ИТ-продукты. Необходим переход белорусских ИТ-компаний именно к продуктовой модели, т. е. созданию отечественных ИТ-продуктов, в том числе и для внутреннего рынка. Пока же наша ИТ-индустрия работает на формирование цифрового потенциала других стран. Во многом это обусловлено недостаточным спросом со стороны отечественных экономических субъектов на данные продукты. Население страны в целом не проявляет высокого спроса на продукты цифровой экономики (например, интернет вещей, технологии «умный дом» и т. д.). Не особенно активен и реальный сектор экономики страны. Но в таком случае дифференциация в цифровом развитии будет только усиливаться.

В-третьих, в докладе Евразийского Банка Развития «Цифровой потенциал стран-участниц ЕАБР» указывается необходимость углубления интеграции и реализации многосторонних усилий для преодоления цифрового разрыва. Данный тезис закреплён и в «Цифровой повестке ЕАЭС до 2025 года». Среди наиболее значимых направлений цифрового сотрудничества можно выделить создание государствами-членами ЕАЭС совместно используемых цифровых платформ; внедрение общих цифровых решений, в том числе в сфере электронной коммерции, использования базовых реестров, реализации трансграничных электронных государственных закупок, модернизации электронных таможенных систем и др.

Внедрение ИКТ-услуг способно содействовать международной экономической интеграции, а также повышению уровня жизни населения. Однако это возможно при условии, что данные технологии будут реализовываться в экономике Беларуси, будут востребованы как реальным сектором, так и сферой услуг. Именно при таком подходе Республика Беларусь получит положительный эффект от роста ИТ-сектора и использования возможностей интеграционных объединений.

Список использованных источников

1. KOF Globalisation Index / KOF Swiss Economic Institute // [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> - Дата доступа: 11.03.2024
2. Информационное общество в Республике Беларусь: статистический сборник 2023 / Нац. стат. комитет Республики Беларусь; под ред. И. В. Медведевой [и др.]. – Минск, 2023. – 66 с.
3. Ницкович И.Ю., Гордеенко Д.С. Аспекты, сдерживающие и трансформирующие развитие внешней торговли ИТ-услугами в Республике Беларусь / Ницкович И.Ю., Гордеенко Д.С. // Научные труды Белорусского государственного экономического университета / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2022.
4. Ключевые достижения Республики Беларусь на современном этапе: цифры и факты / Открытое акционерное общество Белэнергоснабкомплект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.besk.by/index.php/announcements1/217-klyucheveye-dostizheniya-respubliki-belarus> - Дата доступа 15.03.2024

УДК 339.166.5

ТЕХНОЛОГИЯ КАК ТОВАР НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Е.О. Коробкова, А.П. Науменко

Научный руководитель – **П.А. Янович**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Невозможно отрицать тот факт, что в развитии современного общества очень важную и определяющую роль играет технология. Технология как товар представляет собой специфический вид товара на рынке, который включает в себя не только конкретные продукты или услуги, но и знания, ноу-хау, патенты, лицензии и другие интеллектуальные активы. Таким образом, можно говорить о перспективности развития данной сферы мировой торговли, ведь «причиной постиндустриальных изменений в производстве являются изменения в технологиях» [1, с. 297].

Технология как товар имеет свои уникальные особенности. Так, технология может принимать овещественную форму – высокотехнологичное оборудование, нематериальную – опыт, знания, информация. Формой передачи технологий может являться предоставление лицензий, ноу-хау, патентов и др. В условиях глобализации наиболее динамично развивающаяся часть рынка технологий – рынок лицензий и патентов. Ведущие субъекты данных рынков – развитые страны, активно финансирующие НИОКР. Технология не имеет свойство терять своё качество, однако в результате научно-технического прогресса, имеет место проблема быстрого устаревания.

Технология в качестве товара не изымается у владельца, тем самым предоставляя возможность многократной реализации, при этом вложение труда в её производство является однократным. Тем самым, становится возможным мировое научно-техническое сотрудничество. Движение данного товара отличается международной мобильностью, что способствует быстрому получению прибыли.

Мировой рынок технологий имеет специфическую нормативно-правовую базу своего функционирования – Международный кодекс поведения в области передачи технологий, Соглашение Всемирной торговой организации по аспектам прав на интеллектуальную собственность, также регулированием вопросов передачи технологий между странами осуществляется некоторыми международными органами регулирования такими как Комитет по передаче технологии Конференции ООН по торговле и развитию, Всемирная организация интеллектуальной собственности, Координационный комитет по контролю за экспортом, Совещание специалистов по безопасности и технологии

Технологии как товар играет ключевую роль в мировой экономике, и их роль постоянно возрастает. Скорость развития мировой экономики демонстрирует, что обладание современными технологиями, научной составляющей экономики, считается неотъемлемым условием социально-экономического прогресса. Они решают, какое место государство занимает в иерархии государств мира.

Уровень технологического развития стран мира дает оценка глобального инновационного индекса. По рейтингу ГИИ Швейцария является самой инновационной экономикой в мире в 2023 году, за ней следуют, Швеция и США, Великобритания, Сингапур. Китай приближается к первой десятке, а Турция и Индия входят в первые 40 стран. Российская Федерация занимает 51 место, а Республика Беларусь в данном рейтинге занимает 80. В 2023 году Токио-Йокогама является ведущим научно-техническим центром в мире за ним следуют Шэньчжэнь-Гонконг-Гуанчжоу (Китай и Гонконг, Китай), Пекин (Китай), Сеул (Республика Корея) и Сан-Хосе, Сан-Франциско (США) [2].

Обмен технологиями в Республике Беларусь играет значительную роль, что обусловлено значимостью инновационного развития в сфере бизнеса. Применение новейших технологий на предприятиях направлено на увеличение производительности, повышение качества продукции и поддержание конкурентоспособности. Этот процесс предоставляет предприятиям возможность оптимизировать свою деятельность и успешно взаимодействовать на рынке. Невозможно не принять во

внимание сотрудничеству с зарубежными партнерами и экспертами, что способствует имплементации передовых технологий на белорусских предприятиях, способствуя их технологическому росту и инновационному развитию. Некоторые предприятия в Республике Беларусь разрабатывают инновационные технологии, которые находят отклик на международном рынке. Экспорт данных технологий способствует увеличению экспортных доходов и стимулирует развитие страны.

Мировой рынок технологий считается составляющей частью международного рынка, где международная торговля технологиями является результатом интеллектуальной работы без чётких границ между возможными формами: материальными и нематериальными, а сами страны могут быть представлены юридическими и физическими лицами. В современных экономических условиях положение страны на мировом рынке технологий позволяет оценить развитие экономики страны и её место на международной арене.

Список использованных источников

1. Солодовников, С.Ю. Классы и классовая борьба в постиндустриальном обществе: методологические основы политико-экономического исследования / С.Ю. Солодовников. – Минск: БНТУ, 2014. – 378 с.
2. Global Innovation Index 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Global Innovation Index 2023 – Innovation in the face of uncertainty (wipo.int). – Дата доступа: 07.04.2024.

УДК 330.342

ЭКОНОМИКА ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.С. Короленя, Е.С. Малащук, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Одним из приоритетных направлений развития "зеленой" экономики в Республике Беларусь является развитие экономики замкнутого цикла (циркулярной экономики).

Циркулярная экономика – это экономическая модель, направленная на минимизацию отходов и максимизацию использования ресурсов. Вместо традиционной линейной модели "добыча-производство-потребление-утилизация" циркулярная экономика фокусируется на создании замкнутых циклов, где материалы и продукты используются повторно, перерабатываются и восстанавливаются максимально долго.

Развитие циркулярной экономики базируется на принципах 9R:

- rethink (переосмысление бизнес-идей);
- redesign (улучшение дизайна продукции);
- refuse (отказ от вредной для окружающей среды продукции);
- reduce (минимальное использование материалов и энергии);
- reuse (использование многоразовых предметов вместо одноразовых);
- repurpose (новое применение для старых вещей);
- repair (ремонт вместо покупки новых вещей);
- recycle (использование отходов как сырья);
- recover (использование отходов как энергии) [1].

Важным фактором развития циркулярной экономики являются цифровые технологии, обеспечившие фундаментальный сдвиг в функционировании экономики, открывая возможности для радикальной виртуализации, дематериализации и большей прозрачности как материальных потоков, так и в использовании продукции.

Внедрение циркулярной экономики как составляющей части устойчивого развития оказывает комплексное влияние на экономику в целом.

Экономические выгоды от внедрения циркулярной экономики: снижение потребления сырья и энергоресурсов за счет формирования устойчивого спроса на вторичные ресурсы; снижение образования отходов за счет предотвращения их образования и повышения вовлеченности в производственный процесс и, как следствие, снижению спроса на них, увеличении числа рабочих мест за счет формирования новых отраслей циркулярной экономики; появление новых рынков и повыше-

ние спроса на существующих рынках за счет повышения экологической ответственности общества.

Экологические эффекты заключаются в формировании инновационных экосистем и развитии инфраструктуры, расширении возможностей для освоения новых рынков, снижении потребления дефицитных и ограниченных ресурсов. Экологические эффекты выражаются в сокращении выбросов загрязняющих веществ, уменьшении площадей объектов хранения и переработки отходов, снижении потребления дефицитных и ограниченных ресурсов.

Социальные выгоды выражаются в повышении уровня социальной ответственности за рациональное использование материальных ресурсов, обеспечении экологически безопасного отношения к отслужившим свой срок продуктам, а также в увеличении числа рабочих мест за счет формирования новых секторов циркулярной экономики и трансформации традиционных отраслей.

Республика Беларусь активно развивает концепцию циркулярной экономики. В 2020 году была принята Стратегия развития циркулярной экономики в Республике Беларусь на период до 2035 года.

Стоит также отметить некоторые региональные инициативы. Например, в рамках проекта «Наращивание потенциала для стратегического планирования и управления региональными структурными преобразованиями в Беларуси в контексте циркулярной экономики» разработана Региональная программа развития циркулярной экономики на 2021—2025 годы в Брестской области. План действий по развитию циркулярной экономики подготовлен и в Могилевской области[2].

Так, в декабре 2021 года СП «Санта Бремор» ООО запущен в эксплуатацию инновационный холодильный комплекс – самая большая в стране холодильная система каскадного типа, работающая на природных хладагентах, без использования фреона.

Реализуется проект по организации производства литой бумажной тары на ООО «БП Коммунальник», который предусматривает выпуск бугорчатой тары (упаковочный материал для птицефабрик). В качестве сырья для производства тары будут использоваться отходы собственного производства (макулатуры), а также закупаться у организаций г. Барановичи и Барановичского района[3].

Также в качестве примера можно привести предприятие по производству офисной бумаги из макулатуры в Борисове (УП "Бумажная фабрика "Гознак"), использование отработанного масла в Крупском районе Минской области.

Однако существуют и барьеры на пути развития циркулярной экономики в Беларуси, такие как недостаточная осведомленность населения, нехватка технологий переработки отходов; на практике приоритет отдается использованию или удалению отходов, а не предотвращению образования отходов; в Беларуси отсутствуют финансовые стимулы для раздельного сбора мусора домохозяйствами и нет понимания необходимости раздельного сбора (размер платы за вывоз ТБО не создает стимулов к сокращению отходов); отечественные предприятия недостаточно осведомлены о циркулярной экономике в целом и примерах передового опыта, нехватке профессиональных знаний и компетенций в этой области; ограниченные инвестиции в инфраструктуру и технологии, а также несовершенство законодательной базы. Для преодоления этих барьеров необходимы усилия как со стороны государства, так и со стороны бизнеса и гражданского общества.

Таким образом, эффективная реализация циркулярной экономики в Беларуси требует широкого понимания ее концепций и принципов, а также совместных усилий правительства, бизнеса и общественности. Важно развивать сотрудничество между различными секторами экономики для создания устойчивой и инновационной модели потребления и производства.

Развитие циркулярной экономики в Республике Беларусь является важным шагом к созданию более устойчивой и экологически ответственной экономики. Благодаря реализации принципов циркулярности Беларусь может снизить свою зависимость от первичных ресурсов, сократить объемы отходов и создать новые возможности для экономического роста и развития.

Список использованных источников

1. Циркулярная экономика как модель экономики будущего [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/pdf/articles/10808.pdf> - Дата доступа: 02.04.2024
2. О Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://minpriroda.gov.by/uploads/files/2021/nats.plan-po-razvitiyu-zelenoj-ekonomiki.pdf> - Дата доступа: 02.04.2024
3. Реализация национального плана действий по развитию «зеленой» экономики в брестской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.baranovichi-gik.gov.by/uploads/files/EdinDay/May-2022-Realizatsija-natsionalnogo-plana-dejstvij-po-razvitiyu.pdf> - Дата доступа: 02.04.2024

УДК 658.1

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО "МАЛОРИТСКИЙ КОНСЕРВНО-ОВОЩЕСУШИЛЬНЫЙ КОМБИНАТ")

А.В. Кравчук, А.Н. Семенюк, 3 курс
Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Финансовая безопасность предприятия – это процесс наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для избегания внешних и внутренних финансовых угроз и обеспечение стабильного функционирования предприятия в текущем и будущем периоде [2, с. 22].

Для оценки финансовой безопасности предприятия в настоящее время используются различные методы. Наиболее распространенным является коэффициентный метод, суть которого заключается в выборе определенных коэффициентов, которые характеризуют финансовую безопасность субъекта хозяйствования. Сопоставляя фактические значения финансовых показателей с их нормативными значениями производится оценка финансовой безопасности конкретного предприятия (таблица).

Результаты расчета показателей финансовой безопасности ОАО "Малоритский консервно-овощесушильный комбинат" позволяют сделать следующие выводы:

1. Коэффициент текущей ликвидности (К1) увеличился с 4,17 до 7,38, что свидетельствует о том, что у предприятия достаточно ликвидных активов, чтобы покрыть текущие обязательства. Это указывает на финансовую устойчивость предприятия и ее способность справляться с краткосрочными финансовыми обязательствами.

2. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К2) также увеличился с 0,76 до 0,86, что указывает на рост финансовой устойчивости организации и уменьшение краткосрочных обязательств перед кредиторами.

3. Коэффициент обеспеченности обязательств активами (К3) увеличился с 0,19 до 0,25, но не превысил нормативного значения коэффициента, что говорит о том, что собственные активы предприятия покрывают долговые обязательства.

4. Коэффициент абсолютной ликвидности (Кабсл) увеличился с 0,81 до 1,35, что показывает увеличение наличия ликвидных средств для покрытия обязательств предприятия.

5. Коэффициент оборачиваемости капитала (Кок) уменьшился с 1,12 до 0,89, что указывает на снижение эффективности использования капитала предприятием.

6. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Коос) также снизился с 1,97 до 1,46, что свидетельствует об ухудшении оборачиваемости оборотных средств.

7. Коэффициент финансовой независимости (Кфн) немного снизился с 0,81 до 0,75, однако все еще соответствует нормативному значению ($K_{фн} \geq 0,4-0,6$).

8. Коэффициент капитализации (Ккап) также ухудшился с 0,23 до 0,34, но не превысил нормативного значения данного коэффициента, что говорит о том, у предприятия достаточно источников финансирования своей деятельности в форме собственного капитала.

Таблица – Оценка финансовой безопасности ОАО "Малоритский консервно-овощесушильный комбинат"

Наименование показателя	2022 г.	2023 г.	Нормативное значение коэффициента
Коэффициент текущей ликвидности (К1): $K1 = \frac{\text{Б. стр. 290}}{\text{Б. стр. 690}}$	4,17	7,38	$K1 \geq 1,1$
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К2): $K2 = \frac{\text{Б. стр. 490} + \text{Б. стр. 590} - \text{Б. стр. 190}}{\text{Б. стр. 290}}$	0,76	0,86	$K2 \geq 0,1$
Коэффициент обеспеченности обязательств активами (К3): $K3 = \frac{\text{Б. стр. 690} + \text{Б. стр. 590}}{\text{Б. стр. 300(стр. 700)}}$	0,19	0,25	$K3 \leq 0,85$
Коэффициент абсолютной ликвидности (Кабсл): $\text{Кабсл} = \frac{\text{Б. стр. 260} + \text{Б. стр. 270}}{\text{Б. стр. 690}}$	0,81	1,35	$\text{Кабсл} \geq 0,2$
Коэффициент оборачиваемости капитала (Кок): $\text{Кок} = \frac{\text{Ф. 2стр. 010}}{(\text{Б. стр. 300гр. 3} + \text{стр. 300гр. 4})/2}$	1,12	0,89	Оборачиваемость капитала снизилась
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Коос): $\text{Коос} = \frac{\text{Ф. 2стр. 010}}{(\text{Б. стр. 290гр. 3} + \text{стр. 290гр. 4})/2}$	1,97	1,46	Оборачиваемость оборотных средств снизилась
Коэффициент финансовой независимости (Кфн): $\text{Кфн} = \frac{\text{Б. стр. 490}}{\text{Б. стр. 700}}$	0,81	0,75	$\text{Кфн} \geq 0,4-0,6$
Коэффициент капитализации (Ккап): $\text{Ккап} = \frac{\text{Б. стр. 590} + \text{Б. стр. 690}}{\text{Б. стр. 490}}$	0,23	0,34	$\text{Ккап} \leq 1,0$

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1, с.6].

Таким образом, исходя из вышеперечисленных выводов по оценке финансовой безопасности ОАО "Малоритский консервно-овощесушильный комбинат", необходимо отметить, что данное предприятие является платежеспособным, финансово устойчивым и его баланс можно считать ликвидным, что, в свою очередь, характеризует высокий уровень финансовой безопасности предприятия.

Список использованных источников

1. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь от 27.12.2011 №140/206 (ред. от 04.10.2017) // Официальный сайт Министерства экономики Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/>. – Дата доступа: 29.03.2023.
2. Кормишкина, Л. А. Экономическая безопасность организации (предприятия) [Текст]: учебное пособие / Л. А. Кормишкина, Е. Д. Кормишкин, И. Е. Илякова. – М.: РИОР; М.: Инфра – М, 2023. – 293 с.
3. Малоритский консервно-овощесушильный комбинат [Электронный ресурс] / Детское питание "Топтышка". – Режим доступа: <https://toptyshka.by/>. – Дата доступа: 29.03.2024.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

А.А. Крагель, В.В. Новицкая

Научный руководитель – А.А. Василевска, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

Брестская область – край удивительной природы. На территории области расположены заповедники и заказники, имеющие статус особо охраняемых природных территорий [2].

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.

Валовой региональный продукт на душу населения (ВРП) – это показатель уровня экономической активности и качества жизни населения в отдельных странах и регионах за определённый период.

Таблица 1. – Основные показатели развития Брестской области за 2020-2022 гг.

Показатели	2020	2021	2022	Темп роста 2022/2021 гг., %	Темп роста 2021/2020 гг., %
ВРП на душу населения, руб.	10 706,30	14 000,60	16 512,20	117,9	130,8
Доля продаж предприятий региона на международном рынке, %	7,2	6,5	7,4	113,8	90,3
Удельный вес убыточных организаций, тыс. шт.	18,4	15,2	14,8	80,4	82,6

Примечание – Собственная разработка на основании данных [1]

Из приведённой таблицы видна тенденция к росту показателя ВРП на душу населения. Такой рост указывает на улучшение экономического положения страны и увеличение доходов граждан. Темп роста ВРП свидетельствует о развитии экономики и показывает, насколько интенсивно увеличивается производство и общий объем продукции в стране. В данном случае, рост ВРП на душу населения на 117,9% за год указывает на наличие экономического прогресса в области.

Доля продаж предприятий Брестской области за период с 2020 по 2022 гг. имеет положительное отклонение. Это означает, что предприятия региона стали занимать большую долю на международном рынке, что может свидетельствовать о повышении их конкурентоспособности, развитии экспорта и увеличении объемов продаж за рубежом. Такой положительный динамический показатель указывает на успешную международную торговлю и рост интереса к продукции предприятий данного региона со стороны иностранных партнеров. Положительная тенденция видна у удельного веса убыточных организаций. С 2020 по 2022 год их число снизилось на 3600 шт.

Что касается внешнеэкономической деятельности региона, доля Брестской области в общем объеме экспорта Республики Беларусь составила 9,9%, импорта – 5%.

Оборот внешней торговли товарами организаций Брестской области в 2022 г. составил 5 146,2 млн. долларов США, в том числе экспорт – 3 426,2 млн. долларов, импорт – 1 720 млн. долларов. Сальдо внешней торговли товарами сложилось положительное и составило 1 706,2 млн. долларов. В 2021 г. сальдо также имело положительное значение, и его величина составляла 1 103,8 млн. долларов [4].

Оборот внешней торговли региона прямо связан с долей продаж организаций региона на международном рынке: чем больше товаров и услуг организации экспортируют и импортируют, тем большая доля их продаж приходится на международный рынок.

Далее, для оценки благосостояния населения проанализируем такой показатель как номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в регионе и сопоставим её со средней заработной платой в стране.

Таблица 2. – Показатели заработной платы в Брестском регионе за 2020-2022 гг.

	2020	2021	2022	Темп роста 2022/2021 гг., %	Темп роста 2021/2020 гг., %
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников Брестского региона, руб.	1 054,6	1 205,8	1 386,8	115	114,3
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников Республики Беларусь, руб.	1 254,6	1 443,5	1 633,2	113,1	115,1
Отношение средней зарплаты в регионе и средней зарплаты в стране	0,84	0,84	0,85	101,65	100

Примечание – Собственная разработка на основании данных [1]

Из представленной таблицы видно, что в период с 2020 по 2022 год среднемесячная начисленная заработная плата как работников Брестского региона, так и работников Республики Беларусь росла. Однако темп роста зарплаты работников Брестского региона был ниже, чем темп роста зарплаты работников Республики Беларусь в обоих случаях. Это может указывать на относительное замедление роста зарплаты в регионе по сравнению с ростом зарплаты на уровне страны в целом.

Отношение средней зарплаты в регионе к средней зарплате в стране оставалось примерно на одном уровне в течение рассматриваемого периода, с небольшим повышением к 2022 году. Это может свидетельствовать о сохранении относительной платежеспособности работников Брестского региона по сравнению со средним уровнем по стране.

Таким образом, можно сделать вывод, что, хотя заработная плата в Брестском регионе и продолжала расти, её темпы роста были ниже, чем в среднем по стране. Однако отношение средней зарплаты в регионе к средней зарплате в стране оставалось примерно стабильным, что указывает на сохранение относительного социально-экономического положения региона в рамках страны.

Для более подробного рассмотрения этого вопроса изучим показатели безработицы.

Таблица 3. – Уровень безработицы в Брестской области за 2020-2022 гг.

Уровень фактической безработицы (по методологии МОТ), в процентах к численности рабочей силы			Темп роста 2022/2021 гг., %	Темп роста 2021/2020 гг., %
2020	2021	2022		
4,5	4,2	4,4	104,8	93,3

Примечание – Собственная разработка на основании данных [1]

Согласно данным Министерства Экономики РБ, в 2022-м уровень безработицы в Республике Беларусь снизился до 3,6% от общего числа работников. Для сравнения: в 2021 году данный показатель составлял 3,9%, в 2020 году – 4%. То есть, уровень безработицы в регионе выше, чем по стране. Согласно данным за 3 года, значительных колебаний не наблюдается.

Последний анализируемый показатель – средняя продолжительность жизни. Этот показатель играет ключевую роль в определении конкурентоспособности региона. Он не только является важным индикатором качества жизни населения, но также напрямую влияет на различные аспекты экономики.

Опираясь на данные за 2019 год, мы можем увидеть, что ожидаемая продолжительность жизни в Брестской области - 74,6 года, (69,4 лет у мужчин, 79,6 у женщин; 75,7 лет среди городского населения, 72,1 среди сельского).

Имея результаты анализа конкурентоспособности Брестской области и учитывая положительную динамику проанализированных данных, можно сделать вывод о достаточно благоприятной сложившейся ситуации в данной области. Для того чтобы ещё больше укрепить и увеличить конкурентоспособность, необходимы специальные действия и меры.

Чтобы улучшать конкурентоспособность Брестской области, необходимо уделить внимание следующим аспектам [3, с. 20]:

1. Диверсификация экономики. Разнообразие отраслей, инвестиционные программы и развитие инноваций помогут сделать регион менее уязвимым к экономическим колебаниям и повысят его привлекательность для инвесторов.

2. Развитие человеческого капитала. Инвестиции в образование, здравоохранение и поддержка талантливой молодежи способствуют увеличению квалификации трудовых ресурсов и повышению производительности труда, что положительно сказывается на показателях страны.

3. Укрепление социальной инфраструктуры. Развитие культурных и социальных учреждений, сферы услуг и общественных пространств улучшит качество жизни жителей и привлечет новых жителей в регион.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 27.03.2024

2. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarus.by/ru/about-belarus/geography/brest-region>. – Дата доступа: 27.03.2024

3. Важенин С.Г., Злоченко А.Р., Татаркин А.И. Конъюнктура конкурентоспособности региона И Регион: экономика и социология. - 2020 _№3. – с. 20

4. Социально-экономическое положение Республики Беларусь, январь-декабрь 2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public_bulletin/index_62266/ – Дата доступа: 27.03.2024

УДК 331.1

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Ю.А. Крук, магистрант

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В современной экономической системе в условиях развитых рыночных отношений для поддержания долгосрочного экономического развития определяющим является повышение эффективности производства на основе роста производительности труда.

Производительность труда является важным оценочным показателем, основным критерием эффективности предприятия, ее рост позволяет увеличивать объемы производства, снижать себестоимость производимой продукции, создавать условия для дальнейшего развития экономики страны. Состояние производительности труда на предприятиях определяет уровень конкурентоспособности продукции на рынках сбыта и место страны в мировом экономическом сообществе. Рост производительности труда на предприятиях является одним из приоритетных направлений функционирования экономик промышленно развитых стран мира [1].

В современной экономике существует важная проблема, связанная с соотношением темпа роста производительности труда и заработной платы. Это является актуальной темой для обсуждения, поскольку оно влияет на жизнь многих людей и на экономическую ситуацию в целом.

Во многих странах производительность труда увеличивается благодаря технологическому развитию и автоматизации, но при этом заработная плата не растет на соответствующем уровне. Это приводит к неравномерному развитию экономики и создает проблемы с социальной справедливостью.

Также проблемой является неравномерное распределение роста производительности труда и заработной платы между различными группами работников и отраслями экономики. В некоторых секторах заработная плата растет значительно медленнее, чем в других.

Можно выделить три основные модели определяющих соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы:

- рост заработной платы пропорционален росту производительности труда;
- рост заработной платы отстает от роста производительности труда;

- рост заработной платы опережает рост производительности труда.

Первая модель предполагает, что рост заработной платы пропорционален росту производительности труда. Эта модель является идеальной, поскольку на макроуровне она не порождает инфляции и на микроуровне стимулирует повышение производительности труда.

Вторая модель подразумевает, что рост заработной платы отстает от роста производительности труда. Это позволяет увеличить темпы расширенного воспроизводства, но не стимулирует повышение производительности труда.

Третья модель предполагает, что рост заработной платы опережает рост производительности труда. В этом случае стимулируется рост производительности, но возникает инфляция. [2].

В Республике Беларусь наблюдается третья модель, где темпы роста заработной платы опережают темпы роста производительности труда. Сокращение разрыва между этими показателями является приоритетной задачей для экономики страны. В этом вопросе было принято постановление правительства от 26 января 2015 года № 47 «О внесении изменения в постановление Совета министров Республики Беларусь от 31 июля 2014 года № 744». Это постановление допускает повышение заработной платы в государственных организациях и организациях, в уставном фонде которых доля собственности государства составляет более 50 процентов, только при условии соотношения роста производительности труда и заработной платы более 1,0 [3].

Одним из критериев эффективности функционирования предприятия является опережение темпов роста производительности труда работников по сравнению с темпами роста их заработной платы, что измеряется соответствующим коэффициентом.

Рассчитывается коэффициент опережения темпов роста производительности труда работников по сравнению с темпами роста их заработной платы формуле:

$$K_{оп} = I_{пт} : I_{зп},$$

где $I_{пт}$ - индекс роста производительности труда;

$I_{зп}$ - индекс роста заработной платы.

Рассмотрим более детально проблему опережения темпов роста заработной платы над темпами роста производительности труда, изучив данное соотношение на филиале Электро-технического монтажного управления ОАО "Стройтрест №3 Ордена Октябрьской революции"

Значения коэффициента опережения темпов роста производительности труда работников по сравнению с темпами роста их заработной платы работников представлены в таблице.

Таблица – Значения коэффициента опережения темпов роста производительности труда работников по сравнению с темпами роста их заработной платы

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Темп роста (снижения) 2023 г. к 2022 г., %
Производительность труда одного работника, руб./чел.	60 350	83 850	76 360	91,07
Среднегодовая заработная плата одного работника, руб.	16 704	21 420	21 504	100,39
Коэффициент опережения темпов роста производительности труда работников по сравнению с темпами роста их заработной платы	-	1,083	0,907	-

Примечание – Источник: отчетные данные филиала ЭМУ ОАО "Стройтрест №3"

На основе данных таблицы можно сделать вывод о том, что в 2022 и 2023 гг. принцип опережения темпов роста производительности труда на предприятии не соблюдался, т.к. значения коэффициента опережения меньше 1 пункта. Практически это означает перерасход денежных средств предприятия на заработную плату своих сотрудников. Как видно из таблицы, среднегодовая заработная плата с каждым годом увеличивается. Так в 2022 году она составила 21 420 руб., что на 28% больше, чем в 2021. В 2023 году среднегодовая заработная плата увеличилась всего на 0,39%.

Согласно проведенным исследованиям, предлагается разработать и внедрить несколько мероприятий по повышению уровня производительности труда на филиале ЭМУ ОАО "Стройтрест №3".

Во-первых, необходимо пересмотреть систему нормирования на предприятии и увеличить нормы выработки. Однако, следует обратить повышенное внимание на другие факторы роста производительности труда, такие как социальные, организационные и технические аспекты. Так же рекомендуется провести оптимизацию численности работников путем совмещения операций. Это позволит сократить избыточности и повысить эффективность рабочего процесса.

Во-вторых необходимо направлена на уменьшение затрат на производство. Для этого необходимо осуществить сокращение непроизводительных расходов и производственного брака, а также провести анализ и оптимизацию всех производственных процессов.

Все эти мероприятия при совместной реализации способствуют повышению уровня производительности труда на филиале ЭМУ ОАО "Стройтрест №3" и позволяют сделать предприятие более эффективным и конкурентоспособным.

Список использованных источников

1. Горбачева, И.О. Производительность труда / И.О. Горбачева // Сборник научных статей 5-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых, в 6-х томах. Отв. ред. Горохов А.А., Курск, – 2020. – С. 54 – 58.
2. Давлетов, А.Р. Понятие и роль производительности труда в организации, ее взаимосвязь с оплатой труда / А.Р. Давлетов // Наука без границ. – 2020. – №9 (49). – С. 22-27.
3. Сычева, М.Л. Основные направления повышения производительности труда на предприятии / М.Л. Сычева, Е.В. Шевченко // Ученые записки КФУ имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2020. – № 2. – С. 61-79.

УДК 33

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

М.В. Курасов, аспирант

Научный руководитель – **Н.В. Жахов**, д.э.н., доцент
Юго-Западный государственный университет (Россия)

В условиях турбулентной и сложно непредсказуемой внешней среды развитие социально-экономических процессов должно базироваться на адаптации целевого начала (стратегий, планов, программ, проектов и иных стратегических и тактических документов развития хозяйствующего субъекта) к современным реалиям. Происходящие изменения экономических и политических условий развития субъектов всех уровней внесли коррективы в первоначальные целевые установки, обнаружив несостоятельность и слабые позиции направлений, сфер и видов деятельности. Тем не менее, данные обстоятельства позволили сконцентрировать внимание на подробном анализе имеющегося потенциала развития, разработки необходимых корректирующих или абсолютно новых мер поддержки хозяйствующих субъектов в соответствии с выявленными приоритетами и потенциальными возможностями.

Все вышесказанное тесным образом соотносится с проблемами и перспективами развития регионального промышленного комплекса, представляющего собой одно из базовых стратегических направлений дальнейшего развития государства, локомотив роста и суверенитета. При этом необходимо акцентировать внимание на инновационном потенциале промышленного комплекса региона, поскольку именно он, на наш взгляд, определяет успешность достижения поставленных целей и реализации задач развития региона.

Оценку инновационного потенциала регионального промышленного комплекса можно провести на основе рейтинговых значений. Так, в 2023 году были представлены результаты рейтинга российских регионов по научно-технологическому развитию [1]. Визуализация результатов 20-ти регионов-лидеров представлена на рисунке 1.

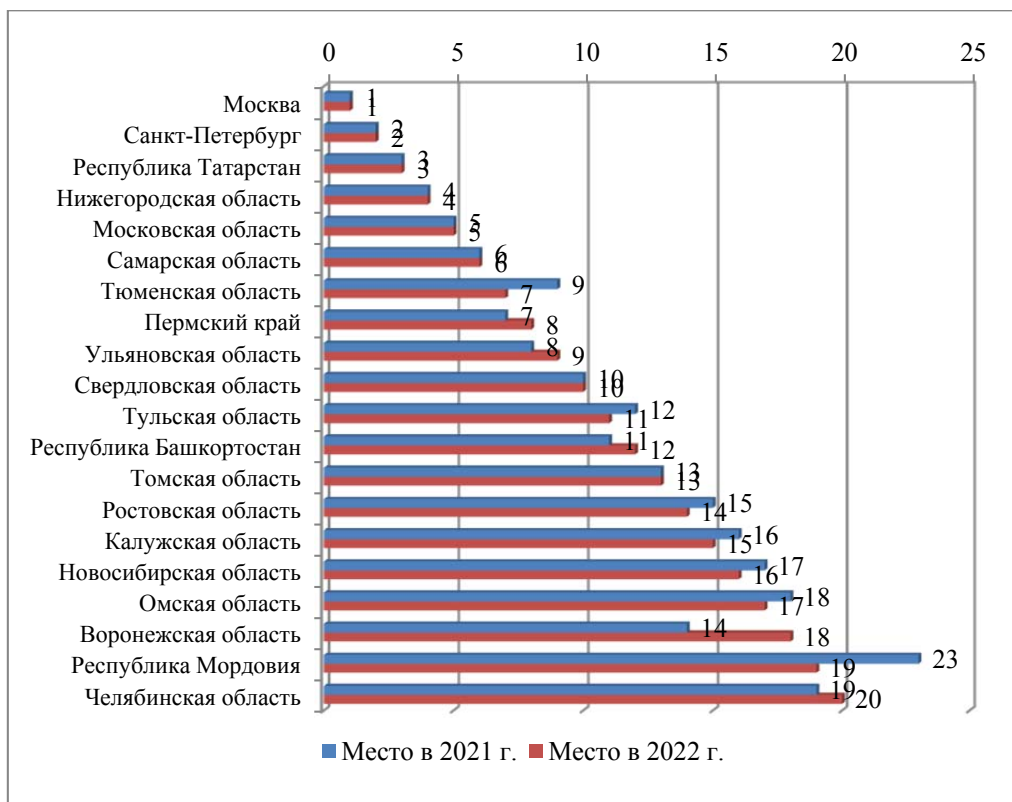


Рисунок 1. – Результаты 20-ти регионов-лидеров рейтинга российских регионов по научно-технологическому развитию, 2023 г.



Рисунок 2. – Топ-20 лидеров рейтинга инновационного развития субъектов Российской Федерации

Тройку лидеров формируют Москва, Санкт-Петербург, Республика Татарстан, сохраняя свои твердые позиции. Курская область находится на 37 месте, повысив свой статус на 1 пункт в 2022 году по сравнению с 2021 г.

Высшая школа экономики в 2023 г. опубликовала рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Двдцатка лидеров представлена на рисунке 2 [2]. В представленном рейтинге Москва, Республика Татарстан и Нижегородская область составили тройку лидеров. Курская область в данном рейтинге заняла 53 место.

Существуют различные подходы и методики оценки инновационного потенциала промышленного комплекса региона, представленные в работах [3,4,5,6]. У каждого научного мнения есть своя специфика, отражающаяся в наборе показателей оценки инновационного потенциала промышленного комплекса региона, способах его формирования и расчета итоговых индикаторов или единого комплексного показателя. Некоторые авторы [7, 8] строят экономико-математические модели, системы или тождества, описывающие исследуемое явление, строят прогнозы, позволяющие выработать актуальные меры поддержки и управления инновационным потенциалом промышленного комплекса региона. Таким образом, проблема методического обеспечения оценки инновационного потенциала промышленного комплекса региона требует изучения и дополнения в соответствии с современными условиями развития социально-экономических систем. Данному аспекту нами будет уделено особое внимание при разработке авторского подхода, учитывающего достоинства и недостатки существующих методов оценки инновационного потенциала промышленного комплекса региона.

Список использованных источников

1. Рейтинг российских регионов по научно-технологическому развитию [Электронный ресурс] // Режим доступа <https://ria.ru/20231023/razvitie-1904516141.html?ysclid=lur6l0qfa6926370772>
2. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 8 / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, С. В. Бредихин и др.; под ред. Л. М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. – 260 с.
3. Иванова, Н.В. Методика оценки пространственной дифференциации экономики регионов России / Н.В. Иванова // Экономика. Право. Налоги. – 2013. – № 6. – С. 63–70.
4. Кушлина В.И. Структурная трансформация инновационно активной национальной экономики / Под общ. Ред. В.И. Кушлина. А.Н. Фоломьева- М: Изд-во РАГС, 2007. – С. 287.
5. Гуриева Л.К. Стратегия инновационного развития экономики региона: теория и методология: Монография / Под. ред. докт. экон. наук, проф. К.И. Плетнева; Сев.-Осет. гос. ун-т. Владикавказ: Изд-во СОГУ, 2007. – 508 с.
6. Бессонова, Е. А. Формирование региональной инновационной подсистемы в условиях цифровой трансформации / Е. А. Бессонова, Р. М. Батталов, Н. В. Жахов. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2023. – 235 с.
7. Антоненко, И.В. Инновационный потенциал региональной экономики: формирование и реализация [Текст]: [монография] / И.В. Антоненко. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2013. – 472 с.
8. Шевченко, И.В. Александрова Е.Н. Оценка инновационного потенциала национальной экономики / И.В. Шевченко, Е.Н. Александрова // Финансы и кредит.- 2005. - №33. – С. 6-16.

УДК 330.34

ПРОЦЕСС ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

П.И. Куцевич, Е.А. Полежаева, 2 курс
Научный руководитель – **А.С. Панюсько**, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

В эпоху глобализации и быстрого технологического прогресса, вопросы о влиянии интеллектуальных технологий на экономические исследования становятся всё более актуальными. Данное исследование посвящено анализу влияния глобализации и интеллектуальных технологий на современные экономические исследования.

Впервые слово «глобализация» (в значении «интенсивная международная торговля») употребил Карл Маркс, который в одном из писем Фридриху Энгельсу конца 1850-х гг. писал: «Теперь мировой рынок существует на самом деле. С выходом Калифорнии и Японии на мировой рынок глобализация свершилась» [2]. В широкое же словоупотребление данный термин вошёл сравнительно недавно, к концу XX века.

В наше время глобализация представляет собой активный мировой процесс, который стирает границы между государствами, способствуя свободному движению капитала, труда, культурных ценностей (особенно информации, норм и стандартов) и так далее.

Также, процесс глобализации сопровождается и потенциально может привести к многим противоречиям, включая увеличение экономического неравенства в мире, усиление национализма в менее развитых регионах мира и религиозной оппозиции.

Согласно неолиберальной теории экономического развития, существует множество форм современного общества (multiple modernity). Глобализация акцентирует внимание на интеграцию мировой системы сообществ, игнорируя проблемы социального и политического развития внутри отдельных государств.

Процесс глобализации всё больше оказывает влияние на стратегическое управление и дальнейшее развитие, влияя на конкуренцию как внутри страны, так и за её пределами.

Что касается интеллектуальных технологий, они также играют важную роль в экономических исследованиях, способствуя ускорению анализа политической, экономической, социальной и технической ситуации, а также синтезированию управленческих решений.

Интеллектуальные информационные системы представляют собой автоматизированные информационные системы, основанные на знаниях, или комплекс программных и других средств для реализации задач, осуществления поддержки деятельности человека и поиска информации в режиме продвинутого диалога на естественном языке.

Интеллектуальные информационные технологии основываются строго на определенных правилах, которые регулируют выполнение операций, действий и этапов различного уровня сложности с данными. Основная цель состоит в предоставлении пользователю необходимой информации.

Выделим следующие возможности интеллектуальных информационных технологий:

- наличие баз данных, которые отражают опыт отдельных людей, групп и всего человечества в решении задач в области экономики, которые ранее считались исключительно в области человеческого интеллекта;
- наличие моделей мышления, основанных на знаниях: логических выводах, аргументации, анализе, распознавании и классификации ситуаций;
- способность формировать чёткие решения на основе неполных данных.

В целом можно сказать следующее: интеллектуальные информационные технологий включают наличие баз знаний, отражающих опыт конкретных людей, групп, человечества в целом, в решении задач в сфере экономической деятельности, считавшихся прерогативой интеллекта человека. Они также способны формировать чёткие решения на основе неполных данных. Это позволяет лучше планировать стратегии развития и адаптироваться к изменениям во внешней среде.

Согласно исследованию, опубликованному на сайте Forbes [3], половина студентов в России активно использует нейросети в учебном процессе. Это включает написание и редактирование текстов, подготовку рефератов и сочинений, программирование, перевод иностранных текстов, создание иллюстраций для работ и обработку фотографий и изображений. Самым популярным сервисом на основе искусственного интеллекта стал ChatGPT и его аналоги, к которому обращаются 93% участников опроса.

Здесь можно выделить некоторые положительные стороны от использования данного вида интеллектуальных технологий:

- Глобализация, включая информационную и технологическую, приводит к более широкому распространению и доступности интеллектуальных технологий, таких как искусственный интеллект и нейросети. Это позволяет студентам и исследователям во всем мире использовать эти технологии для улучшения их учебных и исследовательских возможностей.
- Использование искусственного интеллекта и нейросетей в учебном процессе, особенно в области экономики, может привести к новым подходам и методам в экономических исследованиях.

Это может включать в себя использование искусственного интеллекта для анализа больших данных, прогнозирования экономических трендов и моделирования экономических сценариев.

- Глобализация и распространение интеллектуальных технологий могут иметь значительное влияние на образовательные и исследовательские практики. Это может включать в себя изменение способов обучения и проведения исследований, а также возможность для студентов и исследователей из разных стран сотрудничать и обмениваться знаниями.

- Исследование также указывает на то, что большинство студентов планируют продолжать использовать нейросети для рабочих задач после окончания вуза. Это подчеркивает растущую роль и значимость интеллектуальных технологий в будущем.

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно утверждать о том, что глобализация способствует распространению интеллектуальных технологий, что позволяет улучшить учебные и исследовательские возможности, которые в свою очередь помогают ускорить анализ различных ситуаций и синтез управленческих решений, а также могут привести к определению новых подходов и методов в экономических исследованиях.

Список использованных источников

1. Смоленская, С.В., Савельев, В.А. Глобализация современной экономики [Электронный ресурс]. // Вестник УлГТУ. – 2020. – №1 (89). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-sovremennoy-ekonomiki>. – Дата доступа: 05.04.2024.

2. Жак Аттали Карл Маркс: мировой дух / Жак Аттали; [пер. с фр. Е. В. Колодочкиной]. – Москва: Молодая гвардия. – 2008. – с. 192.

3. Forbes.ru Половина российских студентов используют нейросети в учебе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbeslife/495175-pоловина-rossijskih-studentov-ispol-zuut-nejroseti-v-ucebe>. – Дата доступа: 05.04.2024.

4. Крылова, А.А., Назарова, Ю.Н. Интеллектуальные информационные технологии в экономической деятельности [Электронный ресурс]. // Материалы XIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2021/article/2018027122>. – Дата доступа: 05.04.2024.

УДК 331.1

ESG-ПРИНЦИПЫ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РОСТА БИЗНЕСА

А.В. Лазюк, магистрант

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

Полесский государственный университет

В последние годы в обществе активно обсуждается концепция устойчивого развития, в том числе ESG-принципы. Это набор основных принципов, которые ориентированы на учет экологических (Environmental), социальных (Social) и управленческих (Governance) аспектов в деятельности компаний и оценку их устойчивости и воздействия на окружающую среду, общество и внутреннюю структуру управления.

Цель ESG-принципов — достижение устойчивого развития, улучшение результатов компаний и создание позитивного воздействия на общество и окружающую среду.

Под экологическим принято понимать общую заботу об экологии и минимизацию ущерба для окружающей среды при производстве.

Социальные принципы показывают, как компания относится к собственному персоналу, к клиентам и партнерам. Исследования доказали, что грамотная ESG-стратегия помогает увеличить продуктивность работников, привлекает и удерживает более компетентных сотрудников.

А принципы качественного корпоративного управления нацелены на прозрачность отчетности, зарплат, противодействие коррупции, а также на создание здоровой атмосферы в коллективе.

Важность внедрения принципов ESG в том, что интеграция ESG-принципов помогает компаниям создавать устойчивые бизнес-модели, повышать финансовую производительность, привлекать инвестиции, укреплять репутацию и управлять глобальными вызовами, такими как изменение

климата и социальное неравенство. Они также способствуют улучшению отношений с заинтересованными сторонами и созданию долгосрочной ценности для общества в целом [1, с.43].

Устойчивость компаний, придерживающихся ESG-принципов, создает долгосрочную стабильность и снижает риски, что может привести к повышению финансовой производительности.

Компании интегрируют ESG-принципы в свою деятельность путем утверждения политик, процедур и практик, которые учитывают аспекты экологической, социальной и управленческой ответственности. Они проводят анализ своего воздействия на окружающую среду, общество и управление, разрабатывают меры по снижению отрицательных воздействий, а также готовят публичную нефинансовую отчетность, организуют диалоги с заинтересованными сторонами [2, с.12].

Переход на принципы устойчивого развития позволяет решить долгосрочные задачи. Рейтинги создают независимые агентства, которые проводят исследования и анализируют данные компаний, после чего выдают оценку от 1 до 100. Среди них: Bloomberg, MSCI, Refinitiv и другие [3, с.238].

Для того чтобы соответствовать рейтингам ESG, организации должны принять ряд мер, например:

- исключить нарушения требований охраны труда;
- создать резерв для инвестирования программ социального партнерства, общественные мероприятия и др.;
- инвестировать в системы и технологии, обеспечивающие безопасность труда и здоровья;
- финансировать образовательных и гуманитарных проектов;
- заниматься благотворительностью;
- исключить дискриминацию сотрудников, клиентов и контрагентов и др.

В различных странах по всему миру наблюдается растущий интерес к принципам устойчивого развития, но скорость перехода к этим принципам идет достаточно медленно, в то время как в Республике Беларусь он только начинает набирать обороты, и наибольший опыт накоплен в банковском секторе.

Банковский сектор Республики Беларусь выделяется динамичностью в интеграции принципов устойчивого развития в свою деятельность. Большинство крупных банков публикуют нефинансовую отчетность, частично применяют международные стандарты раскрытия, получают ESG-рейтинги, имеют или разрабатывают стратегические документы в сфере устойчивого развития. Как следствие, сфера устойчивого развития в перспективе может стать дополнительным конкурентным фактором в банковском секторе Беларуси, как это в настоящее время происходит в ряде стран и регионов.

Внедрение принципов ESG в деятельность банков имеет потенциал оказывать влияние на другие участники экономики, поскольку банки играют ключевую роль в инфраструктуре и могут стимулировать развитие этих принципов среди предприятий реального сектора экономики.

Стоит отметить, что внедрение ESG-принципов в деятельность организаций может столкнуться с рядом проблем, включая недостаток понимания и осознания важности этих принципов, сложности в разработке стандартов оценки эффективности внедрения ESG, а также вызовы, связанные с интеграцией этих критериев в стратегию бизнеса и корпоративное управление. Отсутствие ясной регулятивной базы и ограниченные финансовые ресурсы также могут затруднить процесс внедрения.

Однако, если принципы ESG будут внедрены, то можно ожидать более устойчивую и ответственную бизнес-модель, что в свою очередь способствует улучшению репутации компании, управлению рисками, привлечению инвестиций и положительному воздействию на окружающую среду и общество.

Список использованных источников

1. Астафьева О. С., Шевченко Т. В. Развитие ESG – принципов в Российской Федерации // Экономика и бизнес-2022., №11 – С.43
2. Жукова Е. В. Основные тенденции развития ESG- повестки: обзор в России и мире/ Е. В. Жукова-М. Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, 2022.-32 с.

3. Ведерин И. В., Головщинский К. И., Давыдов М. И., Петько Б. Б., Сабирова М. С., Шишкин Е. А., Терсков С. В. ESG: три буквы, которые меняют мир/ И. В.Ведерин –М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. – 238с.

УДК 338.24

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.А. Лах, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

На сегодняшний день современный мир меняется под воздействием информационных преобразующих технологий и инновационных бизнес-моделей. В современном промышленном производстве цифровые технологии используются практически во всех сферах.

Актуальность цифровизации складывается в разных аспектах жизни общества: инфраструктура, кадры, экономика и т. д.

Цифровизация — это внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни и производства.

Если рассматривать цифровизацию в рамках государственных программ и стратегий развития и стимулирования цифровых технологий и цифровизации национальных экономик и промышленных отраслей, то можно увидеть, что к настоящему времени они разработаны и реализуются в десятках различных стран мира.

В Японии основным правительственным документом, определяющим долгосрочные цели и задачи страны в сфере развития ЦТ, является Smart Japan ICT Strategy, официально опубликованная в июне 2014 года.

В КНР в марте 2015 г. была представлена национальная концепция/стратегия «Интернет+» (в английской версии – Internet Plus).

Также актуальность цифровизации можно увидеть на мировом уровне. В 2015 г. Всемирный Экономический Форум (WEF), который является одним из эпицентров мировой деловой активности, объявил о запуске специальной долгосрочной программы Digital Transformation Initiative (Далее – DTI).

Эта программа, по замыслу ее создателей, должна стать «фокальной точкой (focalpoint) для выявления новых возможностей и направлений дальнейшей цифровизации бизнеса и общества».

При этом DTI изначально позиционируется в качестве важнейшей составной части более широкой «темы Четвертой Промышленной Революции».

Республика Беларусь активно продвигает цифровое развитие в стране в основном за счет реализации и на основании программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы. Кроме этого, были созданы Центр цифрового развития и Центр перспективных исследований в сфере цифрового развития, которые стали ключевыми исполнителями новой цифровой повестки.

Государственная программа "Цифровое развитие Беларуси" на 2021-2025 годы включает следующие основные задачи:

- развитие электронного правительства для совершенствования государственных функций;
- повышение доступности и качества образования с использованием современных IT-технологий;
- улучшение системы информационной безопасности и формирование "цифрового доверия";
- повышение доступности и качества медицинского обслуживания с использованием современных технологических решений;
- развитие инструментов цифровой экономики;
- создание и внедрение технологий "умных городов" для повышения комфорта и безопасности жизни населения [2].

Цифровые технологии повышают эффективность и конкурентоспособность промышленных предприятий путем цифровизации бизнес-процессов.

Цифровая трансформация позволяет решить множество проблем, с которыми сталкиваются предприятия на рынке:

– защита производства от внешних угроз. Чтобы защитить технологическую систему управления и корпоративный периметр, необходимо активно внедрять цифровые технологии безопасности предприятия, чтобы предотвратить хакерские атаки и утечку конфиденциальной информации;

– охрана труда и здоровья на производстве. Цифровые технологии позволяют контролировать деятельность и состояние здоровья сотрудников, что повышает безопасность работников и снижает риски производственных травм;

– безопасность производства. Цифровизация направлена на повышение уровня защищенности продукции и улучшение ее качества для снижения брака;

Рассмотрим цифровизацию металлургической отрасли в Республике Беларусь. Металлургия – отрасль промышленности, связанная с получением металлов из руд, разработкой и производством различных сплавов.

Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий является одним из важных видов экономической деятельности промышленности республики.

В Республике Беларусь в этой отрасли осуществляют свою деятельность 1779 предприятие с численностью работающих 57,8 тысячи человек. Из этого числа 1 281 – микропредприятия и малые организации, которые производят пятую часть всего объема металлургической продукции [1].

На долю отрасли приходится 6,9% от общего объема промышленного производства республики. При этом 70,6% продукции выпускают металлургические предприятия Гомельской и Минской областей.

Белорусские предприятия экспортируют свою продукцию в Россию, Германию, Литву, Украину, Польшу, Нидерланды, Израиль, Египет и другие страны.

В 2022 году на внешние рынки мы поставили металлургической продукции на сумму 2395,9 млн долларов США, что составляет 7,8% в общем объеме экспорта продукции промышленности.

Металлургия – это отрасль, требующая значительных капиталовложений и поддержки со стороны государства для внедрения инноваций. Одним из препятствий является сложность новых технологий, требующих высококвалифицированных специалистов и много времени для освоения. Еще одной проблемой является необходимость использования чистых и экологически безопасных технологий, что требует больших финансовых вложений.

Тем не менее на многих заводах, особенно в крупных металлургических комплексах, уже внедряется цифровизация – автоматизированное и цифровое управление производственными процессами в реальном времени с использованием интеллектуальных систем без участия человека. Это позволяет собирать, сортировать и анализировать информацию по каждой операции для принятия оптимальных решений.

Цифровая трансформация промышленности включает несколько направлений:

1. искусственный интеллект – система, которая анализирует информацию, делает прогнозы и самостоятельно принимает решения;

2. интернет вещей – компьютерные сети, позволяющие автоматически контролировать параметры металлоизделий;

3. создание виртуальных моделей – цифровых двойников, копирующих реальные изделия. Это позволяет доработать и усовершенствовать вид продукции на компьютерном устройстве, не занимая ресурс предприятия;

4. аддитивная технология – 3D-печать визуальных моделей, различных форм, индивидуальных изделий;

5. с применением технологии блокчейн отслеживается происходящая ситуация и качество товаров, автоматически обрабатываются заявки, происходит управление заказами обработка платежей, что приводит к сокращению сроков поставок потребителям;

6. большие данные – с помощью этой технологии обрабатывается огромный объем неструктурированной информации, интерпретируется и визуализируются данные [3, с. 7-8].

Таким образом, цифровизация позволит предприятиям адаптироваться к глобальным трендам, быть гибкими и адаптивными к изменяющимся условиям рынка. Она также будет способствовать повышению эффективности, мощности, производительности и качества продукции, расширению ассортимента, снижению риска сбоев и аварий, а также уменьшению затрат на производство и учету экологического аспекта развития отрасли.

Список использованных источников

1. Официальный итернет-портал Белстат [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь.– Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 28.03.2024
2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/>. – Дата доступа: 27.03.2024
3. Амелин С. В., Щетинина И. В. Организация производства в условиях цифровой экономики // Организатор производства. 2018. – № 4. – с. 7-18.

УДК 338.36

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

К.О. Лебедева, аспирант

Научный руководитель – **С.Ю. Солодовников**, д.э.н., профессор

Белорусский национальный технический университет

Промышленная политика является важной составляющей эффективной производственной деятельности промышленных предприятий, что в конечном итоге повышает конкурентоспособность промышленного комплекса государства и способствует его адаптивности и своевременной модернизации: «Модернизация промышленного комплекса в контексте неоиндустриализации представляет собой постоянный процесс совершенствования как технологий производства, так и организации труда и институционального обеспечения» [1, с. 59].

Ряд исследователей используют термин «промышленная политика» как на макро, так и на микроуровне. На каждом из указанных уровней промышленной политике присущи свои цели, особенности и направления развития, однако очевидна взаимосвязь, существующая между промышленной политикой государства и промышленной политикой отдельных хозяйствующих субъектов (предприятий). Так, Л. Л. Тонышева отмечала: «промышленная политика представляет собой комплекс правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на развитие промышленного потенциала Российской Федерации, обеспечение производства и конкурентоспособности продукции» [2, с. 39]. Действительно, обеспечение производства конкурентоспособной продукции является одной из приоритетных задач, стоящих перед промышленным комплексом государства. Однако, не стоит забывать и о социальных, экологических целях промышленной политики: «Промышленная политика является составляющей экономической политики региона, ее качество и успешная реализация обеспечивает развитие производства, поддержание и создание рабочих мест, повышает качество жизни населения и положительно влияет на социально-экономическое развитие региона» [3, с. 11]. Данное определение более точно отражает сущность промышленной политики, определяя также ее социальную функцию. Об особенностях формирования промышленной политики пишет О. В. Калугина: «Необходимо, чтобы промышленная политика формировалась на основе применения такой технологии, которая обеспечивала бы рациональное использование производственных ресурсов, постоянное сокращение издержек производства, повышения экологичности производства и продукции. Особенность промышленной политики состоит в достижении оптимального соотношения между технологическими возможностями производственных факторов и требованиями рынка к выпускаемой продукции» [4, с. 39]. Таким образом, промышленная политика является неотъемлемой частью управленческой деятельности государства, направленной на повышение эффективности функционирования промышленного комплекса страны (как в целом, так и отдельных его отраслей), повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции на внешних и внутренних рынках, обеспечение рациональности использования ресурсов, а так же повышения уровня жизни населения и обеспечение экологичности как производства, так и самой выпускаемой продукции.

Список использованных источников

1. Мелешко, Ю. В. Риски современной промышленной политики Республики Беларусь в контексте неоиндустриализации / Ю. В. Мелешко // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / Белорус. нац. техн. ун-т. – Минск, 2021. – Вып. 14. – С. 57–64.

2. Тоньшева Л. Л. Промышленная и торговая политика: методический подход к оценке степени гармонизации и определение траекторий развития / Л.Л. Тоньшева, Т. А. Межецкая // Теория и практика обществ. развития. – 2016. – № 2. – С. 39-43.

3. Горин Д. В., Кичигин О. Э. Повышение региональной конкурентоспособности на основе развития человеческого капитала в сфере государственного управления: монография. – СПб., 2021 – 206 с.

4. Калугина О. В. Механизм реализации ситуационного подхода в системе гармонизации промышленной и торговой политики предприятия / О. В. Калугина // Интеграция науки, образования и бизнеса – основа модернизации экономики : материалы науч. конф. аспирантов СПбГЭУ, Санкт-Петербург, 17 апр. 2018г. / С. – Петерб. гос. экон. ун-т; редкол.: И. И. Елисеев [и др.] ; под науч. ред. Е.А. Горбашко. – СПб., 2018. – С. 39-42.

УДК 330.34

ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОАО «БЕЛСОЛОД»

А.Ю. Левчук, 2 курс

Научный руководитель – О.В. Володько, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

ОАО «Белсоллод» – крупнейшая белорусская компания по производству пивоваренного солода, входящая в концерн «Белгоспищепром». Центральным предприятием компании является завод, расположенный на юге Республики Беларусь в городе Иваново. Уже более 30 лет ОАО «Белсоллод» занимает прочные позиции на рынке солода, обеспечивая потребности белорусских и зарубежных пивоваров в высококачественном сырье.

На предприятии производится пять видов различного солода: пшеничный, темный венский, карамельный, ячменный жженный, светлый. По данным, указанным на официальном сайте ОАО «Белсоллод», в 2023 году цена за 1 кг солода варьируется от 2,9 до 3,9 бел.руб.

Проектная мощность завода – 130 тысяч тонн солода в год (против 65 тысяч до реконструкции в 1995 году), а на 2023 год производят здесь 131,9 тысячи тонн солода, что указывает на то, что производственные мощности предприятия используются на 110%. Это означает, что ОАО «Белсоллод» полностью обеспечивает внутренний рынок пивоваренных компаний [1].

Таблица 1. – Основные экономические показатели деятельности ОАО «Белсоллод» за 2020 – 2022 гг., тыс. руб.

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Абсолютное отклонение, +/-		Темп роста, %		Темп прироста, %	
				21/20г.	22/21г.	21/20г.	22/21г.	21/20г.	22/21г.
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	96895	125885	138440	28990	12555	129,9	110,0	29,9	10,0
Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг	11932	8396	17953	-3536	9557	70,4	213,8	-29,6	113,8
Прибыль (убыток) от инвестиционной и финансовой деятельности	-9223	-6011	-9751	3212	-3740	65,2	162,2	-34,8	62,2
Чистая прибыль (убыток)	972	1488	1501	516	13	153,1	100,9	53,1	0,9

Примечание – Составлено автором по источнику [4]

По данным за 2023 год, около 60% продукции производится на экспорт – в страны ближнего и дальнего зарубежья. Продукцию экспортируют в страны СНГ, Среднюю Азию, Вьетнам, Монголию, на Ближний Восток, Закавказье. В начале сентября 2023 года впервые отгрузили контейнер

со светлым солодом в Экваториальную Гвинею. На данный момент ОАО «Белсолод» осуществляет экспортные поставки в 35 стран мира. Располагая собственной сырьевой зоной для выращивания пивоваренного ячменя в 6 областях Беларуси, агроэкономическая служба компании в тесной работе с сельскохозяйственными предприятиями тщательно контролирует все этапы заготовки: от подготовки почвы до сбора урожая [1].

Чтобы проанализировать эффективность деятельности предприятия за последние три года, проведем оценку основных экономических показателей ОАО «Белсолод» за 2020-2022 годы, представленных в таблице 1.

Выручка предприятия с каждым годом растет и в 2022 году, по сравнению с 2020 годом, увеличилась на 39,9% и составила 138440 тыс. руб.

Так, в 2021 году прибыль от реализации продукции значительно уменьшилась по сравнению с 2020 годом. Можно предположить, что в 2021 году продукция ОАО «Белсолод» не была так востребована, это может быть обусловлено плохой эпидемиологической обстановкой в стране, связанной с COVID-19. Однако в 2022 году предприятию все же удалось увеличить прибыль от реализации продукции на 113,8% или 9957 тыс.руб.

За период 2020-2022 года у предприятия наблюдается рост чистой прибыли. В 2022 году, в сравнении с 2020 годом, чистая прибыль увеличилась на 54% - это говорит об эффективной деятельности предприятия.

Для характеристики экономической эффективности деятельности ОАО «Белсолод» необходимо знать не только абсолютную величину прибыли, но и ее рост. Рост прибыли характеризует рентабельность организаций – один из показателей эффективности их деятельности [3, стр. 214]. Рентабельность – это степень доходности, прибыльности. Она изменяется с помощью целой системы относительных показателей, характеризующих эффективность работы организации в целом, доходность различных направлений деятельности, выгодность продажи продукции. Как экономическая категория рентабельность характеризуется процентным отношением прибыли к одному из показателей, отражающих объемы деятельности, экономические ресурсы или затраты предприятия [2 стр. 283]. Анализ основных показателей рентабельности ОАО «Белсолод» приведен в таблице 2.

Таблица 2. – Основные показатели рентабельности ОАО «Белсолод» за период 2020-2022г.

Показатели	2020г.	2021г.	2022г.	Абсолютное отклонение, +/-		Темп прироста, %	
				21/20 г.	22/21 г.	21/20 г.	22/21 г.
Рентабельность продукции, %	13,90	7,00	15,10	-6,90	8,10	50,36	215,7
Рентабельность продаж, %	12,31	6,67	12,97	-5,64	6,30	54,16	194,4
Рентабельность активов, %	0,06	0,05	0,04	-0,01	-0,01	81,17	87,8

Примечание – составлено автором по источнику [4]

Можно сделать вывод, что рентабельность продукции и рентабельность продаж снизилась в 2 раза за период 2020-2021 г.. Как было сказано ранее, это обусловлено эпидемиологической обстановкой в стране. Однако к 2022 г. данные показатели увеличились более чем в 2 раза за счет внедрения инноваций в производство. В 2021 году, благодаря инвестиционному фонду «Белгоспищепром», была введена технология озонирования зерна. Реализация данного проекта обошлась предприятию в 1,5 млн руб. Показатель рентабельности продаж за 2022 г. составил 12,97% (средняя рентабельность), что на 6,3 п.п. больше предыдущего года, это положительно отразилось на деятельности предприятия. А рентабельность активов имеет стабильно низкие показатели в течение рассматриваемых трех лет.

Таким образом, можно сделать вывод, что компания развивается довольно успешно, производя и реализуя свою продукцию по стране и на экспорт. Однако для дальнейшей эффективной деятельности предприятию ОАО «Белсолод» следует внедрить мероприятия, разработанные на основе технологического и организационного уровней производства, производственных фондов и использования основных фондов, снизить себестоимость производимой продукции и увеличить обо-

рочиваемость активов, что позволит увеличить рентабельность, а следовательно выйти на более высокий уровень получаемой прибыли.

Список использованных источников

1. Официальный сайт предприятия ОАО «Белсолод» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://belsolod.by/>. Дата доступа: 01.04.2024
2. Учебное пособие «Экономика организации» Володько О.В., Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй, Минск, 2017г.
3. Учебное пособие «Экономика организации» А. С. Головачев, Минск 2022
4. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «Белсолод» 2020-2022 г.

УДК 338.45

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ли Цзэюй, 3 курс

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет

Инновационная активность играет ключевую роль в развитии промышленных предприятий в современном мире. Она позволяет компаниям быть конкурентоспособными на рынке, обеспечивать устойчивый рост и развитие, а также адаптироваться к быстро меняющимся условиям [1]. Важность инноваций заключается в следующем:

1. Развитие новых продуктов и услуг. Инновационная активность позволяет предприятиям создавать уникальные продукты и услуги, которые отвечают на потребности рынка и потребителей. Это способствует расширению ассортимента продукции и увеличению конкурентоспособности компании.

2. Снижение затрат и повышение эффективности производства. Внедрение инноваций позволяет автоматизировать производственные процессы, оптимизировать использование ресурсов, сокращать издержки и повышать производительность труда.

3. Улучшение качества продукции. Инновационные технологии и методы позволяют улучшать качество выпускаемой продукции, что способствует укреплению репутации компании и удовлетворению потребностей потребителей.

4. Развитие новых рынков сбыта. Инновационная активность позволяет предприятиям выходить на новые рынки сбыта, расширять географию продаж и увеличивать объемы реализации продукции.

5. Привлечение инвестиций. Компании, активно внедряющие инновации, обычно привлекают больше инвестиций, так как инвесторы видят в них потенциал для роста и развития.

Таким образом, инновационная активность является неотъемлемой частью успешной деятельности промышленных предприятий, способствуя их развитию, конкурентоспособности и устойчивости на рынке.

Для повышения инновационной активности промышленных предприятий существует несколько путей, которые могут быть эффективными. Вот некоторые из них:

1. Создание инновационной культуры. Важно, чтобы в компании ценились и поощрялись новые идеи, а также готовность к риску и экспериментам. Необходимо создать условия для творческого мышления и развития у сотрудников.

2. Инвестирование в исследования и разработки. Предприятия должны выделять достаточные ресурсы на проведение научных исследований, разработку новых технологий и продуктов. Это позволит улучшить конкурентоспособность и расширить рынки сбыта.

3. Установление партнерских отношений с вузами и научными центрами. Сотрудничество с учеными и специалистами извне может принести новые знания и опыт, а также способствовать созданию инновационных продуктов.

4. Внедрение современных технологий. Автоматизация производственных процессов, использование цифровых технологий и роботизированных систем помогут повысить эффективность и качество производства.

5. Обучение и развитие персонала. Важно инвестировать в обучение сотрудников, чтобы они могли следить за последними тенденциями в своей отрасли и применять новейшие методики работы.

6. Поощрение инновационной деятельности. Введение стимулов и премий за внедрение новых идей может мотивировать сотрудников к активной инновационной деятельности.

Эти пути могут помочь промышленным предприятиям повысить свою инновационную активность и оставаться конкурентоспособными на рынке.

В настоящее время инновационная активность в промышленном секторе является ключевым фактором для обеспечения конкурентоспособности компаний. Она охватывает различные аспекты, такие как внедрение новых технологий, разработка инновационных продуктов и услуг, улучшение производственных процессов и повышение эффективности бизнеса в целом [1].

Одной из основных тенденций в инновационной активности является увеличение инвестиций в исследования и разработки [2]. Компании стремятся создать собственные инновационные центры, лаборатории и инжиниринговые подразделения для поиска новых решений и технологий. Это позволяет им быть на передовой в своей отрасли и обеспечивает конкурентное преимущество на рынке.

Также важным аспектом обеспечения инновационной активности является сотрудничество с внешними инновационными партнерами, такими как стартапы, университеты, научно-исследовательские институты и другие компании. Это позволяет обмениваться знаниями, опытом и ресурсами, что способствует ускорению процесса разработки и внедрения инноваций.

Необходимо отметить, что в условиях быстрого темпа технологических изменений компании вынуждены постоянно следить за инновационными трендами и адаптировать свою деятельность под них. Это требует гибкости и открытости к изменениям со стороны руководства и персонала компании.

Таким образом, инновационная активность в промышленном секторе играет ключевую роль в обеспечении устойчивого развития компаний и всей отрасли в целом. Она способствует созданию новых рыночных возможностей, повышению эффективности производства и росту конкурентоспособности на мировом рынке.

Повышение инновационной активности промышленных предприятий имеет огромное значение для их конкурентоспособности и долгосрочного успеха. Инновации способствуют развитию новых продуктов и технологий, улучшению производственных процессов, сокращению затрат и повышению эффективности. Это позволяет предприятиям адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и удерживать свои позиции на рынке.

Подведение итогов значимости инновационной активности для промышленных предприятий позволяет выделить несколько ключевых моментов. Во-первых, инновации способствуют созданию конкурентных преимуществ, что позволяет предприятиям занимать лидирующие позиции на рынке. Разработка новых продуктов и технологий позволяет предприятиям привлекать новых клиентов и удерживать существующих.

Во-вторых, инновации способствуют улучшению производственных процессов, что позволяет сократить затраты на производство и повысить эффективность. Это особенно важно в условиях жесткой конкуренции, когда предприятия вынуждены постоянно оптимизировать свою деятельность для сохранения прибыльности.

Кроме того, инновационная активность способствует развитию человеческого капитала. Работа над новыми проектами и разработкой новых технологий стимулирует профессиональное развитие сотрудников, что в свою очередь способствует повышению их квалификации и мастерства.

Таким образом, инновации играют ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности предприятий. Постоянное стремление к созданию новых продуктов и технологий, улучшение производственных процессов и развитие человеческого капитала являются основой для долгосрочного успеха и устойчивого развития промышленных предприятий.

Список использованных источников

1. Экономика инноваций: учебник / А.И. Базилевич [и др.]. – Изд. 2-е, перераб. И доп. – М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2021. – 335 с.
2. Инвестиции и инновации: учебник / В.Н. Щербакова [и др.]. – М.: Дашков и К, 2023. – 645 с.

АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ФАКТОР ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Н.С. Линник, С.Ю. Внучко, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Проблема энергетической безопасности имеет особую актуальность, поскольку именно надежные и гарантированные поставки энергии, произведенные экологически приемлемыми способами, создают предпосылки для гармоничного развития современной экономики. Достижение устойчивого экономического роста белорусской экономики является одной из наиболее значимых государственных задач.

Согласно Концепции национальной безопасности Республики Беларусь, утвержденной Президентом Республики Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575, понятие «национальная безопасность» трактуется как «состояние защищенности национальных интересов Республики Беларусь от внутренних и внешних угроз» [1]. Структура национальной безопасности направлена на защищенность страны исходя из сфер жизнедеятельности общества.

Сегодня для Беларуси основными сферами национальной безопасности являются: экономическая, политическая, демографическая, научно-технологическая, информационная, военная, экологическая, биологическая и социальная. Количество компонентов национальной безопасности может как увеличиваться, так и уменьшаться, в зависимости от ряда условий, которые определяют развитие государства.

Согласно концепции энергетической безопасности Республики Беларусь, энергетическая безопасность определяется как «состояние защищенности граждан, общества, государства, экономики от угроз дефицита в обеспечении их потребностей в энергии экономически доступными энергетическими ресурсами приемлемого качества, от угроз нарушения бесперебойности энергоснабжения» [2].

Для условий Республики Беларусь наиболее точный – комбинированный подход, при котором объектами энергетической безопасности являются все составляющие технологического цикла – как участники процесса производства энергии, так и потребители на всех уровнях (рис.).

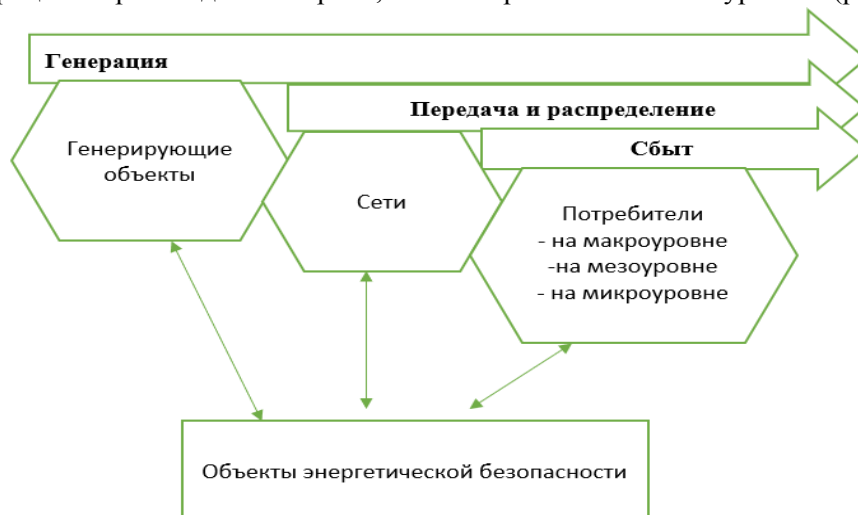


Рисунок – Комбинированный подход к определению объектов энергетической безопасности
Примечание – Источник: собственная разработка

Для Беларуси выделяются общие угрозы энергетической безопасности, относящиеся ко всем стадиям энергетической цепи. По нашему мнению, их необходимо разделить на две группы, учитывающие:

- 1) инвестиционные и финансовые угрозы;
- 2) социальные угрозы.

Дефицит инвестиций в модернизацию основных производственных фондов топливно-энергетического комплекса (ТЭК) провоцирует ограниченные возможности для привлечения необходимых финансовых ресурсов организациями ТЭК, что не обеспечивает требуемый уровень обновления основного оборудования и вызывает его повышенный износ и увеличение потерь энергии на всех стадиях энергетической цепи.

Снижение уровня подготовки высококвалифицированных кадров для ТЭК а также низкая заработная плата и как следствие недостаток квалифицированного персонала на энергетических производствах способствует оттоку кадров в другие сферы деятельности с менее напряженным графиком работы, что повышает уровень аварийности объектов энергетики.

Немаловажную роль для экономики страны играет рассмотрение баланса электрической энергии. Баланс электрической энергии – это физическое равенство между выработанной, передаваемой и потребляемой электрической энергией в определенной системе электроснабжения за определенный период времени. Это фундаментальное понятие, которое обеспечивает корректную работу системы электроснабжения и позволяет контролировать ее эффективность.

В концепции устойчивого развития Республики Беларусь рассмотрение и прогнозирование показателей баланса электроэнергии обусловлено необходимостью обеспечения экономического роста, социального развития, экологической устойчивости, энергетической безопасности и инвестиционной привлекательности страны. Сравнительный анализ фактических и плановых показателей баланса электрической энергии представлен в таблице ниже.

Таблица – Состояние защищенности по направлениям энергетической безопасности Республики Беларусь на примере электрической энергии

Показатель	2020 г. (Фактический)	2020 г. (Плановый)	Абсолютное отклонение	Темп роста (снижения), %
Производство электрической энергии – всего (млрд. кВт·ч)	38,7	39,9	-1,2	96,99%
в том числе:				
тепловые электростанции	37,6	31,85	5,8	118,05%
возобновляемые источники энергии	0,8	0,95	-0,2	84,21%
атомная электростанция	0,3	7,1	-6,8	4,23%
Потребление электрической энергии	38,2	39,9	-1,7	95,74%

Примечание – Источник: собственная разработка

В 2020 году фактическое производство электроэнергии оказалось на 3,01% ниже запланированного уровня. Однако выработка электроэнергии на тепловых электростанциях превысила план на 18,05%. В целом, наблюдается несоответствие большинства фактических показателей плановым. Особенно явно это наблюдается в области получения электроэнергии посредством атомной электростанции. Несмотря на это, нельзя говорить о негативных тенденциях в области производства электроэнергии, так как на 38,7 произведённых млрд. кВт·ч приходится только 38,2 млрд. кВт·ч потреблённых.

Список использованных источников

1. Об утверждении Концепции национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575 // Комитет государственной безопасности Республики Беларусь. Режим доступа: <http://kgb.by/ru/ukaz575/>.
2. Концепция энергетической безопасности Республики Беларусь: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 23 декабря 2015 г. № 1084 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2015.
3. Чиж, Е. П. Место и роль энергетики в национальной экономике страны / Е. П. Чиж // Наука – образованию, производству, экономике: материалы 16-й Междунар. науч.-техн. конф. Минск: БНТУ, 2018. Т. 1. С. 124.

УДК 332.14

ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ СТРУКТУРНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

И.О. Логвинова, 2 курс магистратуры

Научный руководитель – **Ю.С. Положенцева**, к.э.н., доцент
Юго-Западный государственный университет

Экономисты долго искали закономерности, связывающие успешное экономическое развитие со структурой экономики и политикой. Этот сравнительный подход в экономике был инициирован Саймоном Кузнецом и основывался на «существовании общих, транснациональных факторов и механизма взаимодействия между странами, которые создадут некоторый систематический порядок в том, как можно ожидать распространения современного экономического роста по всему миру». Одним из наиболее поразительных выводов этого сравнительного подхода к экономическому развитию была «всеобщая обратная связь между доходом и долей сельского хозяйства в доходах и занятости» [2, с. 81].

Как утверждал Кузнец, одной из ключевых особенностей современного экономического роста было перемещение рабочих из сельского хозяйства в производство и сферу услуг. Сравнительный подход определил производственный сектор как двигатель экономического роста для большинства стран, а темпы индустриализации отличали успешные экономики от неуспешных. Однако на определенном этапе экономического развития, когда рост производительности в обрабатывающей промышленности превышает рост производительности в сельском хозяйстве и сфере услуг, а спрос на услуги увеличивается, сектор услуг становится основным источником занятости, а значение производственного сектора снижается с точки зрения обеспечения занятости, хотя и не с точки зрения роста производства [2, с. 112].

Перемещение рабочих из сельского хозяйства в производство и в сферу услуг было осуществлено путем структурных преобразований во всех экономиках, входящих в список стран с высокими доходами, а также моделью успешного роста в Восточной Азии. Этот путь структурных преобразований привлек большое внимание экономистов и лежит в основе большинства теоретических представлений о структурных преобразованиях — от ученых в области классической экономики, таких как Кузнец, Льюис, Ченери и Сирквин, до более современных подходов, которые уходят своими корнями в неоклассической традиции.

Структурная трансформация определяется как переход экономики от низкопроизводительной и трудоемкой экономической деятельности к более высокой производительности и трудоемкой деятельности. Движущей силой структурных преобразований является изменение производительности в современном секторе, в котором преобладают производство и услуги. Он также характеризуется перемещением рабочей силы от трудоемких видов деятельности к квалифицированным.

Рассмотрим понятие структурной трансформации в более масштабном формате (таблица).

Структурная трансформация может генерировать как статические, так и динамические выгоды. Статическая выгода — это рост производительности труда в масштабах всей экономики, поскольку работники заняты в более производительных секторах. Динамические выгоды, которые следуют с течением времени, связаны с повышением квалификации работников и положительными внешними эффектами, возникающими в результате того, что работники имеют доступ к более совершенным технологиям и накапливают новый опыт.

Таким образом, можно выделить задачи структурной трансформации региональной экономики:

1. Диверсификация экономики: сокращение зависимости региона от определенных отраслей или ресурсов и развитие новых отраслей экономики.

2. Развитие и совершенствование человеческого капитала в регионе. Это может включать улучшение качества образования и повышение квалификации трудовых ресурсов, чтобы соответствовать требованиям современной экономики.

Таблица – Понятие структурной трансформации

№	Определение	Автор(ы)	Год
1	Процесс, когда важность различных секторов и видов деятельности в национальной экономике изменяется с точки зрения как состава, так и использования факторов производства, с относительным снижением низкопроизводительного сельского хозяйства и низкой добавленной стоимости. Этот процесс также включает модернизацию внутри секторов по мере того, как производство становится более квалифицированным, технологичным и капиталоемким. Более того, отраслевые сдвиги также имеют тенденцию к увеличению преобладания секторов и видов деятельности с более высоким потенциалом роста как с точки зрения эластичности спроса по доходу, наличия возрастающей отдачи от масштаба, так и потенциала технического прогресса [1, с. 230]	Роберт Дж. Барро и др.	1992
2	Структурная трансформация означает перераспределение экономической деятельности между широкими секторами сельского хозяйства, производства и услуг [5]	Бертольд Херрендорф и др.	2013
3	Структурная трансформация определяется как переход экономики от низкопроизводительной и трудоемкой экономической деятельности к более высокой производительности и трудоемкой деятельности [3]	Программа ООН по населенным пунктам. Структурные преобразования в развивающихся странах: межрегиональный анализ	2016
4	Процесс значительных изменений в экономике региона, означающий крупномасштабный перевод ресурсов из первичного в обрабатывающий сектор экономики, как это происходило во многих новых индустриальных странах. Он может включать сдвиг в методах экономической организации, от плановой к преимущественно рыночной экономике, как это было в многих в странах бывшего СССР, Центральной и Восточной Европы [6]	Экономика. Оксфордский толковый словарь	2023
5	Процесс кардинальной перестройки экономической структуры региона, в ходе которой повышается вклад обрабатывающей промышленности в национальный доход, и он становится больше, чем вклад аграрного сектора. [4]	Современный экономический словарь-справочник	2023

Примечание – Составлено автором

3. Привлечение инвестиций для развития новых отраслей и модернизации существующих. Это может включать создание благоприятной инвестиционной климата, предоставление налоговых льгот или других стимулов для инвесторов.

4. Развитие инфраструктуры: развитие и модернизация инфраструктуры региона, такой как транспортная, энергетическая, коммунальная и цифровая инфраструктура.

5. Содействие малому и среднему бизнесу: может включать предоставление финансовой поддержки, разработку программ поддержки предпринимательства, создание специальных зон для развития предпринимательства и другие меры.

Таким образом можно сказать, что структурная трансформация региональной экономики является неотъемлемой частью устойчивого развития региона. Она необходима для создания конкурентоспособной и разнообразной экономики, способной адаптироваться к изменяющимся условиям и вызовам изменяющейся среды.

Список использованных источников

1. Барро Р.Дж., Сала-и-Мартен К. Структурная экономика. Журнал политической экономии № 3, 1992. С. 223 – 251.
2. Кузнец С. 1959. О сравнительной структуре экономической структуры и росте наций. Сравнительное исследование экономического роста и структуры. Вашингтон: NBER, 1959. С. 76-162.
3. Программа ООН по населенным пунктам. Структурные преобразования в развивающихся странах: межрегиональный анализ. Электронный ресурс, URL: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/Structural%20Transformation%20in%20Developing%20Countries-FINAL.pdf> (дата обращения 10.04.2024)
4. Современный экономический словарь-справочник Электронный доступ. URL: <https://vocable.ru/slovari/sovremennyi-ekonomicheskii-slovar-spravochnik.html> (дата обращения 10.04.2024)
5. Херрендорф Б., Роджерсон Р., Валентини А. Рост и структурная трансформация. Национальное бюро экономических исследований. Электронный доступ. URL: <https://www.nber.org/papers/w18996> (дата обращения 10.04.2024).

УДК 338.45+330.16

ВЗАИМОСВЯЗЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ЗНАКОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

К.Ю. Ломан

Научный руководитель – **Ю.В. Мелешко**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Концепция устойчивого развития, отмечает С. Ю. Солодовников, стала как никогда актуальна, когда «капитализм столкнулся с природно-географическими ограничениями» [1, с.58]. Проблема устойчивого развития возникла как результат становления «общества потребления» (Ж. Бодрийяр). Для последнего характерен активный рост потребностей, приводящий к интенсификации производства – как угрозе экологической безопасности.

Как отмечает С. Ю. Солодовников: «сегодня сутью концепции устойчивого развития является разработка социально-экономических механизмов управления социоприродными системами на региональном, национальном и глобальном уровнях в целях обеспечения устойчивого роста благосостояния населения с минимальным ущербом для окружающей среды и здоровья человека» [1, с.58]. Иными словами, концепция устойчивого развития заключается в достижении баланса трех сфер: экономической, экологической и социальной. Несомненно, угрозой такого баланса является современное «общество потребления» (Ж. Бодрийяр). Под «обществом потребления» Жан Бодрийяр понимает то общество, в котором «предметы <...> оказываются не местом удовлетворения потребностей, а символической работы...» [2, с.17]. Иначе говоря, «общество потребления» – это общество, где все предметы стали знаками и только в качестве знаков имеют смысл существования; это общество, в котором материальное производство представляет собой производство социальных различий; общество, основанное на социальной демонстративности.

Одним из институтов, обеспечивающим социальную дифференциацию, является мода. Мода создает ценность предметов в глазах индивида лишь посредством их различительного отношения, например, укороченного и классического пиджака. Потребительная стоимость одного и второго, как и любой другой одежды, заключается в защите человека от погодных условий, а знаковая – в демонстрации социального статуса. Однако, сегодня потребительная и знаковая стоимости сращиваются. Статусные различия, обеспечиваемые системой различительных знаков, представляются социальными субъектами как потребность, где знаки, как и товары, воспринимаются как «полезность». «Общество потребления» означает становление общества потребления знаков как средств отражения социального статуса. Создавая тренды и антитренды, мода искажает восприятие реальных классовых различий на индивидуальном уровне, тем самым делая вид, что стирает классовое неравенство. Именно отсюда возникает это стремление подражания другому высшему классу. Однако, Ж. Бодрийяр справедливо отмечает: «Мода является одним из институтов, который наилучшим образом восстанавливает и обосновывает культурное неравенство и социальное различие, утверждая, будто бы их он как раз и уничтожает» [1, с.53]. Социальная дифференциация в рамках действия моды проявляется следующим образом: одни субъекты могут позволить себе поход по бутикам, другие в стремлении обладать тем же социальным статусом ищут альтернативы подешевле. Однако, этот социальный статус, обеспечиваемый модой, – как отмечает Ж. Бодрийяр – является лишь его симуляцией: «В глубине всех стремлений скрывается идеальная цель статуса, данного рождением, статуса благодати и превосходства. Он в равной степени выражается в отношении к вещам. Именно он пробуждает этот бред, этот неистовый мир безделушек, фетишей, которые призваны служить показателем статуса и организовать спасение посредством творений вследствие недостатка спасения посредством благодати» [3, с.60]. Такое стремление к устранению социальной дифференциации активно используется производителями, используя моду как средство получения прибыли. Выход нового продукта или бренда влечет за собой незамедлительную потребность в нем, что приводит к возникновению большого количества масс-маркетов – как дешевой альтернативы бутика и средства получения прибыли. Однако, параллельно возникает следующий парадокс моды: актуальность того или иного товара кратковременна. Среди элиты эта

актуальность угаснет, когда товар разойдется в массы, а среди среднего класса – когда элита перестанет иметь потребность в данном товаре. Последнее приводит к развитию явления «быстрой моды», сущность которой заключается в производстве «товаров интенсивного обновления» и интенсификации этого производства. Под «товарами интенсивного потребления» Т. В. Сергиевич предлагает понимать: «товары с ускоренным жизненным циклом, обусловленным их быстрым физическим износом или типом потребления, при котором замена таких товаров происходит задолго до момента их полного физического износа» [4, с.154].

Однако, такой рост индустрии моды представляет собой угрозу устойчивому развитию: загрязнение экологии. Индустрия моды «сегодня является вторым по величине промышленным загрязнителем, уступая лишь нефтяной промышленности» – пишет Т. В. Сергиевич [5, с.95]. Негативное воздействие производства «товаров интенсивного потребления» осуществляется на этапах производства, потребления и утилизации этих товаров. Использование в текстильной промышленности хлопка и кожи приводит к большому расходу водных ресурсов. Территории хлопковых плантаций загрязнены пестицидами. Используемые для покраски текстильной продукции ядохимикаты выбрасываются предприятиями в водные объекты. Такие реки как Ситэрум в Индонезии и Чжуцзян в Китае стали непригодными для жилья, рыбалки, существования и развития водной экосистемы. Помимо отходов производства негативное воздействие на окружающую среду оказывает также утилизация отходов потребления – «товаров интенсивного обновления». Почти вся одежда, пригодная для дальнейшего потребления, выбрасывается вместе с другими бытовыми отходами, нанося непоправимый вред экологии.

Тем не менее, нет необходимости отказываться от индустрии моды. Помимо того, что мода является средством получения прибыли, она обеспечивает рабочие места в легкой промышленности, а также рост национальных экономик. Отказ от этой индустрии также приведет к угрозе устойчивого развития, но с экономической стороны. Таким образом, должны быть предприняты меры по минимизации негативного воздействия модной индустрии на экологию. К таким мерам относится повторное потребление: секонд-хенды, помощь детским домам или другим нуждающимся – что сократит выброс не потребленных товаров. Кроме того, минимизацией негативных последствий «быстрой моды» должно заниматься государство. Как справедливо отмечает С. Ю. Солодовников: «любое общество не является чем-то монолитным, а делится на множество социальных классов, которые обладают специфическими социально-экономическими интересами, причем интересы ряда этих классов всегда будут не соответствовать направлению устойчивого развития» [1, с.58]. Т.е., государство, как представитель всего общества, должно, учитывая интересы общества и, создавая базу для достижения устойчивого развития. Таким образом, как отмечает Т. В. Сергиевич: «Соблюдение экологических императивов должно развиваться в двух направлениях – как в части усиления роли государства в защите общественных интересов на основе развития природоохранных технологий и совершенствования механизмов регулирования присвоения природной ренты, так и посредством вторичного использования и последующей переработки товаров, а также перехода к типу потребления, называемого «ответственным потреблением» [5, с. 98] – устойчивое развитие в рамках воздействия индустрии моды достижимо в условиях экологического производства и осознанного гуманного потребления.

Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Экономический рост и истинные инвестиции: сущность и взаимообусловленность / С. Ю. Солодовников // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. – 2017. – № 18(23). – С. 56-63.
2. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака / Жан Бодрийяр // Москва: РИПОЛ классик, 2020 – 352 с.
3. Baudrillard, J. The Consumer Society. Myths & Structures / J. Baudrillard. – London : SAGE Publications, 1998. – 208 p.
4. Сергиевич, Т. В. Феноменологическая природа товаров интенсивного обновления и знаковое потребление / Т. В. Сергиевич // Вестник КРАГСИУ. Серия «Теория и практика управления». – 2018. – № 21 (26). – С. 152–156.
5. Сергиевич, Т. В. Взаимообусловленность моды и устойчивого развития / Т. В. Сергиевич // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2020. – № 14. – С. 95-99.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

А.Н. Лукашик, 1 курс

Научный руководитель – Н.А. Мотько, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

В процессе создания инновационной экономики, рациональное управление ресурсами играет важную роль. Управление человеческими ресурсами не исключение, потому как такая экономика, будет основываться на знаниях и интеллекте людей, а соответственно она сможет эффективней справляться с появляющимися вызовами. Кибанов А.Я. пишет, что ученые, которые занимались изучением и исследованием данного вопроса делают вывод, что рабочие – это основа всего стратегического ресурса любой единицы хозяйствования, которая способствует росту её конкурентоспособности, а следовательно, и устойчивому развитию. [1, с. 141]. Исходя из этого можно сказать, что необходимость создания и выявления наиболее рациональных управленческих стратегий, способных комбинировать социальное благополучие работников и экономические планы бизнеса, возрастает с каждым днем. Одна из функций эффективного управления человеческими ресурсами – это способность в наиболее короткие сроки принимать верное решение в сложных вопросах, связанных с персоналом организации. К таким вопросам можно отнести: повышение производительности труда и оптимизацию расходов на него, а также и другие.

Например, такая задача, как оптимизация затрат на персонал, подразумевает, деятельность организации по получению нужного качества и количества трудовых ресурсов за оптимальную цену. В своем исследовании В.А. Бухалковая пишет о том, что процент затрат в себестоимости продукции на рабочую силу составляет 25–40%, а в определенных отраслях доходит и до 70% [2, с. 77]. Поэтому снижение таких расходов, позволит улучшить финансовое положение компании и даст возможность накопления и выделения средств на внедрение новых технологий, которые, в свою очередь, уменьшат нагрузку на сотрудников и повысят конкурентоспособность компании. Таким образом, стимулируя своих работников и оптимизируя количество и состав наемных рабочих, компания может снизить издержки на персонал. К примеру, по данным исследования PwC, только одна автоматизация рутинных процессов уже может сократить расходы на персонал на 20–40%. При оптимизации численности персонала, важно оставить основных специалистов, чтобы эффективность бизнес-процессов не была уменьшена. Также необходимо выявить тех сотрудников, которых можно перевести на удаленную деятельность, что в свою очередь также приведет к снижению издержек, без потери или снижения качества получаемого товара или услуги.

Следующая экономическая задача управления персоналом – это повышение производительности его труда. Ее решение влияет на объемы выпускаемой продукции и прибыль компании, а также на ее статус на мировом рынке товаров и услуг. Если руководствоваться методами управления человеческими ресурсами, такими как обучение сотрудников, их мотивация и стимулирование, а также создание благоприятных и эффективных условий труда, компания сможет в полной мере пользоваться интеллектуальными и физическими способностями сотрудников. Например, в компании Magn был применен гибкий подход к созданию и поддержанию трудового пространства, что позволило увеличить выработку персонала на 10%.

Еще одной задачей управления сотрудниками является обеспечение экономической эффективности системы, работающей с человеческими ресурсами, которая подразумевает отношение полученных результатов к затраченным ресурсам. Такую эффективность можно оценивать с помощью определенных показателей, как количественных (затраты на одного работника), так и качественных (текучесть кадров). Верно принятые решения аппарата управления персоналом обеспечат максимальную прибыль с минимальными затратами финансов, времени и трудовых ресурсов на управление коллективом. Аширов Д.А пишет о том, что проведение корпоративного обучения и развития талантов по experiential-модели (наставничество, проекты ротации) выходит в 4–5 раз дешевле, чем использование внешних тренингов, а также удваивает эффективность [3, с. 49]. Аналитики Deloitte отмечают, что финансовые результаты в компаниях с высокоэффективной системой управления персоналом на 11% выше, чем у конкурентов, не использующих ее.

Кроме достижения экономических целей бизнеса, эффективная модель управления персоналом выполняет ряд важнейших социальных функций, к которым относятся:

1. Соблюдение прав и социальных гарантий сотрудников. Предполагает выполнение всех установленных законодательством норм (режим, оплата и условия работы, а также социального и пенсионного обеспечения). Соблюдение этих гарантий существенно повышает лояльность сотрудников.

2. Развитие потенциала человеческого капитала. Подразумевает повышение квалификации персонала, проведение различных тренингов и обучающих мероприятий. Такие инвестиции в сотрудников организации позволяют получить высокую экономическую эффективность организации благодаря привлечению лучших кадров, а также повышению вовлеченности персонала, а соответственно и его производительности.

3. Создание благоприятного психологического климата в коллективе. Включает в себя соблюдение всех норм управления персоналом, а также проведения различных мероприятий, способствующих сплочению коллектива, предотвращению и профилактике конфликтов, создание и поддержание нормальной доверительной атмосферы взаимодействия между сотрудниками. Исходя из данных по исследованию Aon Hewitt, компании с наилучшей вовлеченностью персонала имеют прибыль, которая на 9% выше, чем средняя по рынку.

От соблюдения всех трех зависит как социальное благополучие сотрудников, так и получаемые экономические результаты организации [4, с. 112].

По итогу, рациональное управление человеческими ресурсами обеспечит устойчивое экономическое развитие страны. Это будет, в свою очередь, достигнуто благодаря, полученной от решения экономических и социальных задач способности в наиболее короткие сроки принимать верное решение в сложных вопросах, связанных с персоналом организации. Такие действия способствуют повышению благополучия сотрудников организации, а соответственно и граждан нации, а также возможности наиболее эффективно справляться с появляющимися вызовами, что обеспечит конкурентоспособность компании.

Список использованных источников

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: монография / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: НИЦ Инфра-М, 2019. – 302 с
2. Бухалков М.И. Управление персоналом: учебник / М.И. Бухалков. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Инфра-М, 2019. – 400 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/989389> (дата обращения: 30.01.2024). – ISBN 978-5-16-003112-5
3. Аширов Д.А. Управление персоналом / Д.А. Аширов. – М.: Проспект, 2021. – 432 с.
4. Дейнека А.В. Управление человеческими ресурсами: учебник / А.В. Дейнека, В.А. Беспалько. – М.: Дашков и К, 2017. – 392 с.

УДК 338.1

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ТРАНСФОРМАЦИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОМПАНИЙ

В.В. Лукьянович, 3 курс

Научный руководитель – **Н.С. Недашковская**, к.э.н., доцент

Барановичский государственный университет

На фоне глобального роста ИТ-рынка цифровизация стала важным приоритетом для Беларуси и частью ее будущего. Страны, как и компании, активно создают условия для эффективной трансформации экономики и поддержки ИТ-сектора и стартапов.

Согласно отчету Information Technology (IT) Market, объем мирового рынка ИТ в 2022 году оценивается в 9 481 627,92 млн. дол. США. Ожидается, что к 2028 году он достигнет 17 736 482,58 млн. дол. США при среднегодовых темпах роста 11% [1]. В соответствии с темпами глобальной цифровизации Беларусь активно способствует развитию ИТ-отрасли для поддержания своей конкурентоспособности.

Цифровизация — современный тренд развития и последовательного улучшения всех бизнес-процессов экономики и социальных сфер, основанный на увеличении скорости взаимодействия, до-

ступности и защищенности информации, а также на возрастании роли автоматизации как базы цифровизации [2].

Сегодня можно уверенно говорить об Индустрии 4.0, характеризуя современные тенденции развития автоматизации, цифровизации и обмена данными, таких как киберфизические системы, Интернет-вещей и облачные вычисления.

Вектор развития цифровизации страны задан программой «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы. Это позволяет объединить в единую инфраструктуру разрозненные элементы цифровизации, ранее внедренные в экономику.

В 2022 году был введен Указ №136, устанавливающий Минсвязи в качестве регулирующего органа цифрового развития. Минсвязи также предоставлены новые полномочия по управлению этими процессами [3].

Не может быть никакой фундаментальной трансформации бизнеса без массового внедрения новых технологий и использования их возможностей. Стратегии цифровой трансформации включают внедрение и использование инновационных решений для улучшения операций, качества обслуживания клиентов и развития производства.

Компаниям следует начать с оценки существующей технологической инфраструктуры и возможностей, а также работать над определением того, как потребности компании совпадают с технологическими пробелами. Это означает, что необходимо обеспечить инвестиции в технологии, которые удовлетворяют потребности компании, а не просто покупать технологии ради самих технологий или выглядеть в тренде. Это также включает в себя оценку существующих систем, приложений и инфраструктуры. В наши дни трансформацией бизнес-процессов могут управлять технически подкованные консультанты, которых нанимают на внештатной основе для завершения проекта в течение определенного периода времени.

Эта первоначальная оценка должна служить основой для реализации стратегий цифровой трансформации и постоянно использоваться по мере реализации этих планов. На этом этапе организация должна решить, инвестировать ли в новые или существующие технологии, совершенно новые технологии, созданные с нуля без бремени устаревшего кода, или использовать существующие технологии и инфраструктуру, которые проверены и предусматривают экономию средств.

Стратегии цифровой трансформации должны учитывать весь спектр доступных технологий и оценивать, насколько они удовлетворяют потребности компании. Например, облачные вычисления с их потенциалом повышения масштабируемости, гибкости и доступности могут стать важной частью трансформации бизнес-процессов. Когда дело доходит до принятия решений, компаниям следует рассмотреть возможность использования возможностей анализа статистических данных для получения ценной информации. Кроме того, анализ поведения клиентов, рыночных тенденций и операционных показателей может помочь принять обоснованные решения и определить области для улучшения.

Хотя стратегии, способствующие развитию компании и внедрению цифровых технологий, различны, их также необходимо реализовывать рука об руку. Как мы выяснили, технологии должны заполнять пробелы в потребностях компании, а не инвестиции, направляемые предполагаемыми технологическими потребностями. Однако это также означает, что для успешной цифровой трансформации традиционные бизнес-процессы должны быть переопределены с учетом внедрения цифровых технологий.

Это означает, что каждый аспект бизнес-модели должен быть проанализирован и, при необходимости, переработан. Реинжиниринг бизнес-процессов гарантирует, что цель цифровой трансформации организации может быть достигнута посредством взаимодействия. То есть каждая команда в организации должна заниматься изучением функционирования существующих процессов и, следовательно, выявлением ограничений и неэффективности.

Изменение трансформации бизнес-процессов может также означать продвижение более ориентированного на клиента подхода, поставив потребителя в центр всех бизнес-процессов. Используя технологии, компании могут использовать эмпатический UX-подход, который учитывает, как перемещается пользователь по веб-сайту компании, приложению или службе поддержки клиентов. Этот ориентированный на клиента подход активно стремится понять ожидания клиентов, а также их болевые точки, применяя интуитивно понятные и удобные интерфейсы, которые делают путь клиента более плавным [4].

Применение этих стратегий упрощает анализ, поскольку путь клиента имеет более четкие результаты. Если эти результаты не достигаются, то эти ценные данные о клиентах можно использовать для определения того, как следует перепроектировать процессы. Анализ данных о клиентах также может дать рекомендации по разработке продуктов; он показывает, чего хотят и в чем нуждаются потребители. Более того, он может определять маркетинговые стратегии и услуги, обеспечивая большую точность и четкость.

В заключении можно отметить, что ключом к трансформации бизнес-процессов является планирование. Начиная с самых первых шагов планирования и заканчивая определением областей возможностей и пробелов компании, важно иметь четкие цели и ожидаемые результаты. Без создания надлежащей структуры и плана трансформации существует вероятность того, что не все, кто работает над проектом, будут соответствовать его целям.

Список использованных источников

1. 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: 05.04.2024.

2. Министерство связи и информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mpt.gov.by/sites/default/files/spravochno_1_kratkoe_opisanie_metodiki_ocenki_urovnya_cifrovizacii.pdf – Дата доступа: 05.04.2024.

3. Какое будущее у «цифровой» Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ilex.by/news/kakoe-budushhee-u-tsifrovoj-belarusi/> – Дата доступа: 05.04.2024.

4. A strategic look at business process transformation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.outvise.com/strategic-look-at-business-process-transformation/> – Дата доступа: 05.04.2024.

УДК 331.1

ВНЕДРЕНИЕ ESG-ПОВЕСТКИ НА ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕПРИЯТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.В. Луць, 1 курс,

Научный руководитель – О.В. Володько, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Современный мир все больше делает упор на вопросы экологии, социальной ответственности и управления компанией. Эти аспекты, известные как Environmental, Social and Governance (ESG) – факторы, уже давно стали неотъемлемой частью бизнеса и инвестиций. Они определяют долгосрочную устойчивость и успех организаций в условиях все более острых глобальных вызовов.

В связи с тем, что международные организации и рынки уже обращают больше внимания на вопросы устойчивого и ответственного бизнеса, процесс внедрения ESG-повестки на промышленные предприятия Беларуси становится все более актуальным. Компании должны принять новые подходы в управлении, перейти к использованию чистых технологий и соблюдать социальные нормы [1].

Однако одной из основных препятствий для внедрения ESG-повестки является недостаток знаний и понимания предпринимателями сути этой концепции. Многие предприятия просто не знают, что такое ESG и какой вклад они могут внести в реализацию этой инициативы. Также отсутствие стимулов и перспектив развития в этой сфере может снизить мотивацию и энтузиазм у предприятий.

Не стоит забывать о технических и технологических проблемах, которые могут возникнуть при внедрении современной повестки на промышленные предприятия. Некоторые компании могут столкнуться с ограничениями из-за устаревших производственных мощностей или недостатка средств для модернизации процессов и оборудования.

Кроме того, отсутствие единого законодательного регулирования и недостаток контроля со стороны государства могут стать серьезными проблемами внедрения ESG-повестки. Это ослабляет мотивацию предприятий и допускает нарушение социальных и экологических стандартов [2].

Для решения этих проблем внедрения ESG-повестки на промышленные предприятия в Беларуси необходимы комплексные и целенаправленные меры. Первостепенной задачей является ин-

формационная кампания, направленная на повышение осведомленности предпринимателей о необходимости и пользе внедрения ESG-принципов в бизнес. Также требуется оказание поддержки предприятиям в модернизации и перестройке производства и разработка с внедрением государственных стандартов и нормативов.

Однако следует также отметить, что Беларусь не остается в стороне от мировых трендов и разрабатывает ESG-подход на промышленных предприятиях. На данный момент внедрение ESG-повестки на промышленных предприятиях Республики Беларусь находится на начальной стадии. Тем не менее, можно выделить ряд компаний, которые уже предпринимают определенные шаги в этом направлении:

ОАО "БМЗ" – управляющая компания холдинга "БМК" - один из лидеров в области ESG среди белорусских промышленных гигантов. БМЗ регулярно публикует нефинансовую отчетность по устойчивому развитию, реализует программы экологической модернизации, энергосбережения и снижения выбросов.

ОАО "Нафтан" – на этом нефтеперерабатывающем заводе реализуется стратегия устойчивого развития, включающая инвестиции в экологические проекты, развитие "зелёной" энергетики и социальную политику.

ОАО "Пинскдрев" – один из крупнейших деревообрабатывающих холдингов страны, применяющий принципы ESG. Компания сертифицирована по системе лесной сертификации FSC.

ОАО "Керамин" – предприятие строительной отрасли, выпускающее "зелёную" продукцию и реализующее социальные и природоохранные программы.

ОАО "Савушкин продукт" – молочный комбинат, соблюдающий экологические стандарты при производстве и утилизации отходов.

ОАО "Горизонт" – фармацевтический завод, внедряющий передовые подходы к корпоративной социальной ответственности и управлению.

Также элементы ESG-повестки реализуют отдельные предприятия деревообрабатывающей, пищевой, химической и других отраслей промышленности Беларуси. Однако комплексное системное внедрение пока остается задачей на перспективу [3].

Стоит также отметить, что на данный момент примеров прямого повышения эффективности белорусских предприятий после внедрения ESG-повестки немного, так как этот процесс находится в начальной стадии. Тем не менее, имеются данные из зарубежного опыта, демонстрирующие потенциальные выгоды для эффективности производства при соблюдении ESG-принципов:

По данным исследования BCG, внедрение передовых экологических практик (энергоэффективность, переработка отходов и прочее) позволяет компаниям снизить издержки производства на 25-30%.

Опрос 600 компаний McKinsey показал, что предприятия с развитой ESG-стратегией имеют операционную маржу на 3,8% выше среднего по отрасли.

Согласно отчету Pricewaterhousecoopers, у компаний с лучшими практиками корпоративного управления (элемент G в ESG) производительность сотрудников на 16% выше.

Исследование Deutsche Bank и Университета Гамбурга: предприятия, инвестирующие в экологичные технологии, получают в среднем на 18% большую рентабельность активов.

Международный анализ 200 компаний выявил, что внедрение передовых систем управления безопасностью труда и социальной политикой сокращает затраты на 20%.

Согласно McKinsey, компании с проактивной ESG-повесткой в среднем имеют производительность активов на 33% выше [4].

Таким образом, перспективы развития ESG-повестки на промышленные предприятия Республики Беларусь предполагают создание эффективной экологической, социальной и управленческой системы, основанной на принципах устойчивого развития и с учетом интересов всех заинтересованных сторон. Развитие ESG-подхода в белорусских предприятиях открывает новые возможности для продуктивного взаимодействия бизнеса, общества и государства, способствуя устойчивому и сбалансированному развитию Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Энергоэффективные технологии для малого и среднего бизнеса: увеличение прибыли и устойчивость [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://nae.su/page/2/>. – Дата доступа: 07.03.2024 г.

2. Преимущества быть зеленым предпринимателем в устойчивом мире [Электронный ресурс] / Режим доступа:

<https://fastercapital.com/ru/content/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B8%D0%BC%D1%83%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0-%D0%B1%D1%8B%D1%82%D1%8C-%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D1%8B%D0%BC-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BC-%D0%B2-%D1%83%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B9%D1%87%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D0%BC-%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%B5.html>. – Дата доступа: 10.03.2024 г.

3. В Беларуси реализуются ключевые принципы ESG-повестки [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/k-sotsialnym-voprosam-i-ekologii-s-povyshennoy-otvetstvennostyu.html>. – Дата доступа: 26.03.2024 г.

4. The guide to becoming a sustainable, connected enterprise [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.softwareag.com/en_corporate/. – Дата доступа: 28.03.2024 г.

УДК 339.13

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «САНТА РИТЕЙЛ» МЕТОДОМ SWOT-АНАЛИЗА

Е.С. Малащук, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В современном динамичном и конкурентном деловом мире предприятие сталкивается с необходимостью постоянно адаптироваться и совершенствоваться, чтобы оставаться конкурентоспособным. Конкурентоспособность предприятия является ключевым фактором его успеха и долгосрочного выживания.

ООО «Санта Ритейл», одно из ведущих предприятий в сфере розничной торговли продуктами питания и сопутствующими товарами, представляет собой динамично развивающуюся компанию с представительствами в различных регионах страны.

Анализ конкурентоспособности является важным инструментом для предприятий, чтобы оценить свои сильные и слабые стороны по сравнению с конкурентами и принять обоснованные решения для улучшения своей конкурентной позиции. Существует множество моделей анализа конкурентоспособности.

1. SWOT-анализ: это метод, который помогает определить сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы со стороны внешней среды.

2. PEST-анализ: этот метод позволяет оценить макроэкономические факторы, которые могут повлиять на конкурентоспособность компании, такие как политические, экономические, социальные и технологические факторы.

3. Анализ конкурентов: этот метод включает в себя изучение конкурентов, их стратегий, продуктов и услуг, а также определение их сильных и слабых сторон.

4. Анализ цепочки создания стоимости: этот метод помогает определить, где компания может получить конкурентное преимущество благодаря более эффективной работе или снижению затрат.

5. GAP-анализ: данный метод используется для определения разрывов между текущим состоянием компании и желаемым, что помогает выявить области для улучшения.

Достоинства и недостатки каждого метода представлены в таблице 1.

Изучив достоинства и недостатки каждого метода, проведем SWOT-анализ для комплексной оценки рыночного положения и перспектив развития ООО «Санта Ритейл». Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 1. – Достоинства и недостатки методов анализа конкурентоспособности

Метод анализа	Достоинства	Недостатки
SWOT-анализ	-Простота использования; -наглядность результатов; -возможность адаптации; -комплексный подход;	-субъективность; -ограниченность; -неточность данных; -поверхностный подход.
PEST-анализ	-Простота использования; -оценка рисков; -универсальность;	-субъективность; -ограниченность; -сложность прогнозирования; -неточность данных.
Анализ конкурентов	-Улучшение понимания; -определение своей рыночной ниши; -выявление потенциальных угроз;	-трудоемкость; -возможность ошибки; -невозможность предсказать будущее.
Анализ цепочки создания стоимости	-Возможность определить потери; -возможности для улучшения процессов и снижения затрат;	-сложность; -трудоемкость; -не учитывает внешние факторы.
GAP-анализ	-Простота использования; -наглядность; -универсальность;	-субъективность; -ограниченность; -неточность.

Примечание – Источник: собственная разработка [2].

Таблица 2. – Матрица SWOT-анализа деятельности ООО "Санта Ритейл"

<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Прочные позиции на рынке Беларуси. 2. Широкий ассортимент продукции. 3. Удобное расположение магазинов. 4. Лояльная клиентская база. 5. Сильная логистическая сеть. 	<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зависимость от рынка Беларуси. 2. Высокая конкуренция. 3. Ограниченный ассортимент свежих продуктов. 4. Низкая маржинальность.
<p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение на новые рынки. 2. Развитие онлайн-продаж. 3. Улучшение ассортимента продукции. 4. Повышение эффективности цепочки поставок. 5. Партнерство с другими компаниями. 	<p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изменение потребительских предпочтений. 2. Экономическая неопределенность. 3. Увеличение конкуренции. 4. Рост инфляции. 5. Правительственные ограничения.

Примечание – Источник: собственная разработка.

Исходя из SWOT-анализа ООО "Санта Ритейл" видно, что предприятие имеет ряд сильных сторон, которые являются основой его конкурентоспособности. Однако существуют и слабые стороны, которые необходимо устранять, а также возможности, которые нужно использовать для дальнейшего развития. Предприятию следует обратить внимание на угрозы и разработать стратегии для их минимизации.

Для повышения конкурентоспособности ООО "Санта Ритейл" рекомендуется сфокусироваться на следующих направлениях:

- расширение сети магазинов и развитие омниканальных продаж;
- увеличение ассортимента товаров и развитие собственных торговых марок;
- оптимизация логистических процессов и снижение издержек;
- инвестиции в инновационные технологии и повышение квалификации персонала;
- укрепление сотрудничества с местными производителями и развитие импортозамещения.

Список использованных источников

1. Ф. Котлер, К. Л. Келлер Маркетинг менеджмент. 15-е изд. – СПб.: Питер, 2018. – 464 с.
2. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2017. – 194 с.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В РОССИИ

И.Ф. Мальцева, к.э.н., доцент
Юго-Западный государственный университет

Цифровая трансформация является одной из пяти национальных целей развития России до 2030 года. В настоящей статье делается акцент на подходе, который положен в ее основу, поскольку именно он определяет основные направления, цели и задачи цифровизации.

Основой оказания и цифровизации государственных и социальных услуг в России является клиентоцентричность. Этот подход был реализован и показал свою эффективность при реализации проекта по созданию Единого портала государственных услуг и Многофункциональных центров предоставления госуслуг. Происходит постепенный переход от бюрократического к клиентоцентричному государству, функции и услуги которого организованы удобным для человека образом, позволяют эффективно удовлетворять потребности человека (гражданина, представителя бизнеса, государственного или муниципального служащего) и постоянно совершенствуются на основе анализа клиентского опыта [2].

Важно отметить, что под клиентами понимаются как внешние клиенты государственных и муниципальных служащих (физические лица, индивидуальные предприниматели, юридические лица, представители органов государственной власти), так и внутренние клиенты (сами государственные и муниципальные служащие). Утверждена и опубликована Декларация ценностей клиентоцентричности, также соответствующие стандарты, в которых подробно рассмотрены особенности внедрения данного подхода и основные требования:

- стандарт «Государство для людей»;
- стандарт «Государство для бизнеса»;
- «стандарт для внутреннего клиента» [4].

В центре внимания всех стандартов находится человек (рис.), поэтому разработка цифровых сервисов переходит от решения отдельных задач к решению жизненных ситуаций в комплексе (поступление ребенка в вуз, переезд в другой регион и т.д.), разрабатываются соответствующие суперсервисы, примеры которых можно найти на сайте Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ [5].



Рисунок – Ценности и принципы клиентоцентричного государства [2].

Клиентоцентричный подход предполагает оптимизацию государственных услуг (устранение ненужных процессов, услуг и разработку новых, способствующих автоматизации и бесшовной встройки в повседневную жизнь человека), а также кадровую трансформацию, которая включает в себя систему внутреннего обучения государственных служащих, направленную на понимание потребностей людей и выстраивание с ними эффективного диалога.

На прошедшем в декабре 2023 года в России форуме «Клиентоцентричность в государственном управлении» был проанализирован уже накопленный опыт реализации государственных услуг, базирующихся на клиентоцентричном подходе и определены новые векторы развития. Отдельные показатели развития представлены в таблице.

Таблица

Значение показателя	Расшифровка
100%	сотрудников органов исполнительной власти должны быть обучены стандартам клиентоцентричности при работе с населением к 2030 г.
24	прототипа жизненных ситуаций были разработаны в 2023 году
15	жизненных ситуаций уже доступны на портале Госуслуг и цифровой платформе МСП.РФ.
85	субъектов страны разработали и утвердили «дорожные карты» по внедрению принципов клиентоцентричности в деятельность госорганов
8	регионов страны открыли лаборатории пользовательского тестирования

Источник: составлено автором на основе данных на портале [1].

Важным этапом цифровизации в 2024 году является запуск Единой централизованной цифровой платформы [3], которая позволит систематизировать всю документацию и будет способствовать разработке упреждающих инструментов, когда в автоматическом режиме при изменении сведений в системе человеку будет предложено воспользоваться положенными в соответствии с федеральным или региональным законодательством льготами или возможностями.

Такой беззаявительный характер оказания социальных и государственных услуг позволит оперативно решать возникающие проблемы, сократит цикл между заявлением на получение льготы и ее реализацией, повысит удовлетворенность клиентов качеством услуг, обеспечит удобство использования. В конечном счете анализ и обработка информации по предоставленным услугам и льготам позволит разрабатывать и проводить более эффективную политику, способствующую раскрытию и реализации возможностей каждого гражданина и направленную на снижение дифференциации населения.

Список использованных источников

1. Аналитический центр при Правительстве РФ Электронный ресурс, URL: <https://ac.gov.ru/news/page/na-forume-klientocentricnost-v-gosudarstvennom-upravlenii-podveli-itogi-raboty-za-2023-god-27680> (дата обращения 11.04.2024)
2. Декларация ценностей клиентоцентричности. Электронный ресурс, URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/960f181e39e8b5100ecea7107eb7fe92/deklaraciya_cennostey_klientocentricnosti.pdf (дата обращения 10.04.2024)
3. Постановление от 29 декабря 2023 года №2386 «О государственной информационной системе «Единая централизованная цифровая платформа в социальной сфере» URL: <http://static.government.ru/media/files/ENa7w8qxPbSpF9QFi2vwxapnH3HyDEE1.pdf> (дата обращения 11.04.2024)
4. Стандарты клиентоцентричности. Электронный ресурс, URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/gosudarstvennoe_upravlenie/gosudarstvo_dlya_lyudey/standarty_klientocentricnosti/ (дата обращения 10.04.2024)
5. Суперсервисы и цифровая трансформация госуслуг. Электронный ресурс, URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/854/> (дата обращения 11.04.2024)

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД, ЕГО ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.А. Маркевич, 3 курс

Научный руководитель – **Н.С. Недашковская**, к.э.н., доцент
Барановичский государственный университет

Кластерная модель развития обладает рядом преимуществ: обеспечивает высокий уровень конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуг) на основе интеграции усилий участников кластера. [1, с. 56].

В научной литературе нет единого подхода к пониманию кластера, но наиболее верным, на наш взгляд, является подход, предложенный в Концепции формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь: совокупность территориально локализованных субъектов хозяйствования, взаимодействующих на договорной основе и участвующих в процессе создания добавленной стоимости.

Концепция формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь разработана в целях:

- оценки имеющегося в республике потенциала;
- определения перспектив и организационно-экономического механизма стимулирования кластерного развития экономики на период до 2025 г. [2].

В соответствии с Концепцией государственная кластерная политика – это составная часть государственной социально-экономической политики, представляющая собой комплекс осуществляемых государством организационных, экономических и правовых мер, направленных на формирование и развитие кластеров в целях повышения конкурентоспособности национальной экономики. Отличительным признаком кластера является общность моделей производственно-кооперационных и иных взаимодействий субъектов хозяйствования и четко выраженный фактор лидирующего (интегрирующего) продукта или услуги.

Отрасли промышленности, входящие в кластеры, группируются исходя из степени межотраслевой циркуляции продукции и знаний, включая:

- потоки технологий, обусловленные приобретением продуктов и промежуточных товаров в других отраслях, а также взаимодействием их производителей и пользователей;
- техническое взаимодействие, выраженное в патентовании, освоении патентов, использовании научных результатов в нескольких смежных отраслях, а также в совместных исследовательских проектах;
- мобильность персонала между сегментами кластера в целях распространения лучших достижений управления.

1 декабря 2014 г. принято Постановление Министерства экономики Республики Беларусь № 90 «Об утверждении методических рекомендаций по организации и проведению мониторинга кластерного развития». Практические вопросы организации кластеров и их идентификации, поддержки, в том числе финансовой, обоснование стратегии развития кластеров требуют гибкой реакции на возникающие проблемы. Для реализации поставленных задач в 2015 г. было разработано «Руководство по созданию и организации деятельности кластеров в Республике Беларусь» [3, с. 447].

В Республике Беларусь формирование кластеров только начинается, формируются концептуальные подходы к их созданию, организации, методам регулирования и поддержки. Цель кластера – координация деятельности его участников в области разработки, внедрения, производства и эксплуатации энергоэффективного осветительного оборудования с использованием лучших мировых достижений в этой области. Кластер открыт для предприятий организаций любых форм собственности, как отечественных, так и зарубежных.

Беларусь имеет возможность опираться на накопленный в других странах значительный опыт по созданию и развитию кластеров, что позволяет избежать ошибок при принятии управленческих решений для обоснования направлений развития кластеров [3, с. 257].

Направления влияния участия в кластере на конкурентоспособность предприятий:

- экономия издержек;

- возможность организации полного производственного процесса;
- упрощение взаимодействия с участниками кластера;
- увеличение генерируемой добавленной стоимости;
- объединение имеющихся ресурсов;
- доступ к результатам НИОКР.

Таким образом, за счет участия в кластере появляется возможность сократить издержки и увеличить объем генерируемой добавленной стоимости, что позволяет, соответственно, повысить конкурентоспособность продукции.

Наиболее приемлемый вариант создания кластера предусматривает:

- 1) создание организации кластерного развития (хозяйственное общество, учреждаемое всеми участниками кластера) для обеспечения совместной деятельности участников кластера;
- 2) возложение функций коллегиального координационного органа кластера на совет директоров организации кластерного развития;
- 3) разработку и реализацию кластерного проекта, воплощающего стратегию развития кластера.

Данный вариант рекомендуется выбирать в случае, если предусматривается формирование кластера, в состав которого будут входить как коммерческие организации, так и различные учреждения. Кроме того, законодательством Республики Беларусь определено, что лишь в отношении инновационно-промышленных кластеров предусматривается государственная поддержка [4, с. 255].

В случае создания организации кластерного развития в форме хозяйственного общества, владельцы (руководители) участников кластера входят в состав Совета директоров данного хозяйственного общества, и в данном случае именно Совет директоров является коллегиальным координационным органом, выполняющим роль Совета кластера [4, с. 59].

Обобщая вышеизложенное, необходимо подчеркнуть следующее:

- 1) учредителями (участниками) организации кластерного развития могут быть только потенциальные участники кластера;
- 2) юридические лица и (или) физические лица, являющиеся индивидуальными предпринимателями, считаются участниками кластера со дня приобретения права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления на долю в уставном капитале организации кластерного развития;
- 3) в уставе организации кластерного развития должны быть определены предмет и цель ее деятельности, порядок управления деятельностью организации кластерного развития.

По итогам следует сказать, что потребность в исследовании конкурентоспособности субъектов хозяйствования возникает в связи с усложнением конкурентных отношений. Возрастает необходимость создания и поддержания конкурентных преимуществ организации, что возможно только путем управления конкурентоспособностью. Необходимо отметить, что конкурентоспособность организации предлагается трактовать следующим образом: относительная характеристика субъекта хозяйствования, которая отражает степень отличий данного субъекта от конкурентов по степени удовлетворения предоставляемыми продуктами и услугами

Важное значение для повышения конкурентоспособности приобретает участие предприятий в кластерах. Мировая практика убедительно свидетельствует о быстрых темпах кластеризации, что несет значимые эффекты для конкурентоспособности. В частности, появляется возможность оптимизации издержек, увеличения создаваемой добавленной стоимости, упрощения взаимодействия с участниками, совместного проведения НИОКР и объединения ресурсов, необходимых для повышения конкурентоспособности в долгосрочном периоде.

Список использованных источников

1. Горбашко, Е.А. [и др.]. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие / Е.А. Горбашко. – М.: ЮРАЙТ, 2019. – 447 с.
2. Крыжевич, И. Заряжены на новации [Электронный ресурс] / И. Крыжевич // Беларусь сегодня. – Минск, 2020. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/zaryazheny-na-novatsii.html>. – Дата доступа: 24.03.2024.
3. Пищухин, А.М. Многоуровневое управление конкурентоспособностью предприятия / А.М. Пищухин // Современные наукоемкие технологии. – 2020. – № 10. – С. 252 – 257.
4. Тимофеев, В.В. Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях новой экономической реальности / В.В. Тимофеев // Факторы успеха. – 2019. – № 1 (6). – С. 56–59.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СРЕДНИХ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.В. Мацкевич, Д.В. Бушило, 2 курс

Научный руководитель – Е.М. Колосовская, преподаватель-стажер
Полесский государственный университет

Изучение процентной политики коммерческих банков, анализ структуры и динамики процентных ставок, факторов, определяющих их, а также взаимосвязей ставок денежного рынка и механизмов воздействия Национального банка Республики Беларусь на макроэкономическую ситуацию в период финансово-экономического кризиса в экономике приобретает особенное значение.

Денежно-кредитная политика осуществляется через регулирование уровня и динамики процентных ставок. В условиях рыночной экономики уровень и изменения процентных ставок отражают уровень деловой активности в стране, темпы инфляции, ситуацию на кредитном рынке и воздействие внешних факторов. Важно, чтобы денежно-кредитная политика способствовала развитию реального сектора экономики путем установления низких процентных ставок на кредиты, а также контролировала уровень инфляции и обеспечивала устойчивость национальной валюты [2].

Главной целью процентной политики коммерческих банков Республики Беларусь является рост экономики, сдерживание инфляции, обеспечение стабильности национальной валюты, поддержание интересов приоритетных производств и секторов народного хозяйства.

Средняя процентная ставка представляет собой средний уровень оплаты за пользование кредитными ресурсами в экономике. Эта величина может быть выражена через различные инструменты, такие как ключевая (базовая) процентная ставка, ставка по краткосрочным операциям рефинансирования кредитных организаций и прочие.

Процентную ставку по вкладам и кредитам каждый банк устанавливает самостоятельно. При ставках на кредиты банки опираются на ключевую ставку – это минимальный процент, под который коммерческие банки могут взять кредит в Центробанке. Выдавать кредиты коммерческим банкам выгодно только по ставкам, которые больше ставки рефинансирования. Кредиты и вклады могут иметь одинаковые основные суммы, процентные ставки и сроки погашения, но сильно различаться по размеру накопленных процентов [1].

Процентная политика банка представляет собой составную часть банковского управления, включающую в себя ряд действий по регулированию процентных ставок на активы и пассивы, связанные с кредитным риском, с целью увеличения чистого процентного дохода.

Национальный банк Республики Беларусь реализует процентную политику посредством установления ставки рефинансирования.

Ставка рефинансирования представляет собой ставку Национального банка Республики Беларусь, являющуюся базовым инструментом регулирования уровня процентных ставок на денежном рынке и служащую основой для установления процентных ставок по операциям предоставления ликвидности банкам [4].

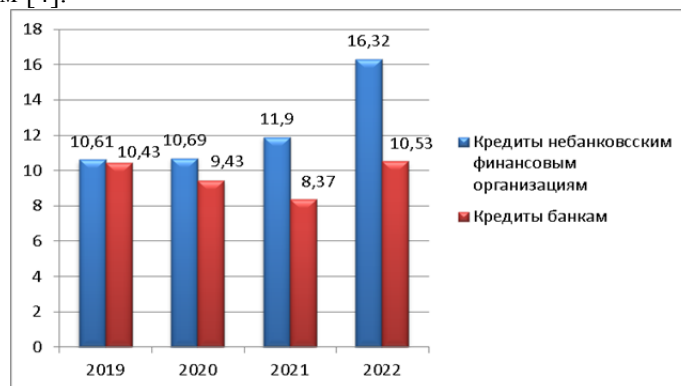


Рисунок – Динамика средних процентных ставок по кредитам банков в национальной валюте за 2019 – 2022 года

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [5]

Ставки по постоянно доступным инструментам регулирования ликвидности банков формируют коридор процентных ставок. Использование Национальным банком Республики Беларусь коридора процентных ставок призвано ограничить колебания процентных ставок рынка межбанковского кредитования.

Рассмотрим динамику средних процентных ставок по кредитам банков в национальной валюте за период 2019-2022гг. (рисунок).

На рисунке видно, что наивысший уровень средней процентной ставки кредита небанковскими финансовыми организациями был зафиксирован в 2022 году и составил 16,32%. Наименьший уровень средней процентной ставки кредита небанковскими финансовыми организациями был обнаружен в 2019 году и составил 10,61%. Затем происходило постепенное увеличение на 0,08% в 2020 году и на 1,21% к 2021 году. Таким образом, по данным о средних процентных ставках по кредитам небанковским финансовым организациям можно отследить стабильный рост, завершившийся скачком процентной ставки до 16,32% в 2022 году.

На рисунке 1 также отражено, что в 2022 г. средний процент ставок по кредитам банков составил 10,53%, что отличается от 2019 года всего лишь на 0,1%. В 2021 году значение средней процентной ставки оказалось наименьшим за анализируемый период и составило 8,37%.

Если же затрагивать вопрос средней процентной ставки по отношению к реальному сектору экономики, то в декабре 2023 года ее значение составило 9,2% годовых. Средняя процентная ставка по срочным вкладам (депозитам) физических лиц в национальной валюте составила 9,72% в декабре 2023 года. Однако по долгосрочным депозитам уровень доходности является более привлекательным.

Средняя процентная ставка по тем же депозитам в белорусских рублях на срок свыше года в декабре 2023 года составила 12,63% годовых при уровне годовой инфляции 5,8%. Для сравнения: в декабре 2022 года ставка по данным вкладам составляла 14,73% годовых при годовой инфляции 12,8% [3].

Средняя процентная ставка по новым кредитам, не включая льготные, предоставленным юридическим лицам в национальной валюте, составила 9,2% годовых, уменьшение на 1 процентный пункт по сравнению с декабрем 2022 года. В среднем за 2023 год указанная ставка составила 8,69% годовых против 14,87% годовых в среднем за 2022 год.

Таким образом, средняя ставка процента по новым кредитам (не учитывая льготные), предоставленным банками физическим лицам в белорусских рублях, уменьшилась по сравнению с декабрем 2022 года на 1,74% [3].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что средний процент ставок является результатом взаимодействия множества факторов, включая монетарную политику, инфляцию, экономическую активность, спрос и предложение на заемные средства, а также внешние факторы. Центральные банки и коммерческие банки активно управляют процентными ставками, чтобы достичь целей стабильности и устойчивости в экономике. Однако необходимо учитывать, что существует множество факторов, которые затрудняют проведение анализа процентной политики, которая в свою очередь оказывает влияние на изменение процентных ставок банков Республики Беларусь. А это, в свою очередь, оказывает влияние на готовность субъектов экономики сберегать, занимать, инвестировать или потреблять и изменение данных показателей отражается в динамике денежно-кредитных показателей, потребительского и инвестиционного спроса. Однако, при прочих неизменных обстоятельствах, чем ниже средняя процентная ставка, тем выше рост кредитования, потребления и инвестиций.

Список использованных источников

1. Бурлачков, В. Инфляционное таргетирование и процентные ставки / В. Бурлачков // Банковский вестник. – 2010. – №12. – С.36-43.
2. Денежно-кредитное регулирование: учеб. пособие / О.И.Румянцева [и др.]; под ред. О.И. Румянцевой. – Минск: БГЭУ, 2011. – 461 с.
3. Средняя процентная ставка по кредитам реальному сектору [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/srednjaja-protsentnaja-stavka-po-kreditam-realnomu-sektoru/>. – Дата доступа: 02.04.2024.
4. Ставка рефинансирования [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/MonetaryPolicyInstruments/Refina> –

ncingRate – Дата доступа: 02.04.2024.

5. Статистический бюллетень [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/bulletin> - Дата доступа: 02.04.2024.

УДК 338.436

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНЫ

Д.С. Мисневич, 2 курс

Научный руководитель – Ю.В. Игнатенко, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Тема инноваций является актуальной и важной в современном мире. Инновации способны значительно повлиять на экономическое развитие государства, повысить эффективность производства, создать новые рабочие места и повысить уровень жизни граждан. Конкурентоспособность страны зависит от ее способности к постоянному совершенствованию, а инновации играют здесь ключевую роль.

Инновации способствуют созданию устойчивых преимуществ, которые помогают стране успешно конкурировать как на внутреннем, так и на мировом рынке. Путем внедрения новых технологий, разработкой продуктов и услуг, модернизацией производства страна может укрепить свои позиции на мировой арене и привлечь инвестиции[1].

В современном мире, где экономическая конкуренция становится все более глобальной и жесткой, важно развивать инновационную деятельность как один из основных факторов повышения конкурентоспособности страны. Разнообразные инновации - технологические, социальные, организационные и другие - играют ключевую роль в улучшении производственных процессов, создании новых продуктов и услуг, развитии новых отраслей экономики, повышении эффективности использования ресурсов и улучшении качества жизни населения, что в целом благоприятно сказывается на стране.

Государственная программа инновационного развития страны на 2021— 2025 годы тесно связана с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 года и с государственными программами социально-экономической направленности. Они включают в себя ряд мер для достижения передовых позиций Беларуси в международных рейтингах, отражающих конкурентоспособность, деловую среду, уровень инновационного развития, эффективность государственного управления, направленных на повышение инвестиционной привлекательности Республики Беларусь.

Глобальный индекс инноваций (ГИИ), который издается с 2007 г. и разработан Всемирной организацией интеллектуальной собственности совместно с Сетью академических партнеров, является одним из наиболее широко используемых индексов инноваций. В 2022 году было опубликовано очередное издание ГИИ, в котором приняли участие 132 страны [2]. ГИИ-2022 включает 80 показателей, которые объединены в семь блоков. Итоговый рейтинг рассчитывается как среднее двух субиндексов — ресурсов и результатов инноваций [2]. Беларусь в 2022 г. заняла 77-е место в ГИИ, тем самым понизив свою рейтинг на 15 позиций по сравнению с 2021 г. и на 13 позиций в сравнении с 2019 г., хотя тенденцией последних лет было улучшение позиций.

Таблица – Рейтинг конкурентоспособности Республики Беларусь с 2010 по 2023 года.

Годы	2010	2015	2020	2023
Количество стран	125	141	131	132
Республика Беларусь	61	61	53	55

Из данной таблицы видно, что Республика Беларусь улучшила свою позицию в рейтинге конкурентоспособности Глобального индекса инноваций (ГИИ) с 2010 по 2023 год. В 2010 году страна занимала 61-е место из 125 стран, а к 2023 году поднялась на 6 позиций и заняла 55-е место из

132 стран. Это свидетельствует о том, что в течение указанного периода Беларусь продемонстрировала определенное развитие в области инноваций и повышения конкурентоспособности.

Можно выделить проблемы, а также их решение, связанные с инновациями как фактором конкурентоспособности страны.

Первая проблема – это недостаточное финансирование инноваций. Для решения данной проблемы в Беларуси существует Фонд поддержки научно-технической деятельности, который предоставляет гранты и финансовую поддержку для научных исследований и инновационных проектов. Также в стране созданы научно-технические парки и инновационные инкубаторы, где стартапы и инновационные компании могут получить не только финансовую поддержку, но и доступ к инфраструктуре, оборудованию и экспертам.

Второй проблемой можно выделить недостаток квалифицированных кадров. В стране разработаны специализированные образовательные программы и курсы, направленные на подготовку специалистов в области инноваций. Это включает в себя университетские программы, курсы повышения квалификации, мастер-классы и другие формы обучения. Беларусь активно развивает научно-технические центры и лаборатории, где специалисты могут получить практические навыки и опыт работы с инновационными технологиями.

Третья проблема – это недостаточное количество взаимодействия между научными учреждениями, бизнесом и государством. В Беларуси создан Научно-технологический парк «БелТехПарк»: Это крупнейший инновационный центр, который объединяет научные учреждения, стартапы и предприятия для совместной работы над инновационными проектами. В различных городах Беларуси созданы технопарки и инновационные центры, где научные учреждения, бизнес-структуры и государственные органы могут вести совместную работу над инновационными проектами.

Четвертой проблемой является недостаточная защита интеллектуальной собственности. Для ее решения в Республике Беларусь действует Национальный центр интеллектуальной собственности, который занимается регистрацией и защитой патентов, товарных знаков, авторских прав и других объектов интеллектуальной собственности. Центр предоставляет консультации и услуги по защите интеллектуальной собственности для научных учреждений, бизнеса и инновационных проектов. Для повышения осведомленности о вопросах интеллектуальной собственности среди научных работников, предпринимателей и стартапов в Республике Беларусь проводятся обучающие программы, семинары и консультации по защите интеллектуальной собственности.

Достаточно много сделано для решения данных проблем, но необходимо продолжать работу в этих направлениях. Так как это позволит увеличить конкурентоспособность страны за счет развития инноваций и технологического прогресса.

В Беларуси имеется значительный потенциал для инновационного развития, способного обеспечить экономический рост. Высокий уровень образования населения гарантирует наличие квалифицированных специалистов. Существует значительный научно-технический потенциал, включающий в себя собственные технологические разработки по различным перспективным направлениям, научные школы и уникальные технологии, которые могут быть успешно применены для развития конкурентоспособных производств на мировом рынке [3].

Таким образом инновации в современных условиях признаются в качестве одного из ключевых факторов экономического развития. Использование новых технологий, современных видов техники, а также современных методов организации производства и управления ведет к снижению производственных затрат, несет в себе потенциал снижения цен и увеличения размера прибыли. В результате повышается эффективность экономики. Причем положительные эффекты инновационного развития проявляются не только на уровне фирм, но и на уровне национальной экономики в целом, способствуя более рациональному перераспределению ресурсов и формированию оптимальной структуры благосостояния.

Список использованных источников

1. Сакович, В. А. Основы теории инноваций и инновационной экономики / В. А. Сакович // Труд. Профсоюзы. Общество. – 2016. – № 2. – С. 32–37
2. Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation-driven growth? [Electronic resource] // wipo.int. – Mode of access: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-section3-en-gii-2022-results-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>. – Дата доступа: 03.04.2024

УДК 338.242

ПРИМЕНЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.Н. Михута, А.Ю. Левчук, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Республика Беларусь, как и большинство стран мира, озабочена экологическими вопросами, так как это является неотъемлемой частью продвижения бизнеса на современном этапе развития. Она является активным участником многосторонних международных соглашений и уже разработала приоритетные направления внедрения принципов «зеленой» экономики в отрасли экономики страны [2, с. 12].

Согласно международным оценкам индекс экологической эффективности Беларуси в 2022 году составляет 54% (занимает 49 место из 180 стран) [4].

В рамках Национального плана действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь, реализовывалось 40 мероприятий по 8 направлениям: институциональная деятельность, развитие электротранспорта (инфраструктуры) и городской мобильности, внедрение концепции «умных» городов, энергоэффективное строительство, энергетика, органическое сельское хозяйство, устойчивое потребление и производство, экологический туризм, информационные, образовательные мероприятия [3, стр. 57]. Многие проекты, например производство электромобилей, уже реализованы, пользуются популярностью и имеют перспективы развития.

Динамика количества выпущенных белорусских электромобилей представлена на рисунке.

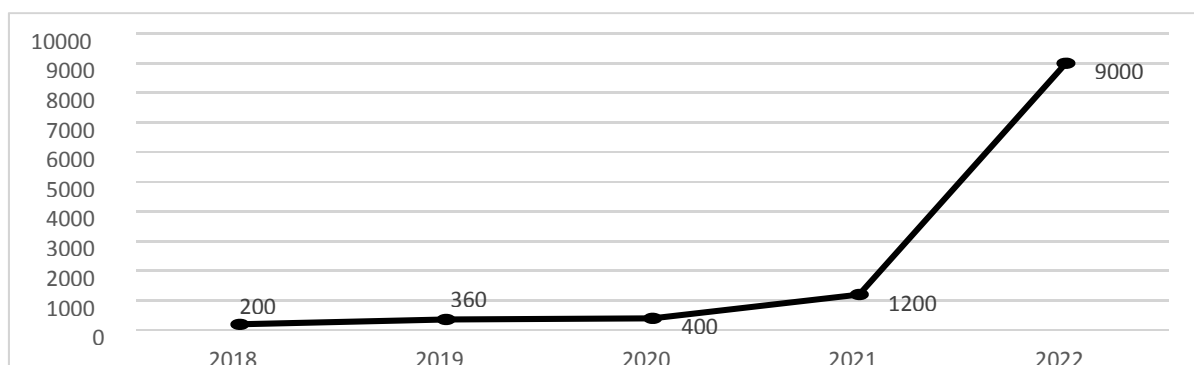


Рисунок – Количество выпущенных белорусских электромобилей за период 2018-2022 г.

Примечание – составлено авторами по источнику [1]

Как видим, за последние 4 года количество выпущенных нашей страной электромобилей увеличилось в 45 раз. Это означает, что данный проект набирает популярность.

На рисунке представлена только динамика количества белорусских электромобилей, однако ежегодно в нашу страну ввозится около 1500 таких машин из-за границы [3, стр. 58].

Стоит отметить, что в 2022 году ОАО «Гомсельмаш» выпустил первый белорусский зерноуборочный комбайн с мощностью до 40 лошадиных сил. А завод «БелАЗ» разработал 130-тонный гибридный самосвал.

Сегодня в Беларуси продолжается реализация программы развития электротранспорта до 2025 года. Результаты 2022-2023 года показывают, что данная программа реализуется успешно. Объем электротранспорта в Минске с учетом метрополитена составляет 50,5%, а по республике данный показатель равен 27% [3, стр. 57].

Наряду с электротранспортом развивается сеть инфраструктуры, например, электростанции, которые доступны не только в Минске и областных центрах, но и других городах Беларуси. Таких электростанций в Беларуси уже свыше 260.

Рассмотрим внедрение «зеленой» экономики в Республике Беларусь еще на нескольких примерах. В Бресте открылся комплекс по переработке древесных отходов в биотопливо, в Житковичах было реализовано безотходное производство высокоэффективных органических удобрений из сапропеля. Также есть проекты, которые связаны с охраной природы. На базе заказника «Налибокский» построен питомник для искусственного выращивания птиц. Запущен проект по производству офисной бумаги из вторичных ресурсов.

Также в качестве примеров зеленых предприятий в Беларуси можно назвать заводы по производству офисной бумаги из макулатуры в Борисове, использованию отработанных масел в Крупском районе, применению древесных отходов для получения биотоплива в Бресте. Еще в список можно добавить сервисы по предоставлению в аренду жилья, автомобилей, велосипедов и самокатов [3, стр. 62].

Стоит отметить, что на базе Белорусского государственного технического университета проходят исследования, связанные с концепцией «зеленой» экономики, с применением различных инновационных технологий [3, с. 62].

Переход к «зеленой» экономике требует серьезных затрат и технологий, а поскольку Беларусь не обладает в полной мере необходимыми технологиями, нужно привлекать иностранных инвесторов и осуществлять международное техническое сотрудничество. Одним из условий реализации комплекса мер по переходу к «зеленой» экономике является повышение осведомленности и информированности населения.

Статистические показатели экономических возможностей «зеленого роста» в Республике Беларусь за период 2018-2022 г., представлены в таблице.

Таблица – Расходы на охрану окружающей среды в Республике Беларусь за 2018-2022 годы

Наименование показателя	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	Темп прироста 22/18г., %
Объем совокупных расходов на охрану окружающей среды, млн руб	820,4	920	1 018,50	1 139,70	1 183,50	44,3
из них инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды, млн руб	112,6	157,3	204,5	218,5	230	104,3
Объем совокупных расходов на охрану окружающей среды, % к ВВП	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	-14,3

Примечание – Составлено авторами по источнику [1]

Исходя из данных, представленных в таблице можно сделать вывод, что объем совокупных расходов на охрану окружающей среды за период 2018-2022 вырос на 44,3% и в 2022 году составил 1183,5 млн рублей. Это означает, что Республика Беларусь уделяет не малое внимание проблемам окружающей среды.

Таким образом можно сделать вывод, что Республика Беларусь практически наравне с другими странами мира уделяет внимание «зеленой» экономике, реализуя различные инновационные проекты: производство электромобилей, выращивание органической сельскохозяйственной продукции, внедрение концепции «умных» городов и др. Проводится ряд мероприятий по минимизации отходов и эффективному использованию энергетических и природных ресурсов.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] -Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа – 01.04.2024г.
2. Неверов, А. В. Экономика природопользования : учебно-методическое пособие / А. В. Неверов. - Минск : БГТУ, 2022

3. «Зеленая» экономика в Республике Беларусь: ЦУР, инструменты и перспективы развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/pdf/articles/10769>.- Дата доступа: 01.04.2024

4. Гарусов В.А. Индекс экологической эффективности РБ [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/275096/1/garusov_sbormik27.pdf. – Дата доступа: 01.04.2024

УДК 339.5

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ВНЕШНЕТОРГОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

А.В. Москалюк, 3 курс

Научный руководитель – **Я. И. Добринец**, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

Исследуется уровень развития торгово-экономических отношений между странами по показателям внешней торговли и их динамика. Для характеристики внешнеторговых связей Республики Беларусь и Китайской Народной Республики использованы статистические данные о взаимной торговле.

Внешняя торговля играет ключевую роль в экономическом развитии Китайской Народной Республики. Участие в международных организациях, подписание договоров и соглашений позволяет стране развивать внешнеторговые отношения и укреплять торговые связи с другими странами. Основные виды торговых режимов, такие как режим наибольшего благоприятствования, режим свободной торговли и преференциальный режим, используются Китаем для оптимизации торговых отношений и повышения конкурентоспособности на мировом рынке. Экономический рост Китая во многом обусловлен активной внешнеторговой деятельностью, которая способствует привлечению иностранных инвестиций, технологий и расширению рынков сбыта для китайских товаров и услуг.

Далее проведем анализ состава и динамики товарооборота между РБ и КНР за 2018–2023 гг.

Таблица – Состав и динамика товарооборота между РБ и КНР, млрд долл. США

Год	Объем импорта в РБ	Объем экспорта из РБ	Товарооборот совокупный	Внешнеторговое сальдо
2018	3,5	0,9	4,4	-2,6
2019	4,3	1,03	5,3	-3,23
2020	4,2	1,1	5,4	-3,03
2021	4,5	1,3	5,8	-3,2
2022	4,2	1,6	5,8	-2,6
2023 за янв.-сен.	3,85	1,99	5,83	-2,12

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

Как видно из таблицы 1, в сфере внешнеторгового сотрудничества наблюдается постепенный прирост торговых операций между странами за период 2018–2023 гг. По итогам 2022 года торговый оборот РБ и КНР составлял порядка 5,8 млрд долларов США. Несмотря на негативные последствия пандемии и замедление деловой активности во всем мире, по итогам 2023 года внешнеторговый оборот Беларуси и Китая составил 5,83 млрд долларов США, достигнув нового исторического максимума. При этом объем импортных операций сократился на 0,85 %, а объем экспортных операций увеличился на 1,4 %.

В период с 2018 года, отрицательное сальдо внешней торговли между Беларусью и Китаем демонстрирует тенденцию к росту. Китайский импорт растет быстрее, чем белорусский экспорт, что ведет к увеличению дефицита в торговле. Исключением является 2023 год, когда размер отрицательного сальдо снижается по сравнению с 2019 годом. Это снижение обусловлено увеличением темпов роста экспорта и снижением темпов роста импорта. Одним из возможных решений для активизации внешнеэкономической деятельности может быть развитие свободных экономических зон с целью наращивания экспортного потенциала и поддержки импортозамещающих производств.

Эксперты полагают, что долгосрочная перспектива торгово-экономического сотрудничества между Беларусью и Китаем будет определяться взаимодействием крупных государственных компаний на высшем уровне. Это означает, что основные решения по сотрудничеству будут приниматься на уровне правительства и крупных корпораций, а не мелких и средних предприятий. Такая структура взаимодействия может способствовать стабильности и предсказуемости отношений между двумя странами, однако может также ограничивать возможности для инновационного и предпринимательского роста.

Несмотря на то, что основную статью белорусского экспорта в Китай занимают калийные удобрения, азотные соединения и нефтехимическая продукция с низкой добавленной стоимостью, драйвером белорусского экспорта в Китай в последние годы стала продукция сельского хозяйства и деревообработки. В 2023 году аккредитованы для экспорта в Китай 14 новых белорусских производителей продукции (производство говядины, курицы, сухого и питьевого молока, молочных кормовых продуктов). Необходимо отметить, что перекося в сторону сырьевой составляющей ставит объём белорусского экспорта в зависимость от мировых цен на это сырьё, в первую очередь на калийные удобрения [1].

В 2022 г. поставлено на экспорт сельскохозяйственной продукции и продуктов питания на сумму более 5,24 млрд долларов США, что составило 103,1 % к уровню 2019 года. Расширена география экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания: 116 стран мира против 104 в 2019 году. По отношению к 2019 году освоены 20 новых рынков. Выросли поставки молока и молочной продукции, рапсового масла, мяса и мясопродуктов, казеина, муки, сахара, яиц, картофеля, шоколада и прочих готовых продуктов, содержащих какао.

Китайская Народная Республика экспортирует значительные объёмы готовой и консервированной рыбы (4,9 % от общего объёма экспорта), готовых и консервированных ракообразных (4,8 %), овощей сушеных (3,8 %), моллюсков (3,8 %), рыбы мороженой (3,7 %), фруктов и орехов консервированных (3,4 %) и других товаров. Необходимо отметить, что КНР занимает первое место в мире по объёму экспорта данных товарных позиций [1].

Возможности для расширения регионального сотрудничества и торгово-экономических связей Республики Беларусь с деловыми партнерами из Китая возрастают благодаря взаимному участию белорусских и китайских организаций в международных выставках и ярмарках, проводимых в Китае и Беларуси. Участие в таких мероприятиях способствует привлечению внимания потенциальных инвесторов и партнеров к белорусским организациям, что в свою очередь может стимулировать развитие торгово-экономического сотрудничества между двумя странами.

Беларусь и Китай за последние несколько лет достигли наивысшего уровня взаимодействия: доверительного всестороннего стратегического партнерства и взаимовыгодного сотрудничества и «железного братства». Во многом активизации двусторонних отношений поспособствовал российско-украинский конфликт, который переключил стратегическое внимание Китая с Украины на Беларусь как основной элемент инициативы «Пояс и путь» в Восточной Европе. В условиях нарастающего геополитического давления на Беларусь со стороны России в контексте так называемого интеграционного ультиматума и принуждения к «углубленной интеграции» Китай играет важную роль в плане военно-политической и экономической поддержки независимости и суверенитета Беларуси. Сохранение Беларуси как независимого и стабильного государства является стратегическим интересом Китая.

Изучив за период 2018–2023 гг. состояние внешнеторговых отношений Республики Беларусь, можно сделать следующие выводы:

- объём импортных операций за анализируемый период устойчиво превышал объём экспортных операций Республики Беларусь;
- структура распределения экспортных и импортных потоков Республики Беларусь между странами достаточно неоднородна.

В анализируемом периоде наблюдается рост отрицательного внешнеторгового сальдо. В частности, китайский импорт в Беларусь растет более быстрыми темпами, чем белорусский экспорт в Китай.

Основная статья белорусского экспорта в Китай – продукция с низкой добавленной стоимостью. Однако, в последние годы наблюдается рост экспорта продукции сельского хозяйства, которая стала драйвером белорусского экспорта. В 2020 году Китай стал крупнейшим в мире импорте-

ром сельскохозяйственной продукции, что открывает дополнительные возможности для Республики Беларусь по расширению экспорта сельскохозяйственной продукции.

Список использованных источников

1. Анализ состояния и направления развития внешнеторгового сотрудничества Республики Беларусь и Китайской Народной Республики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://doi.org/10.24412/2079-7958-2021-2-179-190> – Дата доступа: 02.04.2024.

2. Вэйхуа, Ши, Перспективы развития экспорта Китайской Народной Республики и Республики Беларусь, Магистерская диссертация по специальности 1-25 81 07 «Экономика и управление на предприятии», Минск, 2019, Белорусский государственный университет, 72 с.

3. Официальный интернет-портал Министерства иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mfa.gov.by/trade/> – Дата доступа: 02.04.2024.

4. Официальный интернет-портал Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/> – Дата доступа: 02.03.2024.

УДК 351.73

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В.В. Новицкая, А.В. Витко

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Проблемы уровня и качества жизни являются одними из наиболее актуальных. Наше благосостояние напрямую зависит от правильной социально - экономической политики государства, которая, в свою очередь, зависит от того, достаточно ли информации, и насколько она полно показывает проблемы в современном белорусском обществе. От решения проблем уровня и качества жизни во многом зависит направленность и темпы дальнейших преобразований в стране и, в конечном счете, политическая, а, следовательно, и экономическая стабильность в обществе. Решение этих проблем требует определенной политики, выработанной государством, центральным моментом которой был бы человек, его благосостояние, физическое и социальное здоровье. Именно поэтому все преобразования, которые, так или иначе, могут повлечь изменение уровня жизни, вызывают большой интерес у самых разнообразных слоев населения [2].

Рассмотрим основные понятия по данной теме:

Уровень жизни – многогранное явление, которое зависит от множества разнообразных причин, начиная от территории, где проживает население, то есть географических факторов, и заканчивая общей социально-экономической и экологической ситуацией, а также состоянием политических дел в стране [2].

Среди факторов, влияющих на качество жизни важное значение имеют такие, как прожиточный минимум, потребительская корзина, минимальный размер оплаты труда.

Потребительская корзина – набор товаров и услуг, характеризующий типичный уровень и структуру месячного (годового) потребления человека или семьи. Такой набор используется для расчета минимального потребительского бюджета (прожиточного минимума) исходя из стоимости потребительской корзины в действующих ценах. Потребительская корзина служит также базой сравнения расчетных и реальных уровней потребления [1].

Прожиточный минимум – минимальный уровень дохода, который считается необходимым для обеспечения определенного уровня жизни в определенной стране.

Доход населения – это материальные средства, которыми располагают граждане для осуществления своих потребностей [3].

Одним из интегральных индикаторов качества жизни, используемых в международных сопоставлениях, является индекс развития человеческого потенциала.

Индекс развития человеческого потенциала состоит из трех компонентов: ожидаемой продолжительности жизни при рождении, уровня образования и уровня дохода, измеряемого ООН по величине валового продукта на душу населения. Каждый из них представляет собой результат

взаимодействия множества показателей социально-экономического развития и обладает собственной качественной характеристикой.

Индекс валового внутреннего продукта (ИВВП) показывает экономическую результативность деятельности людей, индекс ожидаемой продолжительности жизни (ИПЖ) - состояние физического, социального и психического здоровья населения, индекс образования (ИО) - социокультурный и профессиональный потенциал населения [2].

Общий индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) рассчитывается как среднеарифметическая величина этих трех индексов.

$$\text{ИРЧП} = \frac{\text{ИПЖ} + \text{ИО} + \text{ИВВП}}{3} \quad (1)$$

ИПЖ определяется как отношение разности между ожидаемой продолжительностью жизни за вычетом 25 лет к разнице между условным максимальным (85 лет) и минимальным (25 лет) возрастом.

$$\text{ИПЖ} = \frac{\text{ПЖ} - 25}{85 - 25}. \quad (2)$$

Показатель ожидаемой продолжительности жизни при рождении (ПЖ) представляет собой число лет, которые в среднем предстояло бы прожить одному человеку из поколения родившихся при условии, что на протяжении всей жизни этого поколения уровень смертности в каждом возрасте останется таким, как в годы, для которых вычислен показатель.

$$\frac{74,4 - 25}{85 - 25} = \frac{49,4}{60} = 0,8.$$

Валовой внутренний продукт (ВВП) - результирующий показатель системы национальных счетов, характеризующий стоимость товаров и услуг, произведенных в стране во всех отраслях экономики для конечного потребления, накопления и экспорта. Минимальное и максимальное значения ВВП на душу населения для расчета ИВВП приняты в 100 и 40000 долларов США.

$$\text{ИВВП} = \frac{\text{ВВП} - 100}{40000 - 100}. \quad (3)$$

Среди стран СНГ самый большой объем ВВП на душу населения - в Российской Федерации (22502 доллара США или 45% от уровня США), самый низкий - в Таджикистане (2243 доллара США или 5% от уровня США). По этому показателю Россия занимает 55-е место в мире [1].

Сравним ВВП на душу населения в Российской Федерации и в Беларуси.

ВВП на душу населения в РБ в 2022 году составил 6217 USD, а в России в 2022 году 10079 USD.

Исходя из этих данных, мы видим, что ВВП на душу населения в Российской Федерации значительно выше чем в Республике Беларусь.

Рассмотрим в таблице основные факторы, которые влияют на качество жизни населения и проанализируем их:

Таблица – Основные факторы, влияющие на качество жизни населения

	2019	2020	2021	2022	Темп роста (2022 к 2019 гг.), %
Прожиточный минимум (руб.)	231,83	239,87	288,1	339,83	146,6
Доход населения (тыс. руб.)	81659,3	90189,0	101382,9	113 741,4	139,3
Индекс ожидаемой продолжительности жизни (лет)	74,4	74,4	74,4	74,4	100
Валовой внутренний продукт на душу населения в текущих ценах (тыс. руб.)	14303,1	15961,8	19014,0	20994,7	146,8

Примечание – Разработано авторами на основании данных [4]

Исходя из данных, указанных в таблице, мы видим то, что показатели растут с каждым годом, это свидетельствует о том, что качество жизни улучшается с каждым годом.

Программа преодоления бедности, как фактор укрепления экономической безопасности Беларуси

Если ли способы подстраховаться от обнищания? Эксперты уверены, что есть. Их рекомендации помогут понять, как не оказаться за чертой бедности.

Во-первых, введение санкций стимулирует развитие Белорусской промышленности и других отраслей, а значит, должны появляться новые рабочие места.

Во-вторых, повышать уровень собственного образования, обучаться новому. Чем больше человек умеет, тем ему проще трудоустроиться. Не следует держаться за «родное село» и подготовиться к переезду, если место подвернется в другом городе или даже регионе.

В-третьих, помнить о кредитной ответственности и не брать займы, если существует угроза их невыплаты. Долги – один из самых распространенных и быстрых способов уйти на дно. Незащищенным слоям населения – многодетным семьям, пенсионерам, инвалидам, имеющим доходы ниже прожиточного минимума, нужно тесно общаться с органами соцзащиты. Аналитики отмечают, что многие люди, которым положены пособия, не торопятся обращаться за помощью: одни не знают о возможностях предоставления субсидий, другим неловко «ходить с протянутой рукой» по собесам.

Повышение качества жизни играет важную роль в обеспечении экономической безопасности общества. Улучшение условий жизни граждан приводит к повышению производительности труда, улучшению здоровья населения, увеличению уровня образования и повышению потребительского спроса. Это способствует стабильному росту экономики, уменьшению социальной напряженности, снижению уровня бедности и обеспечению устойчивого развития. Поэтому инвестирование в улучшение качества жизни является стратегически важной задачей для обеспечения экономической безопасности и благополучия общества.

Список использованных источников

1. «Сеть решений устойчивого развития» // World Happiness Report. – 2017.
2. Основные положения Программы социально-экономического развития РБ на 2011-2015 годы. – Минск: Амалфея, 2011. – 36 с.
3. Крыжановская А.Г. Теоретические подходы к определению качества жизни населения // Финансы, денежное обращение и кредит. – №5. – 2009.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 01.04.2024

УДК 339.9(476)

ОТКРЫТОСТЬ РЕГИОНОВ СТРАНЫ И РОЛЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКТОРА (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

К.Ю. Овсянников, 2 курс

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

Полесский государственный университет

Брестская область является одним из наиболее открытых регионов Беларуси. В 2022 году объем внешнеторгового оборота области составил 9,4 млрд. долларов США, что составляет 12% от общего объема внешнеторгового оборота Беларуси [1]. Основными торговыми партнерами Брестской области являются Россия, Украина, Польша, Германия и Китай.

Внешнеэкономическая деятельность играет важную роль в экономике Брестской области. Она обеспечивает около 20% ВВП области и 30% всех рабочих мест [2].

Влияние внешнеэкономического фактора на открытость регионов страны: Внешнеэкономический фактор оказывает влияние на открытость регионов страны через следующие каналы:

- Торговля: Экспорт и импорт товаров и услуг стимулирует экономический рост и создает новые рабочие места. В 2022 году экспорт товаров составил 5,7 млрд долларов США, импорт на 2022 год составил 3,7 млрд. долларов США.

- Инвестиции: Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) позволяют модернизировать производство, повысить конкурентоспособность региональной экономики и создать новые технологии. На момент 2022 года прямые иностранные инвестиции составили \$250 млн [3].

- Миграция: Миграция рабочей силы из открытых регионов в закрытые может привести к сокращению трудовых ресурсов и снижению экономического роста. За 2022 год в Брестскую область прибыл 1 401 человек [5].

Таблица – Показатели внешнеэкономической деятельности Брестской области

Показатель	2019	2020	2021	2022
Экспорт товаров	\$4,3 млрд	\$4,4 млрд	\$5,3 млрд	\$5,7 млрд
Импорт товаров	\$2,6 млрд	\$2,6 млрд	\$3,2 млрд	\$3,7 млрд
Торговый баланс	\$1,7 млрд	\$1,6 млрд	\$2,1 млрд	\$2,0 млрд
Прямые иностранные инвестиции	\$209 млн	\$234 млн	\$246 млн	\$250 млн
Внешняя миграция	+1 431 чел	-744 чел	+1 742 чел	+1 401

Источник: [1].

В 2022 году экспорт товаров из Брестской области составил \$5,7 млрд, что на 14,6% больше, чем в 2021 году. Это говорит о росте экспортного потенциала области. Также в 2022 году импорт товаров в Брестскую область составил \$3,7 млрд, что на 13,7% больше, чем в 2021 году. Что означает рост зависимости области от импорта. В 2022 году торговый баланс Брестской области был положительным и составил \$2,0 млрд. Это свидетельствует о том, что область экспортирует больше товаров, чем импортирует. Прямые иностранные инвестиции составили \$250 млн, что на 2% больше, чем в 2021 году [1]. Это говорит о росте инвестиционной привлекательности области. Сальдо внешней миграции было положительным во все годы, за исключением 2020 года. В 2020 году наблюдался отток населения из-за COVID-19. В 2021 году сальдо вернулось к положительному значению.

Брестская область является одним из наиболее открытых регионов Беларуси. Это обусловлено рядом факторов:

- Географическое положение: Брестская область граничит с тремя странами – Польшей, Украиной и Россией. Это обеспечивает доступ к крупным рынкам сбыта и источникам инвестиций.

- Развитая инфраструктура: В области имеется развитая транспортная сеть, включающая в себя автомобильные, железнодорожные и воздушные пути сообщения.

- Благоприятный инвестиционный климат: Власти области создают благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций.

Свободные экономические зоны (СЭЗ) – это территории с особым правовым режимом, созданные для привлечения иностранных инвестиций и стимулирования развития экспортно-ориентированного производства.

В Брестской области функционирует СЭЗ "Брест":

СЭЗ "Брест": специализирующая на нескольких отраслях, а именно: машиностроение (производство электроники, автомобильных компонентов, сельскохозяйственной техники), легкая промышленность (производство одежды, обуви, текстиля), химическая промышленность (производство удобрений, лакокрасочных материалов), производство стройматериалов (производство кирпича, бетона, керамической плитки) [4].

Данная СЭЗ имеет ряд преимуществ, таких как: налоговые льготы (освобождение от НДС, налога на прибыль, таможенных пошлин, снижение налога на недвижимость), льготную аренду земельных участков, развитую инфраструктуру (транспортные сети, склады, энергоснабжение), благоприятный инвестиционный климат, а также квалифицированную рабочую силу.

СЭЗ Брестской области играют важную роль в экономике региона, привлекая инвестиции, создавая новые рабочие места и стимулируя экспорт. Также СЭЗ «Брест» – это привлекательная площадка для иностранных инвестиций, предлагающая выгодные условия для ведения бизнеса. и обладает значительным потенциалом для развития.

Анализ данных показывает, что экспорт товаров увеличивает открытость региона, так как он стимулирует производство товаров и услуг, конкурентоспособных на мировом рынке. Импорт товара также положительно влияет на открытость региона, обеспечивая доступ к более широкому спектру товаров и услуг. Прямые иностранные инвестиции положительно сказываются на открытости региона, так как они позволяют модернизировать производство, создавать новые технологии, а также повышать конкурентоспособность региональной экономики.

Для более широкого анализа Брестской области рассчитаем такие показатели как "Индекс условий торговли" и "Коэффициент внутриотраслевой международной специализации". Одним из важнейших и общепризнанных показателей эффективности международного бизнеса является "индекс условий торговли" ($J_{\text{т}}$), который публикуется в международных справочниках. Для Брестской области данный показатель в 2022 составил 1,54. Это свидетельствует о том, что условия внешнеэкономической торговли являются благоприятными. Растущий индекс условий торговли показывает, что при росте совокупной цены экспорта по сравнению с совокупной ценой импорта на каждую единицу экспортируемого товара становится возможным приобрести все больше импортных товаров, благодаря чему благосостояние региона, и страны в целом возрастает.

Также для оценки эффективности международного бизнеса используются различные коэффициенты. Так, показателем внутриотраслевой международной специализации является соответствующий коэффициент. Для Брестской области данный показатель составляет 0,21, что свидетельствует о том, что внешнеторговая деятельность Брестской области в большинстве своём сбалансирована.

Брестская область является одним из наиболее открытых регионов Беларуси. СЭЗ "Брест" играет важную роль в экономике региона. У области есть значительный потенциал для дальнейшего развития. Для реализации данного потенциала необходимо: продолжать совершенствовать инвестиционный климат в области, активно продвигать СЭЗ "Брест" на мировом рынке, развивать инфраструктуру области, в том числе транспортную, энергетическую и информационную, а также поддерживать малый и средний бизнес. Брестская область имеет все возможности для того, чтобы стать одним из ведущих экономических регионов Беларуси.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://brest.belstat.gov.by/upload/2022/torg/EX_SNG.xls Дата доступа: 29.03.2024.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Статистический ежегодник РБ, 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://brest.belstat.gov.by/upload/2021/torg/EX_VT_.xls Дата доступа: 29.03.2024.
3. Инвестиционный портал Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://map.investinbelarus.by/> Дата доступа: 29.03.2024
4. Официальный сайт СЭЗ «Брест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fezbrest.com/> Дата доступа: 29.03.2024.
5. О миграционной ситуации в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа – <https://www.mvd.gov.by/ru/page/departament-po-grazhdanstvu-i-migraci/migraciya/statistika-po-migracii> Дата доступа: 30.03.2024

УДК 336.027

ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Ю.С. Олеснюк, аспирант

Полесский государственный университет

Автором было исследовано понятие интеллектуального капитала, его характерные особенности и отличия от других видов капитала. Определены общие подходы к методике количественной оценки интеллектуального капитала университета. Проведя анализ существующих в литературе определений, и исследовав уникальные черты интеллектуального капитала университета, факто-

ры, влияющие на его уровень и количественные оценки, было дано собственное определение интеллектуального капитала высшего учебного заведения.

Интеллектуальный капитал вузов обычно направлен на создание, развитие и передачу знаний с целью обучения студентов и проведения исследований. В то время как в организациях других отраслей, интеллектуальный капитал используется для разработки новых продуктов или услуг, улучшения бизнес-процессов, повышения эффективности и конкурентоспособности. Если интеллектуальный капитал вузов может быть измерен по таким параметрам, как репутация, качество преподавания, научные достижения и привлечение студентов, то в организациях других отраслей – по таким как инновационность продукции, уровень удовлетворенности клиентов и сотрудников, уровень экспертизы в определенной области и т.д.

Следует, тем не менее, сделать следующую ремарку. Различия в интеллектуальном капитале вузов и организаций других отраслей, показанные в таблице 2, носят слишком обобщенный и условный характер. 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. [1]

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.

При оценке интеллектуального капитала следует также учитывать синергетический эффект, который может возникать при комбинировании разных компонентов интеллектуального капитала. Взаимодействие компонентов интеллектуального капитала могут создавать дополнительную стоимость. Бренд, ноу-хау, инновации, знания и технологии взаимно усиливают свое влияние, обеспечивая компании преимущество перед конкурентами. Кроме того интеллектуальный капитал создает дополнительную ценность для компании за счет повышения ее конкурентоспособности, инновационности, репутации, лояльности клиентов и сотрудников, эффективности управления и роста доходности. В этой связи оценка интеллектуального капитала компании как единого целого, а не суммы стоимости его составных частей, является более точной. Структура интеллектуального капитала организации представлена на рисунке.

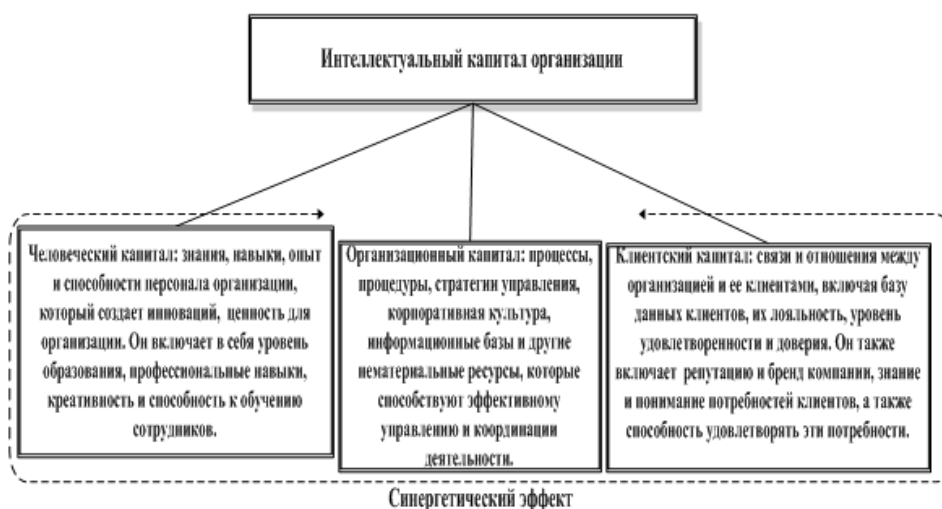


Рисунок – Структура интеллектуального капитала организации

Источник: [2]

При всей сложности задачи оценка интеллектуального капитала является важным процессом для понимания стоимости и потенциала организации. [2]

Развитие системы образования влияет на повышение производительности труда, социальное развитие общества, снижение бедности и в конечном счете способствует экономическому росту государства. Ряд научных исследований как российских, так и зарубежных ученых доказывает, что переход тех или иных стран на более высокий уровень экономического развития во многом обусловлен развитием высшего образования. Необходимо повышать эффективность финансовых вложений в региональные системы образования для достижения Национальных целей развития посредством внесения ряда корректировок в показатели, определяющие качество образования, которые будут использоваться для аккредитации вузов по образовательным программам высшего образования, а также введения нового показателя эффективности систем регионального образования «Доля выпускников, трудоустроенных в сфере малого, среднего, индивидуального предпринимательства, включая самозанятых, в общей численности трудоустроенных выпускников». [3]

В результате анализа, проведенного в статье, были выявлены недостатки и ограничения в применении известных определений и методик оценки интеллектуального капитала, что свидетельствует о необходимости разработки комплексной методики для определения оценки интеллектуального капитала высшего учебного заведения. Исследование планируется продолжить с более подробным анализом видов капитала в составе интеллектуального капитала высшего учебного заведения и построением методики его оценки на основе прокси-показателей. [1]

Список использованных источников

1. Олесиук Ю. С., Золотарева О. А. Интеллектуальный капитал как финансовый актив университета / Журнал экономика и банки, № 1, 2023, С. – 13-23.

2. 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 государственный университет имени П.М. Машерова"; редкол.: Е.Я. Аршанский (гл. ред.) [и др.]. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2024. – С. 473-476.

3. Седаш Т. Н. Финансирование высшего образования как фактор развития человеческого капитала. Экономика. Налоги. Право. 2022;15(6) С. – 112–121.

УДК 314

ПРОБЛЕМЫ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

А. Н. Олихвер, Е. В. Горгун, 3 курс

Научный руководитель – **О. В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Демографическая безопасность – состояние защищенности общества и государства от демографических явлений и тенденций, социально-экономические последствия которых оказывают негативное воздействие на устойчивое развитие Республики Беларусь. [4].

Координацию мероприятий по обеспечению демографической безопасности осуществляет Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь. [3].

Развитие человечества неразрывно связано с трансформациями демографических процессов. В XXI веке наблюдается быстрый и непрерывный, но при этом неравномерный рост численности населения планеты. На фоне стремительного увеличения численности жителей многих стран Африки, Азии и Латинской Америки минимальный прирост населения либо отрицательные демографические тенденции отмечаются в Европе, на постсоветском пространстве, Японии и др. По прогнозам ученых-демографов, до 2050 года в 45 странах мира убыль населения будет наблюдаться минимум на 10%. В эту группу попадает и восточноевропейский регион, в том числе Беларусь. [2]

В настоящее время Республика Беларусь переживает сложный период своего демографического развития, вступив в этап демографического кризиса.

Тенденции и явления всё в большей степени приобретают черты демографических угроз национальной безопасности. Демографическая безопасность государства становится важнейшим направлением национальной безопасности, а это значит, что и задачей так же.

Когда-то демографические процессы не рассматривались в качестве угроз национальной безопасности, так как не наблюдалось резкого отрицательно воздействия на социальные, экономические и иные процессы.

Численность населения Республики Беларусь на 1 января 2022 года составила 9 200,6 тыс. человек. Естественная убыль населения в 2023 г. составила 23255 человек.

Динамика численности населения за последние 20 лет выглядит следующим образом:



Рисунок 1. – Динамика численности населения Республики Беларусь за 2002-2022гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1]

Анализируя график, можно сделать вывод о том, что за период 2002-2022гг. численность населения Беларуси сократилась на 645 тыс. человек, что составляет 7% от значения 2002г. В среднем численность населения снижалась на 32 тыс. чел. в год.

Если тенденция к сокращению численности населения сохранится, можно сделать прогноз о динамике численности населения на ближайший период. Прогноз представлен на рис. 2

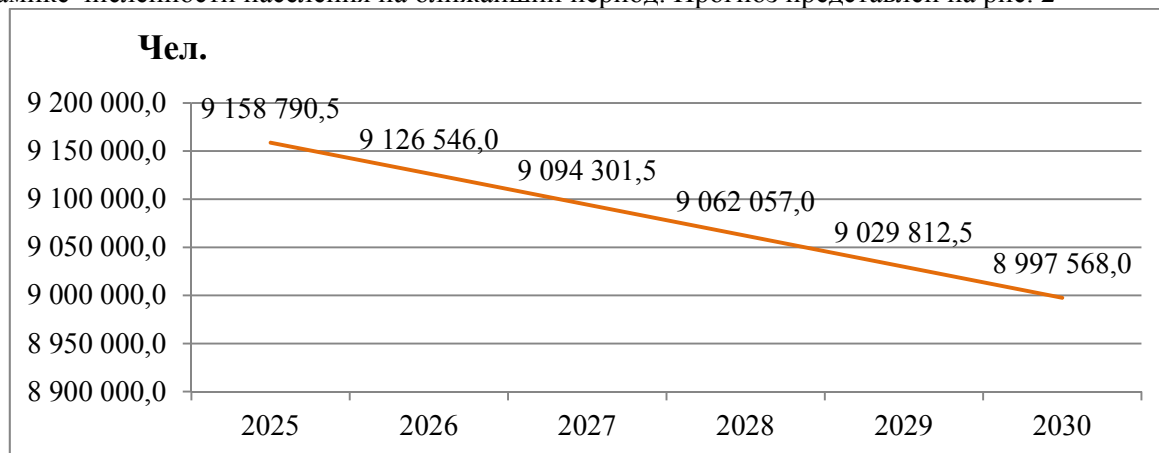


Рисунок 2. – Прогноз численности населения Республики Беларусь на 2025-2030гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1]

Таким образом, при сохранении тенденции снижения численности к 2030г. численность населения сократится на 255 тыс. чел. и составит 8 998 тыс. чел., что на 3% меньше, чем в настоящее время.

Для того, чтобы решить проблемы демографической безопасности Республики Беларусь, необходимо стабилизировать численность населения, следовательно, необходимо следовать национальным интересам Республики Беларусь в демографической сфере, которые отражены в концепции национальной безопасности Республики Беларусь:

- создание предпосылок для устойчивого роста населения на основе последовательного увеличения рождаемости и ожидаемой продолжительности жизни, снижения смертности;
- повышение общего уровня здоровья народа, охрана здоровья матери и ребенка;
- укрепление института семьи как социального института, наиболее благоприятного для реализации потребности в детях, их воспитания, развитие системы поддержки семей с детьми и улучшение условий их жизнедеятельности;
- оптимизация внешних миграционных потоков, обеспечение положительного сальдо миграции. [4]

Таким образом, на данный момент демографическую ситуацию в стране сложно назвать стабильной. При этом проблемой демографической безопасности Республики Беларусь является, то, что численность населения страны на протяжении последних 20 лет сокращалась на 0,4% ежегодно, что означает сокращение трудовых ресурсов, а также возможностей социально-экономического развития страны. Для решения данной проблемы необходимо, в первую очередь, создавать благоприятные условия для жизнедеятельности семьи, а также развития, образования и труда человека.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 02.04.2024.
2. Демографическая безопасность. Основа процветания общества, главное условие развития государства – Режим доступа: <https://lida.gov.by/ru/2023-edi-ru/view/demograficheskaja-bezopasnost-osnova-protsvetanija-obschestva-glavnoe-uslovie-razvitiija-gosudarstva-ijul-23743/> – Дата доступа: 03.04.2024
3. Национальная экономика Беларуси: учебник / В.Н. Шимов, Я.М. Александрович, А.В. Богданович [и др.]; под ред. Д-ра экон. наук, проф. В.Н. Шимова. – 2-е изд., перераб. И доп. – Мн. : БГЭУ, 2006. – 751 с.
4. Указ президента Республики Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575 «Об утверждении Концепции национальной безопасности Республики Беларусь».

УДК 330

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИИ: МЕТОДЫ И МЕТОДОЛОГИИ МИНИМИЗАЦИИ РИСКОВ

Ю.Р. Осипчук, 3 курс

Научный руководитель – И.М. Зборина, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Деятельность предприятия в конкурентной среде всегда сопряжена с той или иной степенью риска. Бизнес-планирование играет важную роль в успешном развитии организаций, однако сопряжено с определенными рисками, которые могут оказать отрицательное влияние на достижение поставленных целей. Для того чтобы компания смогла не только выжить на рынке, но и закрепить свои позиции, руководитель должен уметь своевременно выявлять и оценивать риски, а также принимать эффективные управленческие решения по их минимизации.

Риск в бизнесе означает вероятность потери ресурсов, уменьшения доходов или возникновения дополнительных расходов в результате деятельности предприятия [1].

Для оценки степени приемлемости риска следует, прежде всего, выделить определенные зоны риска в зависимости от ожидаемой величины потерь (рис.).

Безрисковая зона – область, в которой потери не ожидаются, т. е. экономический результат хозяйственной деятельности положительный.

Зона допустимого риска – область, в пределах которой величина вероятных потерь не превышает ожидаемой прибыли и, следовательно, коммерческая деятельность имеет экономическую целесообразность.

Зона критического риска – область возможных потерь, превышающих величину ожидаемой прибыли вплоть до величины полной расчетной выручки (суммы затрат и прибыли).

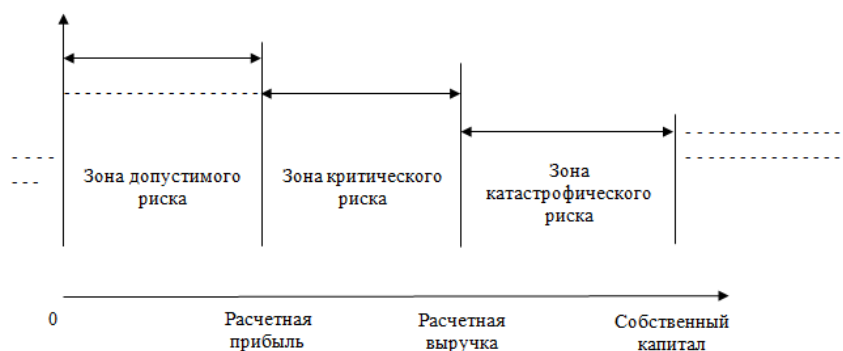


Рисунок – Общая схема зон риска

Примечание – разработка автора на основании [2]

Зона катастрофического риска – область вероятных потерь, которые превосходят критический уровень и могут достигать величины, равной собственному капиталу организации. Катастрофический риск способен привести организацию или предпринимателя к краху и банкротству [2].

В условиях постоянно меняющегося мира, управление рисками становится ключевым элементом стратегического планирования в любой организации. Это не только помогает предотвратить потенциальные убытки и неожиданные события, но и предоставляет возможности для устойчивого развития и инноваций.

Негативное воздействие санкций наряду с высоким внешним инфляционным фоном обусловили переход экономики Республики Беларусь в стагфляционное состояние в 2022 году. Реальный ВВП сократился на 4,7%, а инфляция ускорилась до 12,8 процента.

Наиболее существенными рисками для среднесрочного прогноза являются расширение негативного влияния санкций, а также ухудшение экономической ситуации в России. Потеря рынков сбыта наиболее значимых европейских стран, Украины, а также уменьшение объемов транзитных перевозок грузов, уход иностранных компаний, новые барьеры по доступу к международным платежным системам, снижение потоков иностранных инвестиций – все это негативно отразилось на показателях экономического и социального развития страны и – соответственно на достижении целей стратегии устойчивого развития. Вклад чистого экспорта сформировался под влиянием опережающих темпов снижения экспорта (-18,9%) в постоянных ценах по сравнению с импортом (-16,2%), что во многом связано с введенными ограничениями по ключевым экспортным позициям (нефтепродукты, калийные удобрения), а также с общим сокращением как внешнего, так и внутреннего спроса на фоне действия санкций и снижения уровня доходов населения.

В условиях усиления санкционного давления, сокращение инвестиций в основной капитал ускорилось до 19,0% к соответствующему периоду прошлого года (против сокращения на 5,6% годом ранее). Наиболее значительное снижение наблюдалось по линии инвестиций на закупку машин, оборудования и транспортных средств (-29,5%); инвестиции в строительно-монтажные работы сократились на 13,5 процентов.

Относительно высокий уровень процентных ставок на внутреннем рынке формирует риски для финансирования бюджета и долговой устойчивости [3].

Управление рисками – это процесс идентификации, анализа и реагирования на риски, которые могут повлиять на достижение целей организации. Это включает в себя разработку стратегий для минимизации негативного воздействия потенциальных угроз и оптимизации возможностей.

Существующие методы управления рисками принято делить на четыре группы: методы уклонения от риска; методы передачи риска; методы снижения риска; методы принятия риска. Использование того или иного метода управления рисками должно быть обосновано для каждого конкретного вида риска [4].

По мере расширения использования искусственного интеллекта (ИИ) растет потребность в эффективном управлении рисками для решения различных проблем – от технических, таких как сбои алгоритмов, до этических, включая предвзятость при принятии решений. ИИ способен произвести революцию во многих отраслях и улучшить повседневную жизнь, но для этого необходимо учитывать риски и управлять ими.

Новый стандарт ISO/IEC 23894:2023 «Информационные технологии. Искусственный интеллект. Руководство по менеджменту рисков» содержит важные руководящие указания по управлению рисками для организаций любых масштабов и типов, которые используют искусственный интеллект в своих системах или процессах. В нем описывается система управления рисками, которая требует от пользователей установления факторов, выявления, анализа, оценки, обработки, мониторинга и обзора рисков[5].

К современным методам управления рисками относят:

– Модель COSO представляет собой интегрированный подход к управлению корпоративными рисками. Она охватывает все аспекты управления рисками, включая стратегический, операционный, финансовый и информационный риск.

– Модель ISO 31000 представляет собой международный стандарт управления рисками, который предлагает универсальный подход к идентификации, анализу и обработке рисков в различных организациях. Выделяют следующие методологии оценки рисков:

1. SWOT-анализ (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – это методика, которая помогает оценить сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы, исходящие из внешней среды. В контексте управления рисками SWOT-анализ помогает выявлять внутренние уязвимости (слабые стороны) и внешние угрозы, а также определять стратегии для их минимизации или использования возможностей.

2. Анализ PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) – это методика для анализа макроокружения организации, позволяющая оценить влияние внешних факторов на ее деятельность. Этот анализ используется для идентификации потенциальных внешних рисков и оценки их воздействия на организацию, что помогает в разработке стратегий адаптации и снижения рисков, связанных с изменениями в политической, экономической, социальной, технологической, экологической и правовой сферах.

3. Оценка вероятности/воздействия: этот подход включает оценку вероятности возникновения каждого риска и его потенциального воздействия на организацию. Риски классифицируются на основе этих двух параметров, что позволяет определить области, требующие наибольшего внимания [6].

Таким образом, управление рисками – это многоаспектный процесс, который требует тщательного анализа и стратегического подхода. В современном динамичном мире эффективное управление рисками становится ключевым фактором успешной деятельности организации. Применение различных моделей и методологий, включая COSO, ISO 31000, SWOT, PESTEL и оценку вероятности/воздействия, позволяет организациям систематизировать процесс управления рисками и интегрировать его в свои бизнес-процессы. Это способствует не только минимизации потенциальных убытков и предотвращению кризисов, но и открывает новые возможности для роста и инноваций.

Список использованных источников

1. Буньковский Д.В., Методы минимизации рисков предприятия [Электронный ресурс]. // Вопросы управления. – 2019. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-minimizatsii>. – Дата доступа: 02.04.2024.

2. Мамаева Л.Н., Артемьев Р.Д., Бекетова А.П., Минимизация коммерческих рисков [Электронный ресурс]. // ИБР. – 2019. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/minimizatsiya-komme>. – Дата доступа: 02.04.2024.

3. Евразийский фонд стабилизации развития [Электронный ресурс]. / Социально-экономическая ситуация по итогам 2022 года – Минск, 2023. – Режим доступа: https://efsd.org/upload/iblock/10a/RB_makro_2022.pdf – Дата доступа: 03.04.2024.

4. Тымуль Е.И. Управление рисками: качественный и количественный анализ [Электронный ресурс]. / Е.И. Тымуль – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/125794/38-39.pdf?sequence=1> – Дата доступа: 03.04.2024.

5. Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. / Управление рисками, связанными с искусственным интеллектом – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://gosstandart.gov.by/upravleniye-riskami-ii>. – Дата доступа: 03.04.2024.

6. Владимирова Анна., Управление рисками: подходы, модели, методологии [Электронный ресурс].// Условия труда – 2023. – Режим доступа: <https://laboratoria.by/stati/upravleniye-riskami>. – Дата доступа: 03.04.2024.

УДК 339.982

STRATEGIC ADAPTATIONS IN TRADE RELATIONS: AN EXAMPLE OF LITHUANIA AND BELARUS INTERACTIONS

D. Piskunovich, 2nd year

Scientific director – A. Bierluskaite, PhD, assistant professor

Vytautas Magnus University

Over the thirty years the trade partnership between Belarus and Lithuania has gone through stages characterized by economic collaboration, geopolitical changes and occasional conflicts. Our previous article explored the trade dynamics spanning three decades shedding light on patterns and trends. However the situation took a turn with the implementation of sanctions in 2020 signaling a chapter in trade relations between the two countries. In our research we focus on analyzing the export of wood and related products, between Belarus and Lithuania over the three years to uncover ways of bypassing sanctions.

Imports of goods from Belarus to Lithuania decreased significantly from US\$1.17 billion in 2021 to US\$820 million in 2022, a decrease of approximately 29.91%, and further to US\$302 million in 2023, which corresponds to a dramatic reduction of about 63.17% [1]. Such a sharp drop in imports from Belarus is associated with the sanctions imposed by the European Union and the United States, which included restrictions on key sectors like potash, petroleum, and tobacco products. These sanctions, imposed due to Belarus's support for Russia's invasion of Ukraine and its human rights violations, have had a marked impact on the trade dynamics between Belarus and Lithuania, reflecting a broader shift in the region's economic relationships amid geopolitical tensions.

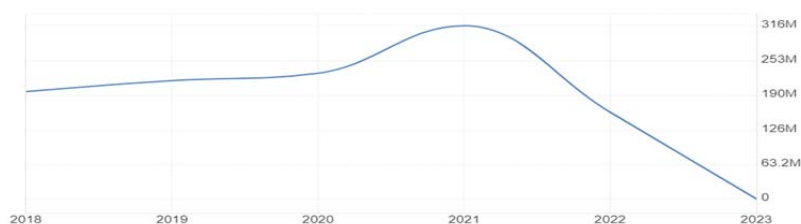


Figure 1. – dynamics of imports of wood and wood products, including charcoal from Belarus to Lithuania for the period 2018-2023, million US\$.

Note – Source: [2]

According to Figure 2, the import dynamics of wood and wood products, including charcoal, from Belarus to Lithuania can be observed. The year 2022 saw imports at US\$158 million, which was the largest volume of any category of goods supplied from Belarus, accounting for 33.76% of Lithuania's total imports from the country. However, the import of wood products from Belarus to Lithuania was completely halted in 2023. This abrupt stop can be attributed to the EU sanctions on Belarus in response to the country's involvement in the Russian military aggression against Ukraine, which were introduced on April 8 2022. These sanctions included restrictive measures against key sectors of the Belarusian economy, including the wood industry. The implementation of these sanctions significantly contributed to the sharp decline in imports from Belarus as a whole, highlighting the economic impact of EU policy measures in response to geopolitical events [3].

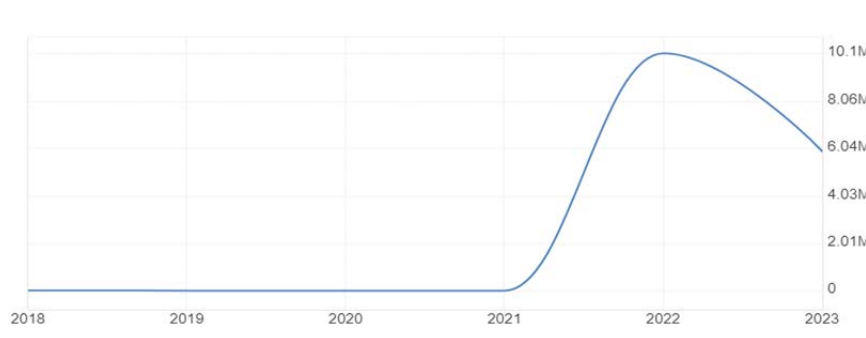


Figure 2. – dynamics of imports of wood and wood products, including charcoal from Kazakhstan to Lithuania for the period 2018-2023, million US\$.

Note – Source: [4]

Figure 3 illustrates a noteworthy increase in the importation of wood and wood products, including charcoal, from Kazakhstan to Lithuania, which surged from a negligible amount in 2021 to US\$10.1 million in 2022, and then slightly declined to US\$5.91 million in 2023. This trend raises questions, especially when considering Kazakhstan's limited forestry resources—trees cover just 5% of Kazakhstan, and the country does not have extensive forested areas to support such a volume of wood exports.

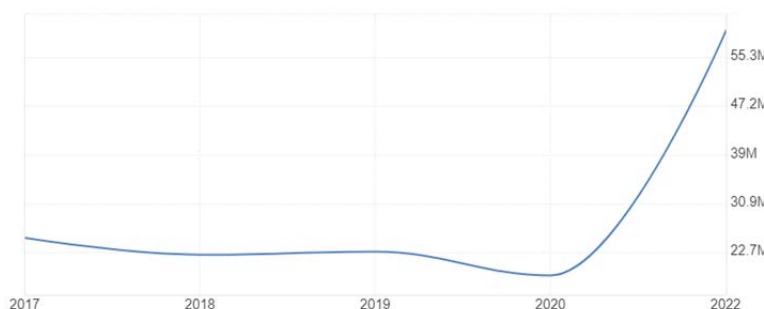


Figure . – dynamics of imports of wood and wood products, including charcoal from Belarus to Kazakhstan for the period 2017-2022, million US\$.

Note – Source: [5]

In Figure 4, evidence of potential sanctions circumvention is observable. Exports of wood and wood products, charcoal from Belarus to Kazakhstan escalated from US\$18.9 million in 2020 to US\$59.7 million in 2022, equating to a 215.9% increase. Such a dramatic rise is implausible to be due to a surge in wood consumption within Kazakhstan itself, especially considering that Kazakhstan had bans on wood exports, which further casts doubt on the authenticity of this increase [6]. Given this context it is reasonable to deduce that Kazakhstan may be serving as an intermediary for Belarusian wood to reach the EU market, thus acting as a 'laying' country to sidestep EU sanctions. The pattern of sanctions evasion, as previously reported, often involves falsification of origin documents and re-routing trade flows through countries that are not under the same import restrictions. This case points to a broader strategy of using complex supply chains to obscure the true origin of goods, circumvent international sanctions, and exploiting the less stringent oversight in certain jurisdictions.

In order to effectively combat the bypassing of sanctions European Union nations could improve their oversight and confirmation procedures, for the entry of products for items such as timber and wood products. By utilizing tracking methods like isotopic analysis or DNA testing they can verify the actual sources of timber. Furthermore strengthening the responsibilities of diligence for EU importers may be necessary, requiring them to prove the authenticity of their supply chains through documentation and independent audits. It is essential to enhance cooperation with customs and law enforcement agencies in transit countries to prevent misrepresentation and document falsification. Moreover the EU might contemplate broadening the range of sanctions to include penalties against entities in countries that knowing-

ly aid in circumventing current sanctions. To discourage noncompliance higher fines and penalties may be imposed on companies and individuals implicated in sanction violations. Ultimately upholding the integrity of sanctions demands a strategy that combines enforcement, with collaboration and the integration of advanced monitoring technologies.

References

1. Lithuania Imports from Belarus [Electronic resource] // Trading economics. – Access mode: <https://tradingeconomics.com/lithuania/imports/belarus>. – Access date: 15.03.2024.
2. Lithuania Imports from Belarus: Wood, Articles of Wood, Wood Charcoal [Electronic resource] // Trading Economics. – Access mode: <https://tradingeconomics.com/lithuania/imports/belarus/wood-articles-wood-wood-charcoal>. – Access date: 15.03.2024.
3. EU Sanctions in Response to the Involvement of Belarus in Russian Military Aggression Against Ukraine [Electronic resource] // Access2Markets – European Commission. – Access mode: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/news/eu-sanctions-response-involvement-belarus-russian-military-aggression-against-ukraine>. – Access date: 15.03.2024.
4. Lithuania Imports from Kazakhstan: Wood, Articles of Wood, Wood Charcoal [Electronic resource] // Trading Economics. – Access mode: <https://tradingeconomics.com/lithuania/imports/kazakhstan/wood-articles-wood-wood-charcoal>. – Access date: 15.03.2024.
5. Kazakhstan Imports from Belarus: Wood, Articles of Wood, Wood Charcoal [Electronic resource] // Trading Economics. – Access mode: <https://tradingeconomics.com/kazakhstan/imports/belarus/wood-articles-wood-wood-charcoal>. – Access date: 15.03.2024.
6. Kazakhstan Bans Export of Certain Types of Timber [Electronic resource] // Kazinform. – Access mode: https://en.inform.kz/news/kazakhstan-bans-export-of-certain-types-of-timber_a3942511/. – Access date: 15.03.2024.

УДК 338.3.01

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

А.Н. Плёхова, В.А. Явтухович, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Система безопасности предприятия — это комплекс мероприятий, процедур и политик, направленных на защиту персонала, активов и имущества предприятия от различных угроз и рисков, а также на обеспечение безопасности рабочего процесса. Она включает в себя ряд подсистем: экономическую, техногенную, экологическую, информационную, психологическую, физическую, научно-техническую, а также пожарную безопасность.

Целью системы безопасности является своевременное выявление и предотвращение как внешних, так и внутренних опасностей и угроз, обеспечение защищенности деятельности предприятия и достижения им целей бизнеса.

Экономическая безопасность – это устойчивое состояние защищенности организации от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается стабильная реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности [5, с. 77].

Рассмотрим матрицу уровня экономической безопасности в промышленном производстве Республики Беларусь.

Таблица 1. – Матрица уровня экономической безопасности в промышленном производстве Республики Беларусь в разрезе видов угроз.

Угрозы	2019	2020	2021	Темп прироста (снижения) 2021 к 2019 г., %
Общие	0,962	0,979	0,983	2,2%
Внутренние	0,915	0,913	0,992	8,4%
Внешние	0,860	0,829	0,902	4,9%
Комплексный уровень (Kis)	0,911	0,905	0,958	5,2%

Примечание – Источник: [1].

Исходя из данных таблицы можно отметить, что уровень общих угроз экономической безопасности повысился с 0,962 в 2019 году до 0,983 в 2021 году. Это указывает на улучшение мер по обеспечению безопасности и снижению рисков в промышленном секторе. Показатель уровня внутренних угроз остается стабильным с незначительными колебаниями. Это может указывать на то, что внутренние угрозы все еще остаются значительной проблемой для экономической безопасности на промышленных предприятиях. Показатель уровня внешних угроз показывает некоторое падение с каждым годом. Это может указывать на то, что промышленным предприятиям все еще требуется мониторинг и усиленная защита от внешних угроз для обеспечения экономической безопасности. Комплексный уровень экономической безопасности (Kis) в период с 2019 по 2021 год показывает постепенное улучшение, увеличиваясь с 0,911 в 2019 году до 0,958 в 2021 году. Это свидетельствует о том, что в целом в промышленном производстве Республики Беларусь осуществлены меры по повышению экономической безопасности и снижению рисков.

Экологическая безопасность - состояние защищенности окружающей среды, жизни и здоровья граждан от возможного вредного воздействия хозяйственной и иной деятельности, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера[6].

Таблица 2. – Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух 2019-2021 гг., тыс. т.

	2019	2020	2021	Темп прироста (снижения)2021 к 2019 г., %
Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, тыс. т	426,1	450,8	464,9	9,1%
По видам экономической деятельности				
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	146,9	154,2	176,7	20,3%
Горнодобывающая промышленность	4,2	3,7	3,6	-14,3%
Обрабатывающая промышленность	168,5	152,3	155,7	-7,6%

Примечание – Источник: [3].

Анализируя представленную таблицу, можно сделать следующие выводы: общий уровень выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников растет с каждым годом. Это указывает на необходимость принятия более эффективных мер для снижения загрязнений и охраны атмосферного воздуха. Уровень загрязнения по видам экономической деятельности:

- сельское, лесное и рыбное хозяйство: уровень выбросов от данной отрасли также растет с каждым годом, это свидетельствует о том, что в данной отрасли требуется применение более экологически чистых методов и технологий.

- горнодобывающая промышленность: уровень выбросов от данной отрасли снизился с 4,2 тыс. тонн в 2019 году до 3,6 тыс. тонн в 2021 году. Это может указывать на внедрение более эффективных и экологически безопасных процессов в горнодобывающей промышленности.

- обрабатывающая промышленность: уровень выбросов от данной отрасли колеблется, но в целом показывает стабильность с незначительным увеличением, возможно, в данной отрасли необходимо продолжать работу по сокращению выбросов и внедрению более экологически чистых технологий.

Исходя из анализа таблицы, можно сделать вывод о необходимости более активной работы по сокращению выбросов вредных веществ в атмосферу. Это требует разработки и внедрения более современных и экологически чистых технологий, а также лучшего контроля и регулирования стационарных источников загрязнений. Устойчивое и экологически ответственное развитие промышленности становится все более важным для сохранения и охраны окружающей среды.

Информационная безопасность – состояние защищенности сбалансированных интересов личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз в информационной сфере[6]. Согласно обновленному рейтингу Республика Беларусь заняла 39 место в мире по индексу кибербезопасности, опередив такие государства как Испания (54 место), Португалия (56 место) и Литва (57 место). В регионе СНГ республика находится на третьем месте после Грузии и Российской Федерации (8 и 10 место в общем рейтинге соответственно). Всего в рейтинг вошло 165 гос-

ударств-членов МСЭ. В аналогичном отчете, представленном в 2014 году, Республика Беларусь находилась на 106 месте в общем рейтинге и 7 месте в регионе СНГ[2].

Психологическая безопасность – специальная система стабилизации личности, направленная на устранение или сведение до минимума чувства тревоги, связанного с осознанием конфликта [6].

Физическая безопасность – это мероприятия входящие в состав обеспечения комплексной безопасности и направлены на создание системы защиты организации, активов и персонала от внешних угроз и противоправных действий физических лиц [5]. В 1993 году на производстве погибли 408 человека, а также пострадали на производстве 18 512 работников, в 2022 году – 132, пострадали на производстве 1886 человек. Это говорит о том, что в Беларуси были предприняты значительные усилия по улучшению системы безопасности на предприятиях и снижению рисков для работников. Внедрение эффективных мер безопасности, строгое соблюдение стандартов и правил, повышение осведомленности и обученности персонала о безопасности на рабочем месте, а также более жесткий контроль и надзор могут способствовать таким положительным результатам. Также уровень погибших на производстве снизился на 11,4% со 132 человек за 2022 год до 117 человек за 2023 год [4].

Пожарная безопасность – организация мероприятий по предотвращению любых ситуаций, связанных с возможными возгораниями, взрывами, непрофессиональными действиями со стороны работников и руководителей [6].

В целом, создание системы безопасности на предприятии является необходимой и ответственной мерой, которая позволяет защитить работников, предотвратить материальные потери, соблюдать законодательство и улучшить общий имидж и продуктивность организации.

Список использованных источников

1. Методика оценки уровня экономической безопасности в промышленном производстве в контексте реализации внутренних и внешних угроз, БГЭУ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by>. – Дата доступа: 02.04.2024
2. Министерство связи и информатизации Республики Беларусь: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by>. – Дата доступа: 02.04.2024.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 02.04.2024.
4. Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrud.gov.by/special/by>. – Дата доступа: 02.04.2024.
5. Антонова, В. В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия [Текст] / В. В. Антонова. – СПб.: Алетей, 2017. – 775 с.
6. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by>. – Дата доступа: 05.04.2024.

УДК 339.727.2

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ

С.С. Полешук, В.В. Сакович, 3 курс

Научный руководитель – **В.С. Сергеюк**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Международный финансовый рынок – это система, в которой реализуются финансовые активы и отношения между участниками при помощи сделок с этими активами на международном уровне. Он способствует взаимодействию между странами, предоставляя инструменты для распределения капитала, проведения торговых операций и укрепления экономических связей.

В настоящее время процессы усиления взаимодействия стран происходят под воздействием глобализации, которая затрагивает все сферы деятельности международной экономики, включая финансовую. В свою очередь, международный финансовый рынок включает такие основные сегменты, как фондовый рынок, валютный рынок, рынок капитала. Следовательно, по мере усиления взаимодействия и взаимозависимости стран нарастает и конкурентоспособность в данных сегмен-

тах рынка. При этом, актуальным является выявление позитивных и негативных аспектов, возникающих в процессе глобальной трансформации. С ускорением процессов глобализации, международный финансовый рынок становится все более важным компонентом современной мировой экономики. Влияние глобализации на международный финансовый рынок приводит к изменениям в его динамике, структуре, рисках и возможностях. Быстрый приток капитала и быстрые потоки информации создают как новые перспективы, так и вызовы для участников рынка.

Так, одним из главных влияний глобализации на международный финансовый рынок является отмена ограничений на движение капитала между странами и открытие финансовых рынков для зарубежных инвесторов, что позволяет компаниям и государствам получать доступ к иностранным источникам финансирования и инвестициям, а также расширять свою деятельность на международном уровне. Например, с 2001 года, когда Китай присоединился к ВТО, иностранные инвестиции в стране значительно увеличились. Согласно отчетам, объем иностранных инвестиций в Китай достиг \$144.4 миллиарда в 2020 году, что свидетельствует о привлекательности китайского рынка для иностранных инвесторов и компаний [1].

Также одним из примеров положительного влияния глобализации на международный финансовый рынок является развитие технологий, которые упрощают и ускоряют процессы проведения финансовых операций. Например, в Швеции 80% транзакций происходят без использования наличных денег. Согласно статистике, объем безналичных платежей в стране составил более 750 миллиардов долларов в 2020 году, что свидетельствует о высокой степени цифровизации финансовых операций в стране [2].

Глобализация становится всё более значимым фактором в экономике, и инвесторы обретают уникальные возможности диверсифицировать свои портфели инвестиций. Этот процесс открывает перед ними двери к различным рынкам и классам активов, позволяя участвовать в мировой экономике эффективнее. Стратегическое разнообразие становится ключом к успешному управлению финансовыми рисками и максимизации потенциальной доходности инвестиционных портфелей. Распределение активов по различным рынкам и секторам способствует более равномерному распределению рисков, что в свою очередь способствует улучшению стабильности и устойчивости портфеля.

Приток иностранных инвестиций способствует стимулированию экономического роста, поскольку он предоставляет развивающимся странам доступ к капиталу, необходимому для развития инфраструктуры, создания новых рабочих мест и совершенствования производственных процессов. По данным Китайского национального бюро статистики, приток иностранных инвестиций в развитие инфраструктуры вырос на 15% и составил \$140 миллиардов в 2023 году, способствуя развитию транспортных сетей и коммуникаций. Данные иностранные инвестиции в производство и услуги в Китае привели к созданию более 2 миллионов новых рабочих мест [3].

Несмотря на многие положительные тенденции, процесс глобализации также оказывает негативное влияние на международный финансовый рынок.

Одной из основных проблем глобализации является увеличение финансовой нестабильности. Быстрые течения капитала между странами и финансовыми инструментами могут привести к резким колебаниям на рынке и повышению риска финансовых кризисов. Одним из ярких примеров финансовой нестабильности в условиях глобализации является экономический кризис в Турции в 2018 году. В августе 2018 года турецкая лира упала на 40% по отношению к доллару США. Нарастающая волатильность турецкой лиры вызвала беспокойство на финансовых рынках многих развивающихся стран, что привело к дополнительным колебаниям курсов их валют [4].

Другим негативным последствием глобализации для международного финансового рынка является увеличение финансовых мошенничеств и спекуляций. Благодаря быстрым технологическим изменениям и увеличению доступа к информации, инвесторы могут использовать различные схемы, стратегии для личной выгоды, что может повлечь за собой значительные финансовые потери и дестабилизацию рынка. Например, фондовый рынок Индии столкнулся с увеличением случаев манипуляций и финансовых мошенничеств. В 2018 году был обнаружен скандал с манипулированием ценами акций определенных компаний на бирже в Мумбаи.

Глобализация также может привести к увеличению разрыва между богатыми и бедными странами, а также к росту неравенства внутри страны. На международном финансовом рынке глобализация может способствовать увеличению доминирования крупных корпораций и финансовых ин-

ституты, усиливая разрыв между различными экономическими субъектами и странами. Недавно, в 2020 году, в ситуации пандемии COVID-19, богатейшие люди мира, включая многие корпорации, увеличили свои состояния за счет финансовых операций, инвестиций и спекуляций. Например, к июлю 2020 года состояние основателя Amazon, Джеффа Безоса, увеличилось примерно на \$13 миллиардов, в то время как многие мелкие бизнесы и обычные граждане столкнулись с финансовыми трудностями [5].

Также стоит отметить, что глобализация финансового рынка может приводить к дезинтеграции национальных финансовых систем. Вмешательство иностранных инвесторов может оказывать значительное влияние на местные финансовые институты и экономическую политику. Это может создавать проблемы для национального суверенитета и способности государства контролировать свою финансовую сферу [6].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что в современном международном финансовом рынке глобализация играет значительную роль, имея как положительные, так и негативные тенденции. С одной стороны, глобализация содействует развитию международного финансового рынка, улучшению эффективности и доступности финансовых услуг. С другой стороны, глобализация также может приводить к финансовой нестабильности, увеличению финансовых мощностей, а также к увеличению разрыва между богатыми и бедными странами.

Таким образом, следует применять необходимые меры по регулированию и контролю влияния процесса глобализации на международный финансовый рынок для, такие как усиление регулирования финансовых рынков, создание механизмов защиты от финансовых спекуляций, а также укрепление международного сотрудничества для согласования действий и стандартов в финансовой сфере. Только тогда станет возможным увеличение ее положительного влияния и уменьшение негативного.

Список использованных источников

1. Китай привлек рекордный объем иностранных инвестиций в 2020 году [Электронный ресурс] // Сетевое издание Ведомости. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2021/01/20/854726-kitai-privlek-rekordnii-obem-inostrannih-investitsii-v-2020-godu>. – Дата доступа: 01.04.2024.
2. Роль цифровых технологий в международных финансовых отношениях / Ильясов И. [и др.] // Всемирный ученый. – 2023. – Т. 1, № 13. – С. 339–343.
3. Китай в 2022 году создал 12 млн новых рабочих мест в городах [Электронный ресурс] // Информационное агентство ТАСС. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/16659399>. – Дата доступа: 01.04.2024.
4. Охрименко, И. В. О влиянии социально-экономической политики на безопасность государства (на примере экономического кризиса в Турции 2018 года) / И. В. Охрименко // Национальная безопасность / nota bene. – 2020. – № 3. – С. 119–127.
5. Состояние основателя Amazon превысило рыночную стоимость Nike и McDonald's [Электронный ресурс] // Сетевое издание «forbes.ru». – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/newsroom/milliardery/405457-sostoyanie-osnovatelya-amazon-prevysilo-rynochnuyu-stoimost-nike-i>. – Дата доступа: 01.04.2024.
6. Быкова, А. П. Влияние финансовой глобализации / А. П. Быкова // Экономика и социум. – 2019. – № 4(35). – С. 277–284

УДК 33 0.33 : 338.26

ВЛИЯНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА БИЗНЕСА НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

О.И. Полуйчик, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Бизнес – это прежде всего стратегия. Успешный бизнес – стратегия, направленная не на сиюминутное выживание, а на получение длительного экономического эффекта.

Организации зарождаются, развиваются, добиваются успехов, ослабевают и в конце концов прекращают существование. Развитие компании по кривой жизненного цикла неизбежно. Какие-то фирмы опережают в развитии аналогичные компании и делают свое дело лучше, но все они

проходят через схожие стадии жизненного цикла и демонстрируют прогнозируемые и повторяющиеся модели поведения.

Жизненный цикл организации можно охарактеризовать как совокупность этапов и стадий, через которые она проходит за период своего функционирования. Это путь от рождения, развития, зрелости до старения и последующего возрождения, если такое возможно. Основная идея модели жизненного цикла заключается в соотношении развития организации развитию живого организма [1].

Впервые понятие «жизненный цикл предприятия» предложил Кеннет Боулдинг (Kenneth Boulding) в 1950 г. Именно с этого времени все теоретические школы менеджмента, маркетинга, социологии, психологии, государственного управления начали активно обсуждать и развивать теорию жизненного цикла.

Классическая модель жизненного цикла организации включает пять стадий: внедрение, рост, зрелость, спад и обновление [2].

В модель может быть заложено большее количество этапов развития. Каждая стадия жизненного цикла компании имеет свои особенности, возможности и риски. В отличие от живых организмов процесс старения не является абсолютно неизбежным для организации. Она может оставаться на стадии расцвета достаточно долго, если усилия по омолаживанию будут эффективны. Основную роль здесь будет играть стратегия, применяемая на каждом этапе жизненного цикла.

Стратегия представляет собой набор организационных действий, направленных на достижение целей компании и ее отдельных сотрудников [3]. Каждый этап жизненного цикла организации имеет свои особенности и свою стратегию развития. Характерные черты, задачи и стратегии, присущие каждому этапу, представлены в таблице.

Таблица – Стадии жизненного цикла организации их стратегии и задачи

Что характерно для этапа	Стратегия и задачи	Как нужно действовать
Этап «Внедрение»		
Учредитель (владелец бизнеса) верит в идею и ценность продукта (работы, услуг), активно участвует в процессе разработки и создания продукта. Организационная структура управления простая: все решения принимает учредитель. Недостаток в кадрах, в том числе профессиональных, сотрудники выполняют несколько функций	Стратегия «Выбор бизнеса. Трансформация идеи в действие». Важно четко представлять критерии успешности или провала проекта. Задачи: • оценить насыщенность рынка, реальные возможности организации • определить источники инвестирования	Девиз: чтобы достичь уели, нужно идти к ней! Разработать бизнес-план – проектирование, создание первичной линейки продуктов (услуги, работы), исследование рынка. Создать группу единомышленников. Ресурсы: кредиты, сторонние инвесторы, связи, предпринимательская энергия, креативность, единомышленники
Этап «Рост»		
Период дальнейшего роста. Важно сделать продажи прибыльными. Намечается переход от интуитивного к профессиональному управлению. Налаживается планирование, разработка бюджетов, прогнозов. Расширяется структура компании.	Выбор стратегий: 1. Стратегия усиления позиции на рынке. Важно завоевать лучшие позиции на рынке. 2. Стратегия развития продукта. Важно обеспечить рост компании за счет нового продукта, реализуемого на освоенном рынке. Задачи: • Четко определить, чем нужно заниматься; • Найти пути дальнейшего развития, расставить приоритеты.	Девиз: не всегда больше означает лучше. Соизмерять свои возможности. Продолжить набор профессионалов. Четко ставить задачи перед сотрудниками, осуществлять внутренний контроль ресурсов. Контролировать действия конкурентов. Контролировать исполнение бюджетов. Создать отделы и подразделения. Важные для организации функции (кадры, продажи, производство, финансы) вынести в отдельные подразделения. Ресурсы: кредиты, сторонние инвесторы, предпринимательская энергия, профессионализм.
Этап «Зрелость»		
Важно стабилизировать уровень дохода, когда темпы роста продаж замедляются. Инновационный потенциал компании снижается, а все инновационные проекты и решения не получают требуемой поддержки и значимого финансирования. Де-	Стратегия сохранения позиций на выбранном рыночном сегменте за целевой аудиторией. Важно улучшить достижения компании. Задачи: • Правильно сбалансировать портфель продуктов;	Девиз: Будешь жить прошлым, пропустишь настоящее. Все управленческие ресурсы компании сформировать на внутренней эффективности. Установить жесткий контроль за ключевыми процессами и расходами. Основные силы направить на поддержание продукта, а не на создание

легирующие власти уменьшается. Предпосылки консерватизма и бюрократизма в принятии решений.	<ul style="list-style-type: none"> Сохранить лояльность целевой аудитории. 	инновационных технологий. Пока продажи и прибыль стабильные, компания не меняет свой курс. Ресурсы: прибыль, экономия, наработанный опыт.
Этап «Спад»		
Удовлетворенность и консерватизм. Деньги накапливаются, плана по их расходованию нет. Продукты конкурентов дешевле и качественнее, соответствуют новым технологиям. Продажи и рентабельность снижаются, компания живет за счет старых клиентов. Все решения становятся очень старомодными	Стратегия жесткого управления капиталом. Важно сохранить достижения компании. Планы краткосрочные, не требуют принятия большого риска. Задача: прекратить выполнение непродуктивной работы, иначе компания погибнет как самостоятельная структура.	Девиз: Кто не идет вперед, тот идет назад. Отсутствие инноваций снижает рентабельность компании. Громоздкая система контроля тормозит бизнес-процессы. Компания переходит в режим жесткой экономии и сокращения затрат. Может прекратить деятельность как самостоятельная компания или переходить к стадии возрождения. Ресурсы: наработанная база клиентов.
Этап «Обновление»		
Важно максимально снизить бюрократию, стать открытым для новых идей. Решить проблемы инновационным способом. Начать инвестировать в создание инновационных решений. Компания фокусируется на разработке новых продуктов и повышении конкурентоспособности бизнеса.	Стратегия диверсификации бизнеса. Важно идти в ногу со временем, использовать инновации. Задачи: <ul style="list-style-type: none"> Модернизировать внутренние процессы; Развивать идеологию сотрудничества; Обновить команду – развить администраторов новаторами 	Девиз: нужно двигаться вперед. Да осилит дорогу идущий. Создать проектные группы для быстрой модернизации внутренних процессов. Освободиться от лишних проектов и активов. Привлечь профессиональных консультантов, чтобы реализовать проект по оживлению бизнеса. Ресурсы: кредиты, привлеченные инвестиции, новая команда профессионалов-новаторов.

Примечание – Источник: составлено автором на основании данных [4]

Особенности современного этапа развития и стратегического планирования могут различаться в зависимости от конкретного контекста и отрасли. Однако есть такие общие черты как: анализ рынка, стратегические инициативы, распределение ресурсов, управление рисками, взаимодействие с заинтересованными сторонами, коммуникация и прозрачность а также постоянное совершенствование.

Успешность деятельности организации оценивают по двум факторам:

- удовлетворение потребностей клиентов;
- достижение поставленных целей.

Многочисленные исследования показывают: организации в течение жизненного цикла успешно развиваются, когда эффективно используют ресурсы и имеют обоснованную стратегию. Чтобы достичь цели, нужно идти к ней. Организации погибают, когда перестают отвечать избранным целям, теряют способность выполнять поставленные задачи.

Подводя итог, можно сказать, что жизненный цикл предприятия и стратегическое планирование — это взаимосвязанные процессы, которые работают вместе, направляя рост и развитие организации. Стратегическое планирование определяет направление и цели, а жизненный цикл предприятия обеспечивает структурированный подход к достижению этих целей и адаптации к меняющейся среде.

Список использованных источников

1. Рызванович, М. С. Концепции и механизм управления конкурентоспособностью продукции / М. С. Рызванович, В. В. Можджер. - Текст : непосредственный // Новая экономика : Научно-теоретический, научно-практический. Научно-методический журнал. - 2021. - N 1. - С.196 .
2. Алексанян, А. М. Особенности формирования конкурентоспособности инновационного проекта на разных этапах его жизненного цикла / А. М. Алексанян. - Текст : непосредственный // Новая экономика : Научно-теоретический, научно-практический. Научно-методический журнал. - 2020. – N 2. - С. 138
3. Казинс, Джон. Стратегическое управление успех в разрушительном мире / Дж. Казинс. – Текст : непосредственный // Экономика финансы управление : Производственно-практический журнал для руководителей и специалистов экономических служб. – 2020. – N 1. – С. 78-80
4. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. - 2-е изд., перераб. И доп. - М. : Магистр, 2023. - 528 с.

**КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ И ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ
МОДЕРНИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

А.А. Посвенчук, 4 курс

Научный руководитель – С.Ю. Солодовников, д.э.н., профессор
Белорусский национальный технический университет

Проведение модернизации на белорусских промышленных мероприятиях представляет собой внедрение технологически-новых решений (или переход на следующий технологический уклад), целью которых является повышение рентабельности и эффективности производства. Если рассматривать модернизацию как задачу, необходимо учитывать, что у каждого типа задач есть несколько подходов к решению, и, для белорусской промышленной модернизации требуется собственный. Белорусская промышленность имеет свои особенности, сильные и слабые стороны, что и обуславливает поиск подхода модернизации. Кроме того, переход отраслей промышленности к новому технологическому укладу предполагает глубинные трансформации социально-экономической системы общества.

Главным субъектом модернизации промышленности является государство, все инструменты и рычаги которого объединяет промышленная политика. Учёные выделяют эндогенные и экзогенные факторы, обуславливающие развитие, эволюцию и существования промышленной политики Республики Беларусь. «Под экзогенными факторами понимаются такие социальные и экономические процессы, которые, во-первых, являясь внешними по отношению к промышленной политике, в тоже время непосредственно связаны с последней, и, во-вторых, реально определяют изменение и реализацию промышленной политики. В свою очередь, под эндогенными факторами, определяющими промышленную политику, понимаются социальные и экономические факторы внутреннего по отношению к промышленной политике происхождения» [1, с.36]. Как утверждают учёные, кроме экзогенных и эндогенных факторов, влияющих на промышленную политику государства, существует определенная специфика развития каждого государственно-общественного устройства: «Еще 200 лет назад известные немецкие мыслители Адам Мюллер и Фридрих Лист утверждали, что не существует каких-то всеобщих и неизменных абстрактных законов развития общества, поскольку каждое общество специфично по своему происхождению, становлению, эволюции. Поэтому необходимо изучать экономику не как абстракцию, а как экономику конкретной страны в различные исторические периоды. Согласно их воззрениям, экономика каждой страны развивается по своим собственным законам, которые связаны с ее историей, географическими условиями, национально-культурными традициями и даже чертами национального характера» [2, с.82]. Рассмотрим настоящий историко-политический контекст становления Республики Беларусь.

В 2023 году глобальное устройство кардинально сломлено, что объективно повлияло на производственно-экономические отношения между странами. Следовательно, в настоящем нестабильном состоянии геополитического устройства торгово-производственных отношений белорусскому промышленному предприятию следует опираться на особенности идеологической системы в поисках национальной формулы эффективного производства.

Под особенностями идеологической системы понимаем социокультурные и идеологические факторы гражданского общества Беларуси, оформленные в поведенческую матрицу. Актуализация вопроса влияния социокультурных факторов на механизмы социально-экономического развития связана с новоприбывшей волной глобальных кризисов, причём каждая новая волна захлестывает с еще большей силой, чем предыдущие. Для определения закономерностей экономического поведения гражданского общества республики Беларусь выделим некоторые понятия, касающиеся культурной идентичности, национального характера и архетипа белорусов. Для объединения последних определений будем использовать «Культурную матрицу» как конструкт «национальных, религиозных, культурно-бытовых, воспитательных и семейных традиций, установившегося правового обычая и общепризнанных духовно-нравственных ценностей» [3, с.84], обособленный рамками определенного региона и функционирующий во взаимосвязи с государственным законодательством, где последнее часто формируется под влиянием данного конструкта. Для объяснения

мотивации экономических поступков граждан, входящих в белорусскую культурную матрицу будем использовать термин поведенческая экономика, а именно как «область экономической науки, которая изучает влияние социальных, когнитивных и эмоциональных факторов на принятие экономических решений и поведение людей» [4, с.820].

Прежде всего, определим характеристики культурной матрицы Беларуси. К. В. Рудый выделяя основные характеристики поведенческой экономики Беларуси акцентируется на политическом базисе, и под данными характеристиками имеет ввиду «двоемыслие, ориентацию на советское прошлое и патернализм» [5, с.36]. Раскрывая данные понятия, экс-начальник Главного экономического управления Администрации Президента Республики Беларусь (вышеупомянутый Кирилл Валентинович Рудый), раскрывает данные понятия с проекцией на экономику и экономическое поведение белорусского общества. «Дуализм выражается в сосуществовании административных и рыночных отношений, непоследовательности экономических преобразований, противоречивости форм собственности и систем управления, совмещении показной лояльности и преследования личных интересов, что ведет к росту теневой экономики. Ориентация на советское прошлое поддерживает экономическую пассивность, склонность к потреблению, а не сбережению и инвестированию, сдерживает приватизацию государственных (“народных”) предприятий, сохраняет мобилизационную систему управления экономикой, увеличивает долговую нагрузку. Патернализм функционирует циклически от авторитаризма до дирижизма, подкрепляется поиском страны-опоры и идеализацией роли личности. В целом, в условиях старения населения, неразвитости общественных и рыночных противовесов патернализму культурная матрица Беларуси препятствует долгосрочному экономическому росту» [5, с.36]. Данные характеристики безусловно соотносятся с современным белорусским обществом, однако, по нашему мнению, такой аспект как межличностное доверие играет наибольшую роль. «Экономика будет производить больше, если агенты разделяют общие ценности, знания и доверяют друг другу. Обратное также верно: при неизменных институциональных возможностях вложения в физический и человеческий капитал увеличивают выпуск» [6, с.16]. Следует заметить, что «в нашей стране уже накоплен значительный социальный потенциал (за счет проводимой социальной политики) и существует позитивный опыт его капитализации» [7, с.32].

Таким образом, рассмотрим белорусское предприятие в качестве объекта исследования, его историко-социальное становление, а также определив культурную матрицу, как ключевое звено поведенческого развития экономики, пришли к выводу, что характер проблем модернизационных процессов структурной политики генерирует культурная матрица. Ключевые социально-культурные особенности, формирующие инертность и застойность трансформационных стимулов в Республике Беларусь, являются: дуализм политической идеологии, патернализм, идеализация промышленности советского прошлого.

Список использованных источников

1. Гурский, В. Л. Эндогенные факторы, обуславливающие развитие промышленной политики Беларуси в современных условиях / В. Л. Гурский // *Экономическая наука сегодня*. – 2015. – № 3. – С. 35-42.
2. Шебеко, К.К. Институциональные ловушки и модернизация белорусской экономики / К. К. Шебеко // *Экономика и банки*. 2013. №2. С. 77-87
3. Рудый, К. В. Поведенческая экономика: основные характеристики в Беларуси / К. В. Рудый // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2018. – Т. 62, № 6. – С. 36-44.
4. Талер, Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. / Р. Талер // – Litres, 2017. С. 455.
5. Солодовников, С.Ю. Перспективы и механизмы развития и капитализации социального потенциала Республики Беларусь / С. Ю. Солодовников // *Экономическая наука сегодня*. 2013. С. 5-34.
6. Солодовников, С. Ю. «длинные деньги» как инструмент современной экономической политики в условиях новой индустриализации / С. Ю. Солодовников // *Современное общество: проблемы, противоречия, решения* : Сборник научных трудов. II Межвузовский научный семинар с международным участием, Санкт-Петербург, 30 апреля 2021 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский горный университет, 2021. – С. 26-30.
7. Солодовников С.Ю. Социальный капитал как фактор экономического роста // *Экономика и банки*. 2015. №1. С.32-41.

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
МЕХАНИЗМА****В.С. Потяг**, магистрантНаучный руководитель – **Т.В. Сергиевич**, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Сегодня существует много работ, исследующие понятие организационно-экономического механизма. Однако данное понятие достаточно широкое, и в каждой конкретной области оно будет в разной степени отличаться. В данной работе изучены теоретические основы организационно-экономического механизма. Рассмотрим несколько определений организационно-экономического механизма, которые дают Т. В. Сергиевич, Ю. В. Мелешко, и А. С. Соколицын.

Т. В. Сергиевич: «Организационно-экономический механизм производства товаров интенсивного обновления представляет собой совокупность взаимосвязанных форм, мер, инструментов и методов хозяйствования и экономического стимулирования, направленных на обеспечение устойчивой конкурентоспособности отечественных производителей товаров интенсивного обновления на различных рынках, включая рынки труда, на основе своевременного реагирования на изменения факторов внутренней и внешней среды» [1, с.9]. Данное определение формируется в контексте целей и задач исследования, проводимого в работе автора. В определении можно заметить, что речь идет о производстве и рынках труда. Далее в работе Т.В. Сергиевич упоминает о специфичности стимулировании труда, так как основным стимулом является возможность реализации личностного творческого потенциала. Из данного определения вытекает, что задачами данного организационно-экономического механизма является не только обеспечение устойчивой конкурентоспособности, производства и реагирования на изменения факторов внешней и внутренней среды, но и обеспечение эффективного стимулирования труда ввиду специфичности данного процесса. Ю. В. Мелешко дает несколько иное определение: «Организационно-экономический механизм оказания услуг промышленного характера следует рассматривать как относительно самостоятельную систему (подсистему социально-экономической системы общества), включающую в себя экономические формы, методы и инструменты оказания этих услуг, устойчивые организационно-управленческие и социально-экономические отношения, которые возникают между субъектами в процессе оказания рассматриваемых услуг» [2, с.377]. Определение, которое дает Ю. В. Мелешко, как и определение выше формируется исходя из целей и задач, исследований, проводимых в работах. Особенность данного определения заключается в наличии «между субъектных отношений» и отсутствии упоминаний рынков труда, которое обусловлено специфичностью стимулирования труда в данной сфере. Так же Ю. В. Мелешко уточняет что: «Особенность организационно-экономического механизма оказания услуг промышленного характера предопределена экономической природой этих услуг» [2, с.377]. В данном определении организационно-экономический механизм также решает специфические задачи конкретной отрасли. Мы видим, что задачей организационно-экономического механизма является не только достижение устойчивости и развитие объекта, но и решение специфических задач, вытекающих из природы самого объекта. Также изучим определение, которое дает А. С. Соколицын: «Организационно-экономический механизм представляет собой совокупность правил воздействия субъекта управления на объект с целью обеспечения его (объекта) непрерывного устойчивого развития с использованием системы взаимосвязанных элементов, правил преобразования и вывода входных и выходных переменных, принципов применения прикладных функций, методов и инструментов, технологий и устоявшихся практик» [3, с.184]. Интересно, что в данном определении автор упоминает о «правилах преобразования и вывода входных и выходных переменных», что говорит о теории из области программирования и имеет некоторое достаточно широкое и не определенное понимание «переменных» в организационно-экономическом механизме. Столь широкое определение может быть применимо к организационно-экономическому механизму любой сферы, однако в отличие от определений выше не учитывает специфику объекта. В самом общем смысле организационно-экономический механизм направлен на обеспечение достижения индивидуальных целей и задач каждого отдельного объекта с учетом набора его индивидуальных параметров. Такое определение вызывает некоторую

ассоциацию с корпоративным или иным административным управлением любого предприятия, так как каждое предприятие имеет свой набор особенностей осуществления деятельности, начиная от маркетинговой политики и заканчивая трудовыми отношениями.

Во всех выше представленных определениях прямо или косвенно упоминаются труд и трудовые отношения. Экономическая система общества не смогла бы существовать без труда и трудовых отношений, что в свою очередь отмечает С. Ю. Солодовников «Существование и развитие человеческого общества, обеспечение его материальной базы возможно лишь на основе труда. Труд представляет собой особый вид субъектно-предметных отношений, а также содержит в себе специфическую совокупность внутрисубъектных отношений» [4, с.122]. Если внимательно изучить определение труда, данное С. Ю. Солодовниковым и определение организационно-экономического механизма, то можно заметить некоторую схожесть: и то и другое выступает совокупностью субъектно-объектных, внутрисубъектных, субъектно-предметных и между субъектных отношений, характер и направленность которых совершенно разная. Любая экономическая система, подсистема, механизм, базируются на субъектных и объектных отношениях разного качества, характера и направленности. Так, С. Ю. Солодовников отмечает: «существование и эволюция социально-классовой структуры общества предопределяется всей системой экономических отношений» [4, с.117]. Обратимся к определению трудовых отношений, данному А. П. Моровой как к наиболее развернутому – это «отношения, которые возникают и устанавливаются между субъектами в процессе трудовой деятельности при создании материальных средств и благ, а также услуг, необходимых для удовлетворения экономических потребностей и нужд общества и его членов с целью обеспечения их жизненности» [5, с.8].

Таким образом базисом организационно-экономического механизма, как и любого другого механизма являются субъектные и объектные отношения разного качества, характера и направленности. В самом общем смысле организационно-экономический механизм направлен на обеспечение достижения индивидуальных целей и задач каждого отдельного объекта с учетом набора его индивидуальных параметров.

Список использованных источников

1. Сергиевич, Т. В. Сущность и экономическая природа производства товаров интенсивного обновления / Т. В. Сергиевич // Санкт-Петербургский научный вестник. – 2019. – № 2(3). – С. 7.
2. Солодовников, С. Ю. Модернизация белорусской экономики и экономика рисков: актуальные проблемы и перспективы / С. Ю. Солодовников, Т. В. Сергиевич, Ю. В. Мелешко. – Минск: БНТУ, 2019. – 491 с.
3. Коваленко, И. И. Организационно-экономический механизм управления устойчивым развитием предприятия с учетом производственного риска / И. И. Коваленко, А. С. Соколицын // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2019. – Т. 12, № 6. – С. 174-188.
4. Солодовников, С. Ю. Классы и классовая борьба в постиндустриальном обществе: методологические основы политико-экономического исследования / С. Ю. Солодовников. – Минск: Белорусский национальный технический университет, 2014. – 378 с.
5. Социальная политика в сфере трудовых отношений / А. П. Морова. - Минск: ИСПИ, 2000. – 174 с.

УДК 331.1

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ

В.Н. Прокопчук, магистрант,
Научный руководитель – **Л.П. Володько**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Кадровый потенциал предприятия является важнейшим стратегическим фактором, определяющим ее успех. Качественные и количественные характеристики персонала определяют возможность реализации стратегии развития, структурной перестройки, расширения производства, роста качества продукции и производительности труда. Именно мероприятия, способствующие совершенствованию системы развития персонала, позволяют повысить уровень квалификации кадрового потенциала предприятия [1].

Характеризируя современное состояние экономики, многие специалисты в этой области отмечают, что она вступила в инновационную стадию развития, отличительными особенностями которой являются: высокая наукоемкость производства, приоритет качества над количеством, непрерывный характер структурных изменений производства, обусловленный нововведениями. Одним из наиболее перспективных направлений реструктуризации наряду с реорганизацией системы управления компанией является изменение качественного состава его персонала.

Актуальность совершенствования системы управления персоналом возникает во многих организациях и обусловлена развитием инфраструктуры рынка, изменением характера выполняемых работ и содержанием труда. Кадровое планирование как инструмент целенаправленной и эффективной работы с персоналом является составной частью стратегии и тактики выживания и развития предприятия при рыночных взаимоотношениях. От организации управления персоналом зависят все конечные результаты работы предприятия.

Без качественных трудовых ресурсов, как производственных, так и управленческих, эффективной и заинтересованной их работы невозможно реализовать новые проекты, выжить в конкурентной борьбе за рынок сбыта производственной продукции, выполненных работ или оказываемых услуг [2].

Организация эффективной деятельности персонала является основной заботой управления персоналом проекта и, соответственно, менеджера по персоналу в составе команды проекта. Для достижения этой цели необходимо хорошо представлять себе такие характеристики и особенности персонала, которые представлены таблице.

Таблица – Особенности поведения персонала

Тип поведения	Характеристики, особенности
Индивидуальное поведение	- индивидуальные способности, склонности и одаренность – предрасположенность к реализации какой-либо деятельности, ориентации на ее выполнение; - специфика мотивации – специфика потребностей человека, представление о целях профессиональной деятельности; - индивидуальные ценности – общие убеждения, вера, мировоззрение, представление о мире; - демографические – половые и возрастные особенности;
Групповое поведение	- особенности корпоративной культуры – ценности, правила поведения, характерные для конкретного трудового коллектива; - феномены групповой динамики – этап развития коллектива, особенности лидерства, способа поведения в ситуации конфликта [3].
Поведение руководителей, членов управленческой команды руководителей можно рассматривать как:	- субъектов, имеющих индивидуальные особенности; - членов некоторой группы, обладающих корпоративной культурой; - функционеров определённой управленческой технологии (типа управления), обладающей своими правилами поведения.

В целом можно сделать вывод, что эффективное управление персоналом является необходимым условием успеха инновационных проектов, и его применение позволяет повысить вероятность достижения поставленных целей и задач.

Список использованных источников

1. Беликова И.П. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебное пособие (краткий курс лекций) / И.П. Беликова. – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. – 80 с. – 2227-8397. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47372.html>
2. Белый Е.М. Управление проектами [Электронный ресурс]: конспект лекций / Е.М. Белый, И.Б. Романова. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 79 с. – 978-5-4486-0061-6. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70287.html>
3. Боронина Л.Н. Основы управления проектами [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Н. Боронина, З.В. Сенук. – Электрон. текстовые данные. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2019. – 136 с. – 978-5-7996-1751-6. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65961.html>

НАЛОГИ И ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: НОВЫЕ ПУТИ И РЕШЕНИЯ ИХ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

А.В. Радцевич, аспирант

Научный руководитель – И.А. Лукьянова, д.э.н., доцент
Белорусский государственный экономический университет

С быстрым развитием цифровых технологий, включая электронную коммерцию, цифровые валюты и удаленную работу, традиционные налоговые каркасы переосмысливаются, стремясь адаптироваться к быстро меняющейся среде. Обеспечение полноты уплаты налогов и справедливость налогообложения, из давно забытых теоретических целей и принципов вновь стали определять смысл налогообложения.

Под влиянием цифровой экономики работа налоговых органов стран СНГ в последние годы, как пишет И.В. Сударушкина «...направлена на преобразование их в клиент-ориентированные службы с высоким качеством обслуживания плательщиков, контролем за исполнением налогового законодательства и совершенствованием предоставления услуг на основе информационных технологий с использованием возможностей big data» [1, с.183]. Результаты такой деятельности так же разные. Проанализировав цифровое развитие налогообложения стран СНГ, таких как Россия, Азербайджан, Армения, Казахстан можно утверждать, что цифровое развитие налогообложения у них достаточно высоко развито и налоговые службы этих государств постоянно работают над их дальнейшим развитием. Кроме того, каждой из стран присущи свои особенные национальные проекты, которые признаны успешными.

Так, в Азербайджане было реализовано несколько успешных проектов цифровизации налоговой системы. С 2007 года внедрена система электронного декларирования, с 2011 года – система электронной регистрации налогоплательщиков, 2013 - система электронного аудита, с 2017 – электронный счета-фактуры и электронные накладные, а также с 2012 года предоставлена возможность осуществления электронных платежей налогов и сборов через онлайн-платформы, система электронного мониторинга для отслеживания налоговых задолженностей и автоматического уведомления налогоплательщиков о необходимости уплаты налогов, созданы центры обслуживания плательщиков. Особо следует отметить проект "Asan İmza", который по настоящее время не имеет аналогов среди стран СНГ и способствует развитию цифровой экономики.. Это программная платформа, предоставляющая услугу электронной подписи в Азербайджане. "Asan İmza" позволяет гражданам и юридическим лицам подписывать документы и совершать различные онлайн-транзакции с использованием криптографической электронной подписи. Эта электронная подпись имеет юридическую силу и признана государством, что позволяет использовать ее для заключения договоров, подачи документов в государственные органы, банковских операций и других целей[2]. Проект "Asan İmza" является частью национальной программы "Asan Xidmət", направленной на упрощение и совершенствование государственных услуг для граждан и бизнеса в Азербайджане.

в Республике Армения с 2011 года внедрена система выписки электронных расчетных документов e-Invoicing, а с 2016 года электронная выписка самих счетов-фактур. С 2011 года внедрена система определения степени риска налогоплательщика. Эффективно в Республике Армения действует одна из наиболее эффективных систем возврата НДС физическим лицам – гражданам иностранных государств Tax Free. Эффективность обеспечивается благодаря тому, что соответствующие должностные лица таможенной службы имеют непосредственный доступ к базам данных чеков ККА. При соответствующей идентификации заявителя на возврат в режиме реального времени проверяется наличие Tax Free чеков и сразу оформляется возврат. Кроме того, с 2023 года Армения ввела всеобщее декларирование доходов гражданами-резидентами страны с использованием прифайлинговой системы [3].

Наиболее значительных успехов в этом направлении добились налоговые службы России и Казахстана. Так, Комитет государственных доходов Казахстана использует в своей деятельности 14 информационных систем, в разработке находится 2 новых проекта: мобильное приложение для подачи пассажирской и таможенной декларации и приложение по банкротству физических лиц.

Успешно функционирует функционал по автоматическому прекращению деятельности отдельных ИП. С 2022 года внедрено специальное мобильное приложение E-Salyq Business разработанное для индивидуальных предпринимателей и позволяющее в упрощенном порядке исполнять налоговые и обязательства и обязательства по социальному страхованию, постановки и снятия с учета в качестве индивидуального предпринимателя [4].

По данным Всемирного банка по итогам 2022 года Россия вошла в 10 стран мира по цифровизации правительства и гос. управления. При этом в области цифровизации налогообложения с 2020 года занимает одну из лидирующих позиций [5]. Так в 2023 году ФНС РФ

внедрила полностью новую систему платежей для физических лиц с применением единого счета для всех налоговых платежей. Кроме того, ФНС разработана новая система информирования для местных органов власти. Она предоставляет более 215 видов сведений для принятия управленческих решений, которые дают общую картину об экономике региона [6].

Таким образом, цифровизация налогообложения создает дополнительные стимулы для цифровизации экономики страны, способствует упрощению взаимодействию государства и налогоплательщика, повышает собираемость налогов. Уже многие налоговые администрации стран СНГ объявили о новом курсе и концентрируют внимание в своей работе на человекоцентричности, ставя приоритет, качество, удобство и простоту оказания государственных налоговых услуг в основу концепцию новой стратегии цифровизации налогообложения.

Список использованных источников

1. Сударушкина, И. В. Цифровая экономика / И. В. Сударушкина, Н. А. Стефанова // АНИ: экономика и управление. – 2017. – № 1 (18). – С. 182–184.

2. Asan Imza включен в лучшие практики всемирного доклада [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1news.az/news/20210222023123308-Asan-Imza-vklyuchen-v-luchshie-praktiki-vsemirnogo-doklada>. – Дата доступа: 09.04.2024

3. О влиянии цифровой экономики на развитие системы налогообложения в государствах – участниках СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-cis.info/cooperation/3049/90302/>. – Дата доступа: 09.04.2024

4. В КГД озвучили планы по цифровизации налоговых сервисов <https://www.zakon.kz/tekhno/6013015-v-kgd-ozvuchili-plany-po-tsifrovizatsii-nalogovykh-servisov.html> – Дата доступа: 09.04.2024

5. Россия вошла в топ-10 стран-лидеров в области цифровизации госуправления – Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://d-russia.ru/rossija-voshla-v-top-10-stran-liderov-v-oblasti-tsifrovizatsii-gosupravlenija-vsemirnyj-bank.html> – Дата доступа: 09.04.2024

6. Цифровизация в Федеральной налоговой службе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php> – Дата доступа: 09.04.2024.

УДК 378.147:331.5

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

К.О. Радюш, 4 курс

Научный руководитель – **А.А. Бажина**, к.э.н.

Белорусский государственный экономический университет

В последние десятилетия наблюдается стремительное развитие технологий и инноваций, которые оказывают значительное влияние на образовательные системы по всему миру. Инновации в образовании предлагают новые подходы к обучению, инструменты и методики, которые могут существенно улучшить качество образования и подготовку студентов к вызовам современного мира.

Внедрение инноваций в образовательные практики также сталкивается с определенными проблемами. Неравномерное распространение инноваций между различными учебными заведениями, недостаток подготовки педагогических кадров и финансовые ограничения являются лишь некоторыми из препятствий, которые могут затормозить полную реализацию потенциала.

Неравномерное распространение инноваций в образовательной системе выражается в том, что некоторые школы и университеты активно внедряют новые технологии и методики обучения, в то время как другие остаются отсталыми и не могут полностью использовать преимущества иннова-

ций. Это создает разрыв между образовательными учреждениями и может усугубить существующие неравенства в доступе к качественному образованию.

Внедрение инноваций требует от педагогов современных навыков и знаний. Однако не все педагоги получают достаточную подготовку в этой области. Это может препятствовать успешной реализации инновационных методик и использованию новых технологий в образовательном процессе [1, с.218].

Инновации в образовании могут требовать значительных финансовых вложений. Некоторые школы и университеты могут столкнуться с ограниченными бюджетами, что затрудняет имплементацию новых технологий и обновление инфраструктуры. Это может привести к неравному доступу к инновациям в различных образовательных учреждениях [1, с.218].

Инновации в образовании позволяют создавать персонализированные образовательные программы и подходы, учитывающие индивидуальные потребности и способности обучающихся. Это помогает повысить эффективность обучения и стимулирует интерес к получению знаний.

Инновации могут снизить географические и финансовые барьеры, предоставляя возможность получения дистанционного образования [1, с.222]. Это особенно важно для людей, которые живут в отдаленных районах или не имеют возможности посещать традиционные учебные заведения. Однако дистанционное образование требует внедрения специальных программ в школы и университеты, обучения преподавательского состава работать с данными программами, что требует дополнительного финансирования. Создание базы для дистанционного образования позволит использовать разработки многократно и только обновлять и дополнять имеющиеся разработки. Следовательно такие вложения в образовательный процесс с целью развития дистанционного образования является эффективным и перспективным с экономической точки зрения.

Дистанционное обучение – это особый вид обучения, главной особенностью которого является интерактивность взаимодействия всех участников образовательного процесса. Наличие преподавателя при этом не обязательно, так как дистанционное обучение – процесс самостоятельного изучения материала. При дистанционном обучении реализуется личностно-ориентированный подход к обучению, происходит максимальная индивидуализация обучения. Дистанционному обучению свойственны как общепедагогические дидактические принципы обучения, так и специфические принципы. Использование новых информационных и телекоммуникационных технологий позволяет осуществить взаимодействие участников дистанционного обучения независимо от их местонахождения с помощью электронной почты, чата, форума, видеоконференции, вебинара, онлайн-семинара.

Методической особенностью дистанционного обучения является то, что усвоение знаний, умений и навыков, предусмотренных учебными программами, осуществляется не в традиционных формах обучения (лекция, уроки, семинары и т.д.), а путем самостоятельной работы обучающегося с помощью различных средств – носителей информации. В центре процесса дистанционного обучения находится не преподавание, а учение, то есть самостоятельная познавательная деятельность обучающегося по овладению знаниями, умениями и навыками. При этом обучающийся должен не только владеть навыками работы с компьютером, но и способами работы с учебной информацией, с которой он встречается в процессе дистанционного обучения [2, с.62-135].

Преимущества дистанционного обучения:

1. время и место обучения студент выбирает сам;
2. доступ к учебным материалам с помощью интернет из любой точки нашей страны;
3. учеба не будет мешать работе;
4. гибкие сроки обучения;
5. помогает снизить затраты на проезд к месту обучения и обратно;
6. можно проводить обучение большого количества человек.

Недостатки дистанционного образования:

1. рядом нет человека, который мог бы эмоционально окрасить знания, это значительный минус для процесса обучения;
2. необходимость в персональном компьютере и доступе в Интернет;
3. одной из проблем обучения остается проблема установления личности пользователя при проверке знаний. Невозможно предугадать, кто выполнил работу;
4. для дистанционного обучения необходима самодисциплина;

5. высокая трудоемкость разработки курсов дистанционного обучения [2, с.62-135].

Дистанционное обучение, осуществляемое с помощью компьютерных телекоммуникаций, имеет следующие формы занятий.

Чат-занятия – учебные занятия, осуществляемые с использованием чат-технологий. Данные занятия проводятся синхронно, то есть все участники имеют одновременный доступ к чату. В рамках многих дистанционных учебных заведений действует чат-школа, в которой с помощью чат-кабинетов организуется деятельность дистанционных педагогов и учеников.

Веб-занятия – дистанционные уроки, конференции, семинары, деловые игры, лабораторные работы, практикумы и другие формы учебных занятий, проводимых с помощью средств телекоммуникаций и других возможностей Интернета. Для данных занятий используются специализированные образовательные веб-форумы – форма работы пользователей по определённой теме или проблеме с помощью записей, оставляемых на одном из сайтов с установленной на нем соответствующей программой.

От первой формы занятий веб-форумы отличаются возможностью более длительной (многодневной) работы и асинхронным характером взаимодействия учеников и педагогов.

Телеконференция – проводятся, как правило, на основе списков рассылки с использованием электронной почты. Для учебных телеконференций характерно достижение образовательных задач. Также существуют формы дистанционного обучения, при котором учебные материалы высылаются почтой.

Современное общество требует новых навыков и компетенций. Инновации в образовании могут помочь студентам развить такие навыки, как критическое мышление, сотрудничество, коммуникацию и решение проблем. Это помогает подготовить их к будущим вызовам и требованиям рынка труда. Дистанционные формы обучения также дополняют вышеуказанные навыки самоорганизацией и самодисциплиной, наряду с такими навыками как применение и развитие навыков работы с информационно-коммуникационными технологиями.

Инновации в области оценки и обратной связи позволяют более точно измерять успехи учеников и предоставлять им конструктивную информацию для улучшения. Это способствует более эффективному процессу обучения и развитию учащихся.

В целом, инновации в образовании имеют потенциал изменить и улучшить способы обучения и доступ к знаниям. Правильное планирование, обучение и финансирование могут помочь преодолеть эти проблемы и создать благоприятную среду для инноваций в образовании.

Список использованных источников

1. Бажина, А. А. Развитие рынка образовательных услуг и рынка труда / А.К. Ходас, А.А. Бажина // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы : науч. тр. IX Междунар. науч.- практ. конф., Нижневартовск, 10 нояб. 2021 г. / Нижневарт. гос. ун-т ; отв. ред. Д. А. Погоньшев. – Нижневартовск, 2021. – С. 217–223.

2. Педагогические технологии дистанционного обучения : учебное пособие для вузов / Е. С. Полат [и др.] ; под редакцией Е. С. Полат. – 3-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 392 с.

УДК 338.24

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ

Я.А. Рафалович, 3 курс

Научный руководитель – **Я.И. Добринiec**, ассистент
Полесский государственный университет

В современном мире цифровая экономика является одним из ключевых факторов экономического роста и развития. Республика Беларусь, как и многие другие страны, активно внедряет цифровые технологии в различные сферы жизни, стремясь улучшить эффективность и конкурентоспособность своей экономики.

Под цифровой экономикой понимается тип экономики, характеризующийся активным внедрением и практическим использованием цифровых технологий сбора, хранения, обработки, преобразования и передачи информации во всех сферах человеческой деятельности [1. с.176]

В Беларуси цифровая экономика начала активно развиваться с начала 2010-х годов и продолжает динамично развиваться. Основными показателями развития цифровой экономики в стране являются уровень проникновения интернета, количество пользователей интернета, доля онлайн-торговли в общем объеме торговли, уровень инвестиций в ИТ-сектор, количество патентов в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и инновационных компаний, а также другие показатели, связанные с использованием цифровых технологий в экономике.

Одним из показателей, наиболее точно отражающих уровень развития цифровой экономики различных стран мира, является индекс глобального подключения (Global Connectivity Index - GCI), исследование и оценку которого производит одна из крупнейших китайских компаний в сфере телекоммуникаций Huawei Technologies. Республика Беларусь, находится на 47 месте в данном рейтинге из 79 стран [6]. Анализ GCI позволяет оценить в странах текущие уровни предложения продуктов и услуг ИКТ и инвестирования в цифровую инфраструктуру, которая является базисом для построения цифровой экономики.

В рейтинге индекса развития ИКТ 2023, Беларусь занимает 52-е место среди 169 стран, обогнав при этом Турцию (57 место), Китай (65 место) и Украину (77 место) [5].

Согласно инновационному индексу в 2022 г. Республика Беларусь заняла 77-е место среди 132 государств по показателю доступ к ИКТ. Также согласно данному индексу по показателю экспорт ИКТ-услуг (телекоммуникационных, компьютерных и информационных) в общем объеме внешней торговли Республика Беларусь заняла 44-е место в мире [5].

Сравнение уровня развития цифровой экономики Беларуси с другими странами позволяет оценить потенциал страны в этой области, а также выделить преимущества и недостатки ее развития. На сегодняшний день Беларусь занимает достойное место в рейтинге развития цифровой экономики.

В Беларуси согласно Национальному статистическому комитету доля людей, использующих Интернет в 2022 г., составляет 89,5 %, что выше среднего показателя для стран Европы (83%). Однако доля населения, использующего Интернет для онлайн-покупок, составляет всего 27 %, что значительно ниже среднего показателя для стран Европы (56 %). За 2022 год онлайн-продажи в белорусских интернет-магазинах выросли на 27% до 3,6 млрд руб. Доля Интернет-торговли в розничном товарообороте страны составила 6% в 2022 г, выросла в 2 раза по сравнению с 2019 г. [3]. Это указывает на то, что в Беларуси существует значительный потенциал для дальнейшего развития цифровой экономики, а также электронной коммерции.

Безусловным драйвером цифровой экономики в Республике Беларусь является сектор ИКТ, в 2022 г. он составляет 7,2 % к валовой добавленной стоимости в экономике. В 2022 г. в белорусском секторе ИКТ было занято более 142 тыс. чел., а число организаций сектора ИКТ достигло 5437, данный сектор занимает 73% из всех секторов. Экспорт ИКТ-услуг вырос в 2010–2022 гг. в 12 раз, при этом доля экспорта ИКТ-услуг в общем объеме экспорта услуг выросла с 10% до 32% [2, с.30].

Одним из результатов функционирования данного сектора является патентная и исследовательская статистика рассматриваемой предметной области. Анализ данных о патентной активности в Беларуси свидетельствует об интеллектуальной и бизнес-миграции, функционировании сектора ИКТ. С 2013 г. продолжается устойчивая тенденция к снижению патентных разработок в сфере ИКТ. В 2013 г. был выдан 61 патент, на следующий год в 2 раза меньше, а в 2022 г. всего 13 патентов на разработку изобретений. Также сокращается число исследователей занятых в данном секторе, в 2022 г. удельный вес исследователей занятых в секторе ИКТ, в общем количестве исследователей составил 5,3%, а в 2013 г. данный показатель составлял 8,2% [2, с.31]. Можно сделать вывод, что существует проблема «утечки мозгов», научные таланты эмигрируют за границу или даже не выезжая за границу, передают свои разработки в собственность иностранного работодателя.

Еще одной проблемой в развитии цифровой экономики является недостаточный уровень развития инфраструктуры, особенно в сельской местности и малых городах, что затрудняет доступ населения к цифровым сервисам. Также необходимо отметить, что уровень цифровой грамотности населения в целом остается низким, что требует проведения дополнительных образовательных

программ и мероприятий. По данным исследования, проведенного Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в Беларуси уровень цифровой грамотности составляет 48 %, что выше, чем в ряде стран СНГ, но ниже, чем в некоторых других странах региона, например, в Эстонии (57 %), Латвии (56 %) и Литве (54 %) [5].

Также можно выделить несколько перспектив развития цифровой экономики в Беларуси. Одной из главных перспектив является развитие технологических парков и инкубаторов, которые уже сегодня являются ключевыми центрами разработки инновационных технологий в стране. В этой области уже достигнуты значительные успехи, например, в 2005 г. был открыт первый в Беларуси Парк высоких технологий (ПВТ), который представляет собой инновационный центр для развития IT-отрасли в стране. В данном парке находятся более 1000 компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения и другими видами IT-деятельности. В 2020 году доля Парка в ВВП Беларуси превысила 4 % при том, что в ПВТ работает около 1,5 % от всех занятых в экономике страны. В 2020 году темп роста экспорта составил 125 %. В результате его объем достиг рекордных 2 млрд 735 млн долларов. Общим объемом производства составил 7 млрд 400 млн рублей с темпом роста 143 % [4].

Еще одним направлением развития цифровой экономики в Беларуси является создание современных цифровых технологий для использования в различных отраслях экономики, таких как промышленность, здравоохранение, образование, сельское хозяйство и др. Например, в области здравоохранения уже начинают применяться инновационные решения, такие как телемедицина, а в области промышленности – цифровые технологии для оптимизации производственных процессов и увеличения эффективности производства.

Помимо укрепления инфраструктуры и стимулирования развития цифровых технологий, важным фактором успешной цифровой экономики является наличие высококвалифицированных специалистов, способных разрабатывать и внедрять новые технологии. В этом контексте Беларусь имеет значительный потенциал, так как страна обладает высоким уровнем образования и квалифицированными кадрами в области информационных технологий. Кроме того, правительство Беларуси активно работает над укреплением системы образования в области IT и привлечением иностранных инвестиций в эту сферу.

Таким образом, развитие цифровой экономики в Беларуси имеет большой потенциал и является важным фактором экономического роста и повышения конкурентоспособности страны на международной арене. Для дальнейшего успешного развития данной сферы необходимо продолжать работу по совершенствованию законодательства, развитию инфраструктуры, поддержки исследований в области ИКТ и повышению уровня цифровой грамотности населения.

Список использованных источников

1. Бабкин, А.В. Цифровая экономика и развитие инновационно-активных промышленных кластеров [Электронный ресурс] – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. – 535 с. – Режим доступа: <http://inecprom.spbstu.ru/files/inprom-2018>– Дата доступа: 02.04.2024
2. Информационное общество в Республике Беларусь, 2022. – Минск, 2022. – 97с.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 02.04.2024.
4. Экспорт ПВТ в 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.park.by/press/news/absolyutnyu_rekord_zh_vsyu_istoriyu_parka_eksport_pvt_v_2020– Дата доступа: 02.04.2024.
5. ICT Development Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/ICT_Development_Index – Дата доступа: 02.04.2024.
6. Huawei Technologies Co., Ltd., 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.huawei.com/minisite/gci/en/>– Дата доступа: 02.04.2024

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА И ПУТИ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО "БАРХИМ")

К.В. Рачковский, 2 курс
Научный руководитель – **Т.В. Зглюй**
Полесский государственный университет

Открытое акционерное общество "Бархим" является основным производителем синтетических моющих средств в Республике Беларусь.

ОАО "Бархим" производит высококачественные стиральные порошки, доступные для населения с разным уровнем доходов, что в значительной мере определяет масштабы производства и реализации продукции предприятия, а также специализируется на выпуске потребительских товаров: порошкообразных, пастообразных и жидких средств для стирки, чистящих, отбеливающих, санитарно-гигиенических средств, средств для мытья посуды, пасты, моющей для рук, жидкого мыла, автошампуня.

Важным показателем, характеризующим эффективность деятельности работников в сфере материального производства, является производительность труда, основными показателями которой на уровне организации являются показатели выработки и трудоемкости продукции [1, с.56]. Повышение производительности способствует повышению конкурентоспособности предприятия и уровня жизни работников, что в совокупности делает производительность труда одним из ключевых факторов экономического роста.

Основные показатели эффективности использования трудовых ресурсов ОАО "Бархим" представлены в таблице.

Таблица – Динамика показателей эффективности использования трудовых ресурсов ОАО "Бархим"

Показатель	2021 год	2022 год	2023 год
Среднесписочная численность работников, чел.	236	219	213
Объем производства промышленной продукции (работ, услуг), тыс. руб	8897	8915	9090
Производительность труда, тыс. руб/чел.	37,7	40,7	42,7
Среднемесячная заработная плата, руб	500,6	530,8	600,9
Индекс роста производительности труда	–	1,079	1,049
Индекс роста средней заработной платы	–	1,0603	1,13

Примечание – Источник: собственная разработка по данным предприятия

Результаты проведенного анализа показали, что в рассматриваемом периоде наблюдалось ежегодное снижение среднесписочной численности работников, которая за 3 года сократилась почти на 10%, при этом объем производства увеличился на 2,17%, что обеспечило прирост производительности труда на 13,26% и что, несмотря на некоторое снижение темпов роста выработки в 2023 году по сравнению с 2022 годом, и сокращением, в результате последнего, индекса роста производительности труда, свидетельствует о повышении эффективности использования трудовых ресурсов на предприятии.

Наряду с повышением результативности труда на предприятии наблюдался и рост среднемесячной заработной платы, которая в 2022 году на 6% превысила уровень 2021 года, а в 2023 году на 13,2% превысила уровень 2022 года. Прирост среднемесячной зарплаты на предприятии за 3 года составил 20%, что обеспечило увеличение индекса средней заработной платы почти на 0,7 пункта.

Для более глубокого анализа использования трудовых ресурсов целесообразно применить коэффициент опережения, который рассчитывается как соотношение индекса роста производительности труда и индекса роста средней заработной платы [2, с.149]. *Анализ коэффициента опереже-*

ния позволяет выявить резервы роста рентабельности предприятия за счет потенциальной экономии на затратах.

Полученные по результатам расчетов на основании данных таблицы 1 значения коэффициентов опережения по годам составили в 2022 году 1,017 и в 2023 году 0,92 соответственно. Уровень рассматриваемого показателя, достигнутый в 2022 году, означает, что темпы роста производительности труда в этот период превысили темпы роста средней заработной платы. Это ещё раз подтверждает сделанные выше выводы о повышении эффективности использования рабочей силы, что могла быть, это требует проведения дополнительного анализа, и результатом успешного внедрения новых технологий, способствующих росту выработки. Однако в 2023 году коэффициент опережения снизился до уровня 0,92, что подтверждает факт того, что заработная плата на предприятии в этот период росла более быстрыми темпами, чем производительность труда, что ведет к перерасходу фонда заработной платы, необоснованно завышает себестоимость продукции и ограничивает возможности производственного накопления и расширенного воспроизводства.

Помимо самого снижения темпов роста производительности труда по сравнению с темпами роста средней заработной платы в 2023 году, значение коэффициента опережения меньше единицы, а это может иметь следующие негативные последствия для предприятия:

- *финансовые трудности*, ведь если расходы предприятия на оплату труда сотрудников растут быстрее, чем производительность, предприятие может столкнуться с дефицитом средств не только для выплаты зарплат, но и для погашения других обязательств;

- *ухудшение мотивации сотрудников* и ухудшение рабочей атмосферы;

- *ограничение инвестиций и развития*, так как снижение прибыли ведет к замедлению процессов модернизации производства, застою и упущению возможностей для роста и развития в долгосрочной перспективе.

Для повышения производительности труда в ОАО «Бархим», что положительно скажется и на эффективности функционирования предприятия в целом, в сложившейся ситуации можно предложить следующие возможные к реализации мероприятия:

- максимально использовать производственные мощности предприятия;

- повысить технический уровень производства в результате модернизации существующего и приобретения нового, современного, более производительного оборудования, что позволит снизить трудозатраты и минимизировать потери рабочего времени;

- провести оптимизацию численности работников путем совмещения операций;

- пересмотреть структуру заработной платы сотрудников, путем увеличения переменной части, то есть премии за выполненную работу, что окажет мотивирующее воздействие и будет способствовать росту производительности труда;

- ввести гибкую систему оплаты труда, установив прямую связь между заработной платой и производительностью труда, что будет стимулировать работников к повышению результатов своего труда (например, предусмотреть премирование рабочих за достижение определенных показателей выработки);

- усовершенствовать систему нематериального стимулирования работников, что создаст благоприятный социально-психологический, сформирует имидж предприятия как благоприятного работодателя и поможет привлечь на предприятие высококвалифицированные кадры и молодых специалистов.

Список использованных источников

1. Володько О.В., Грабар Р.Н., Зглой Т.В. Экономика организации (производства): электронный учебно-методический комплекс / О.В. Володько, Р.Н. Грабар, Т.В. Зглой – Пинск ПолесГУ 2015. – 56-59 с.

2. Володько О.В., Грабар Р.Н., Зглой Т.В. Экономика организация (производства): Практикум / О.В. Володько, Р.Н. Грабар, Т.В – Минск «Вышэйшая школа», 2015. – 149 с.

М.С. Рынкевич, Е.А. Дубинич, 3 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Стабильность в продовольственной сфере – глобальная проблема мирового сообщества. Она определяет приоритеты национальной политики всех без исключения государств мира.

Быстрый прирост численности населения земли происходит в условиях ограниченного производственного потенциала сельского хозяйства и уменьшающихся ресурсов природной среды. Избыточное потребление продовольствия, в сочетании с увеличивающимися потерями и отходами, привело к превышению точки баланса в использовании ресурсов.

Продовольственная безопасность – обеспеченная соответствующими ресурсами и гарантиями способность территории вне зависимости от внешних и внутренних условий удовлетворять потребность населения в важнейших продуктах питания в объемах и качестве, достаточных для физического и социального развития личности, улучшения здоровья и расширенного воспроизводства народонаселения [1].

Обеспечение национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь сопряжено с влиянием внешних и внутренних факторов и угроз.

Внешними факторами, снижающими устойчивость продовольственной безопасности, являются:

- концентрация и монополизация производства и экспорта сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия экономически развитыми странами и усиление их доминирования на мировом рынке;
- возрастающие требования к качеству пищевых продуктов на мировом рынке, которые определяют эффективность экспортной политики Беларуси;

К внутренним факторам, влияющим на устойчивость продовольственной безопасности, относятся:

- процессы деградации сельскохозяйственных земель, вызываемые факторами антропогенного и (или) природного характера;
- недостаточный уровень инноваций в сфере производства, хранения и реализации продовольствия, в том числе производства экологически чистой продукции;

Выявление, минимизация негативного влияния и упреждение угроз национальной продовольственной безопасности, а также принятие оперативных мер обеспечения устойчивого социально-экономического развития АПК обуславливают необходимость непрерывного совершенствования методов мониторинга безопасности и системы индикаторов оценки, создания современной информационной инфраструктуры [2].

Продовольственная независимость государства оценивается по десяти группам продуктов (зерно, молоко, мясо, сахар, масло растительное, картофель, овощи, фрукты и ягоды, яйца, рыба) и следующим уровням:

- оптимистический – достаточный для обеспечения потребности внутреннего рынка за счет собственного производства на 80 – 85 процентов, импорта – 15 – 20 процентов;
- критический – уровень производства, ниже которого наступает ослабление экономической безопасности [3].

Проведем анализ показателя производства по перечисленным выше группам и также по выполнению (или невыполнению) потребностей по двум уровням безопасности за последние пять лет.

Таблица 1. – Производство сельскохозяйственной продукции в Республике Беларусь и потребность по уровням безопасности, тыс. т

Показатели	Год					Потребность по уровням безопасности	
	2018	2019	2020	2021	2022	Критический	Оптимистический
Зерно	6070	7233	8661	7320	8701	6000	9000
Картофель	4348	4355	3708	3409	3857	5100	6000
Овощи	2687	2952	2796	2724	2861	1100	1700
Плоды и ягоды	938	535	770	609	820	700	1100
Рапс	456	578	733	715	805	360	600
Сахарная свекла	4809	4945	4009	3871	4227	2410	4970
Скот и птица	1222	1236	1281	1250	1221	900	1500
Молоко	7332	7381	7753	7811	7871	4500	7500
Рыба	19,6	17,6	15,2	14,6	13,9	28	33
Яйца, млн шт.	3360	3511	3492	3524	3462	2000	2900
Интегральный индекс производства	1,17	1,19	1,22	1,16	1,25	-	-

Примечание – Источник: [4]

В 2022 году индекс обеспеченности продовольствием страны, рассчитанный на основе десяти важных продуктов, достиг отметки 1,25. В указанном периоде потребность в продовольствии превышает критический уровень по практически всем основным видам продуктов, за исключением картофеля и рыбы. Уровень обеспеченности выше оптимистического порога по овощам, рапсу, молоку и яйцам.

Интегральный индекс продовольственной безопасности, учитывающий уровень собственного производства, потребления основных продуктов и качества рациона питания населения, в 2022 году достиг уровня 1,04, что означает, что основные критерии, которые обозначены в Доктрине национальной продовольственной безопасности, были достигнуты, что, в свою очередь, говорит о высоком уровне безопасности (таблица 2).

Таблица 2. – Интегральная оценка продовольственной безопасности Республики Беларусь с позиции физической доступности, коэффициент

Интегральный индекс	Год				
	2018	2019	2020	2021	2022
Производство сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия	1,17	1,19	1,22	1,16	1,25
Энергетической ценности рациона	0,95	0,95	0,94	0,95	0,95
Потребление основных продуктов	1,02	1,02	1,02	1,02	1,02
Пищевой ценности рациона (белки, жиры, углеводы)	0,96	0,95	0,95	0,96	0,96
Продовольственной безопасности	1,02	1,02	1,03	1,02	1,04

Примечание – Источник: [5]

Таким образом, продовольственная безопасность играет ключевую роль в защите здоровья населения Республики Беларусь. Государство предпринимает многочисленные меры для обеспечения населения качественной и безопасной продукцией. Однако, необходимо продолжать усилия в этом направлении, включая мониторинг и контроль качества продуктов, обучение производителей и потребителей, а также сотрудничество с международными организациями. Только совместными усилиями можно обеспечить стабильное и безопасное питание для всех граждан страны.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Минского городского исполнительного комитета [Электронный ресурс] / Минский городской исполнительный комитет. – Режим доступа: <https://minsk.gov.by/>. – Дата доступа 16.03.2024.
2. Официальный сайт Национального правового Интернет-портала Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/>. – Дата доступа 16.03.2024.

3. Официальный сайт Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://minsk.gov.by/>. – Дата доступа 16.03.2024.

4. О Доктрине национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 15 декабря 2024 г., № 962 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21700962>. – Дата доступа: 16.03.2024.

5. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://belstat.gov>. – Дата доступа 16.03.2024.

УДК 330.354

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НЕРАВЕНСТВО КАК ПРЕПЯТСТВИЕ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

А.И. Савчиц, 2 курс

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

Полесский государственный университет

Социально-экономическое неравенство — это неравномерное распределение доходов и возможностей между различными группами общества. Оно вызывает озабоченность практически во всех странах мира. Дифференциация в обществе оказывает неблагоприятное воздействие не только на лиц, находящихся в уязвимом, неравном положении, но и для всего государства. Опасность неравенства кроется в социальном напряжении, которое не позволяет государству развиваться устойчиво и планомерно в экономической, политической, социальной, экологической и культурной сферах [1, с. 8].

Выделяют несколько каналов влияния социального неравенства на экономическое развитие страны, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Каналы влияния социального неравенства на экономический рост

Канал влияния	Механизм влияния
Политика перераспределения	Высокое неравенство – причина «популярности» политики перераспределения [2, с. 13]. Медианный избиратель предпочитает повышение налоговых ставок на доходы более состоятельных сограждан [2, с. 13]. Увеличение налоговых ставок вызывает снижение инвестиционной активности. Сокращение инвестиций – фактор снижения темпа роста экономики
Несовершенство рынка капитала	Недостаточный уровень развития рынка капитала означает отсутствие у населения возможности получения ссуд и осуществления инвестиций. Сокращение инвестиций – фактор снижения темпа роста экономики
Социально-политическая нестабильность	Высокий уровень социального неравенства может стать причиной социальных потрясений и роста преступности, что может усилить неуверенность в ожиданиях инвесторов, подрывая имущественные права, повышая транзакционные издержки и расходы на меры безопасности и замедляя рост [2, с. 29]
Выбор уровня рождаемости индивидов	Высокий уровень рождаемости означает ограничение инвестиций в человеческий капитал, а, значит, сдерживание роста экономики

Есть мнение, что направление связи между показателями социального неравенства и экономического роста может варьироваться в зависимости от стадии развития того или иного государства. С целью подтверждения высказанного мнения проведем анализ показателей социального неравенства и экономического развития по выборке из 45 стран с разным уровнем развития.

Для оценки взаимосвязи дифференциации доходов и уровня развития стран мира возьмём корреляционный анализ индекса ВВП на душу населения и индекса человеческого развития, который отражает экономическую и социальную стороны развития общества, в том числе уровень жизни населения, его грамотность и образованность. Данные за 2023 год, необходимые для исследования, приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Исходные данные для исследования влияния социального неравенства на экономический рост

№	Страна	Коэфф. Джинни	ВВП		ИЧР	Группа стран по уровню развития
			ВВП на душу населения, долл. США	Индекс физического объема ВВП на душу населения (США – 1,000)		
1.	Норвегия	0,249	75 419,63	1,155	0,954	Высокий уровень развития
2.	Швейцария	0,293	81 993,70	1,256	0,946	
3.	Ирландия	0,303	78 660,96	1,205	0,942	
4.	Германия	0,290	46 258,88	0,709	0,939	
5.	Австралия	0,332	54 907,10	0,841	0,938	
6.	Исландия	0,244	66 944,83	1,025	0,938	
7.	Швеция	0,257	51 610,07	0,791	0,937	
8.	Сингапур	0,398	65 233,28	0,999	0,935	
9.	Нидерланды	0,266	52 447,83	0,803	0,933	
10.	Канада	0,312	46 194,73	0,708	0,922	
11.	Великобритания	0,328	42 300,27	0,648	0,920	
12.	США	0,378	65 280,68	1,000	0,920	
13.	Бельгия	0,259	46 116,70	0,706	0,919	
14.	Австрия	0,278	50 277,28	0,770	0,914	
15.	ОАЭ	0,325	43 103,32	0,660	0,866	
16.	Словакия	0,261	19 329,10	0,296	0,857	
17.	Латвия	0,363	17 836,36	0,273	0,854	
18.	Португалия	0,348	23 145,04	0,355	0,850	
19.	Россия	0,413	11 585,00	0,177	0,824	
20.	Беларусь	0,252	6 663,30	0,102	0,817	
21.	Сербия	0,340	7 402,35	0,113	0,799	Средний уровень развития
22.	Панама	0,461	15 731,02	0,241	0,795	
23.	Албания	0,386	5 352,86	0,082	0,791	
24.	Грузия	0,405	4 769,19	0,073	0,786	
25.	Мексика	0,459	9 863,07	0,151	0,767	
26.	Таиланд	0,437	7 808,19	0,120	0,765	
27.	Бразилия	0,449	8 717,19	0,134	0,761	
28.	Армения	0,344	4 622,73	0,071	0,760	
29.	Перу	0,454	6 977,70	0,107	0,759	
30.	Китай	0,510	10 261,68	0,157	0,758	
31.	Украина	0,263	3 659,03	0,056	0,750	
32.	Парагвай	0,449	5 414,80	0,083	0,724	
33.	Филиппины	0,479	3 485,08	0,053	0,712	
34.	Индонезия	0,457	4 135,57	0,063	0,707	
35.	Марокко	0,357	3 204,10	0,049	0,676	
36.	Индия	0,479	2 104,15	0,032	0,647	
37.	Замбия	0,495	1 291,34	0,020	0,591	
38.	Непал	0,395	1 071,05	0,016	0,579	
39.	Пакистан	0,362	1 284,70	0,020	0,560	
40.	Судан	0,342	441,51	0,007	0,507	
41.	Эфиопия	0,350	857,50	0,013	0,470	Низкий уровень развития
42.	Либерия	0,353	621,89	0,010	0,465	
43.	Йемен	0,367	968,2	0,015	0,463	
44.	Чад	0,383	709,54	0,011	0,401	
45.	Центральная Африканская Республика	0,562	467,91	0,007	0,381	

Примечание — Составлено автором на основании [3], [4], [5], [6].

Корреляционный анализ индекса физического объема ВВП на душу населения и индекса человеческого развития по выборке из 45 стран дал следующие результаты. Коэффициент корреляции равен 0,772, что согласно шкале Чеддока свидетельствует о наличии высокой степени зависимости между исследуемыми показателями. Тесная связь объясняется отчасти тем, что показатель ВВП выступает основой для расчета индекса человеческого развития. Положительное значение коэффициента означает наличие прямой связи между индексами. Из этого можно сделать вывод, что чем больше социальное расслоение в обществе, тем медленнее экономический рост.

Список использованных источников

1. Веселовский С.Я. Глобализация и проблема неравенства доходов в современном мире. М.: ИНИОН РАН; 2017. 185 с.
2. Любимов, И.Л. Неравенство и экономический рост: теоретические аспекты зависимости / И.Л. Любимов. – Москва, 2016. – Текст : электронный. – URL: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=208022116002083090003115064029067081102087090027053041122082089093124025110101067109033023100005039055006124069070096081070127017087031082011019114074090110001101108072033081021009074122126021022090100012064005066024071091126094064099026090102090104103&EXT=pdf> (дата обращения: 02.04.2024).
3. GDP per capita (current US\$). – Текст : электронный // The World Bank [сайт]. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?end=2019&start=1960> (дата обращения: 03.04.2024).
4. GINI index. – Текст : электронный // Кноема [сайт]. – URL: <https://knoema.com/atlas/ranks/GINI-index> (дата обращения: 03.04.2024).
5. Gini index (World Bank estimate). – Текст : электронный // The World Bank [сайт]. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI?end=2018&start=2018&view=bar> (дата обращения: 03.04.2024).
6. 2019 Human Development Index Ranking. – Текст: электронный // United Nations Development Programme [сайт]. – 2019. – URL: <http://hdr.undp.org/en/content/2019-human-development-index-ranking> (дата обращения: 03.04.2024).

УДК 338.22

ПРОБЛЕМА РАЗДЕЛЕНИЯ ЦИКЛА И ТРЕНДА В ЭКОНОМИКЕ

Е.В. Севенюк, 2 курс

Научный руководитель – А.В. Ковалев, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет

Развитие каждой страны зависит от множества аспектов. Одним из таковых является экономика, которая представляет собой сложное образование, и для анализа текущей конъюнктуры следует учитывать немало факторов. Абсолютно любая экономика, будь то рыночная или командно-административная сталкивается с проблемой необходимости определения того, являются ли текущие изменения экономических показателей долгосрочными, трендовыми либо это проявление цикличности развития. От правильной интерпретации зависит выбор направления, форм и инструментов экономической политики. Данное обстоятельство и определяет актуальность разделения тренда и цикла в экономике.

Данный вопрос так важно прорабатывать, поскольку это напрямую влияет на макроэкономическое равновесие. Как известно, экономика не может пребывать точно на этой стадии, но постоянно стремится к этому состоянию. И чем дольше государство находится на одной стадии, тем более сбалансированной является экономика, для чего и нужна правильная стратегия и вовремя принятые верные решения в определенных условиях.

Экономический цикл — это периодические колебания уровня деловой активности, представленного реальным ВВП. При всех недостатках показателя ВВП, именно он и по настоящее время считается главным измерителем уровня деловой активности. В экономической теории под словом «цикл» подразумевается возвращение экономической системы к одному и тому же положению. Поэтому, уточняя определение «цикл», можно отметить, что экономический цикл — это период времени между двумя одинаковыми состояниями экономической конъюнктуры, которая представляет собой динамику макроэкономических показателей. Понятие тренда характеризуется формированием тенденций в определенном направлении, которые остаются неизменными дли-

тельный промежуток времени. Они описываются методами математического моделирования, а для этого производится подбор функциональной модели тренда с помощью сглаживания исходных данных времени или, например, с помощью статистики. Соответственно, в экономике под трендом понимается направленное изменение показателей, которое обычно рассматривается в техническом анализе.

Таким образом, различия между трендом и циклом заключаются в следующем: тренд – это долгосрочная экономическая тенденция, в длинной исторической перспективе она положительна практически для любой экономики мира, т. е. тренд – это долгосрочный экономический рост; а цикл – это краткосрочные колебания экономики вокруг линии долгосрочного тренда.

Разделение цикла и тренда позволяет более точно анализировать и прогнозировать поведение экономических показателей в разные моменты времени, также выявлять возможные причинно-следственные связи. Кроме того, данный процесс предоставляет возможность определять потенциальные риски и принимать более обоснованные решения в финансах и экономической стратегии. Наконец, они играют важную роль в понимании экономических процессов и принятии решений на уровне государственного управления.

Для разделения цикла и тренда используются различные эконометрические методы, включая метод скользящих средних, экспоненциальное сглаживание, метод регрессионного анализа, фильтры Ходрика-Прескотта и Беккера-Рабина [1, с. 78]. Эти методы используются для разделения временного ряда на циклическую и трендовую составляющие, позволяя выделить долгосрочные тенденции от краткосрочных колебаний. Они позволяют провести анализ временных рядов и выделить долгосрочную тенденцию изменения переменных в экономике.

По мнению Л. П. Зеньковой, еще одной мерой упрощения разделения цикла и тренда может стать создание определенной цифровой платформы, которая станет хорошим аккумулятором информации, который будет предостерегать субъектов хозяйствования и всех заинтересованных лиц от нарастания возможности экономической угрозы [2, с.35]. Такая платформа будет содержать информацию как экономического профиля, так и других сфер, поскольку колебания и изменения экономики могут быть вызваны самыми разными обстоятельствами. Таковыми могут являться некоторые политические события, демографический рост или спад, распространение технологий широкого применения и инновационных кластеров и др. Благодаря такой базе с необходимой информацией, антициклическое регулирование стало бы более эффективным, что в значительной мере позволит усовершенствовать процесс разделения цикла и тренда в экономическом анализе.

Соответственно, если определение циклов с помощью такого метода будет более доступным и благоразумным, то и разделение самих циклов и тренда будет более совершенным, а значит и прогнозирование дальнейших экономических условий будет точнее, что повлечёт за собой положительное влияние на оптимизацию процессов экономики. Неверное определение тренда и цикла или же просто ошибочное применение одного за другого приведет к прогнозированию экономических процессов в хаос, ведь от этого будут зависеть дальнейшие решения - и если правительственные органы будут действовать в таких обстоятельствах, то вероятнее всего это негативно скажется практически на всех экономических и политических институтах страны.

Таким образом, проблема разделения цикла и тренда в экономике является важной составляющей для построения эффективной экономической политики. Понимание и разделение циклических колебаний долгосрочного тренда имеет весомое значение для принятия тех или иных мер макроэкономической политики. Данная тема требует комплексного исследования, широкого привлечения экономической науки и практики, а также активного внедрения инновационных методов управления, способствующих устойчивому развитию страны.

Список использованных источников

1. Бессонов, В. А. Введение в анализ российской макроэкономической динамики переходного периода / В. А. Бессонов; Ин-т экономики переход. Периода. – Москва: Ин-т экономики переход. Периода, 2003. – 151 с.
2. Зенькова, Л. П. Цифровая трансформация и антикризисная политика / Л. П. Зенькова, О. В. Машевская // Экономика. Управление. Инновации. – 2020. – № 2(8). – С. 33-38.

ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

А.В. Севко, Д.В. Севко, 3 курс

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

Полесский государственный университет

В настоящее время из-за стремительного развития информационных технологий и Интернета физические лица при простой покупке или получении услуги в онлайн-магазинах все чаще стали использовать платежные карты. Процедура принятия платежных карт в качестве средства платежа за полученные товары (работы, услуги) называется эквайринг. Все большей популярностью начинает пользоваться интернет-эквайринг, что связано с развитием электронной коммерции. Многие предприятия торговли и сферы оказания услуг заводят в сети Интернет сайты, развиваются и маркетплейсы, активно реагируя на предпочтения клиентов делать покупки дистанционно. Свою лепту внесли и ограничения, связанные с пандемией COVID-19.

Интернет-эквайринг — платежная услуга по приему платежей, инициированных с использованием реквизитов карточек, в адрес третьих лиц, осуществляющих свою деятельность в глобальной компьютерной сети Интернет, оказываемая банком-эквайером на основании договора на оказание платежных услуг, заключенного с получателем платежа, по результатам оказания которой осуществляется перевод банком-эквайером денежных средств получателю платежа [1, с.3].

Интернет-эквайринг имеет ряд преимуществ и недостатков. Подробная характеристика преимуществ и недостатков интернет-эквайринга представлена в таблице.

Таблица – Преимущества и недостатки интернет-эквайринга

Преимущества	
Для продавцов	Для покупателей
<ul style="list-style-type: none">– Расширение клиентской базы.– Увеличение прибыли.– Аналитика и отчетность.– Персонализация.– Сокращение издержек.	<ul style="list-style-type: none">– Доступность и повсеместность.– Большой выбор товаров (услуг).– Возможность совершать покупки в любой валюте.– Анонимность (при желании).– Доставка.
Недостатки	
Для продавцов	Для покупателей
<ul style="list-style-type: none">– Технические проблемы.– Сложность в ведении и узаконивании деятельности компании в сети Интернет– Необходимость соответствия стандартам безопасности.– Риски безопасности.	<ul style="list-style-type: none">– Не все банковские карты могут быть подключены к системе интернет-эквайринга.– Недоверие к товарам и услугам, продаваемым через сеть Интернет.– Ненадежность сайтов.– Технические проблемы

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Интернет-эквайринг в Республике Беларусь находится на достаточно высоком уровне развития. Многие банки и платежные системы предоставляют услуги онлайн-платежей для белорусских предприятий и индивидуальных предпринимателей.

На 01.01.2024 услуги интернет-эквайринга для организаций торговли (сервиса) в Республике Беларусь предоставляют: ОАО "АСБ Беларусбанк" ОАО "Белгазпромбанк" ОАО "Белагропромбанк" ЗАО "Альфа-Банк" ОАО "Белинвестбанк" ЗАО "МТБанк" ОАО "Сбер Банк" ЗАО "БСБ Банк" "Приорбанк" ОАО ОАО "Банк Дабрабыт" ОАО "Банк БелВЭБ" ОАО "Паритетбанк".

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на сегодняшний день почти 80% населения использует сеть Интернет ежедневно и более 50% используют сеть Интернет для осуществления финансовых операций (для оплаты товаров, услуг, перевода денег и т.д.) [3, с.17].

На рисунке представлена динамика количества банковских платёжных карточек и безналичных операций в Республике Беларусь в период с 2019 по 2023 гг.

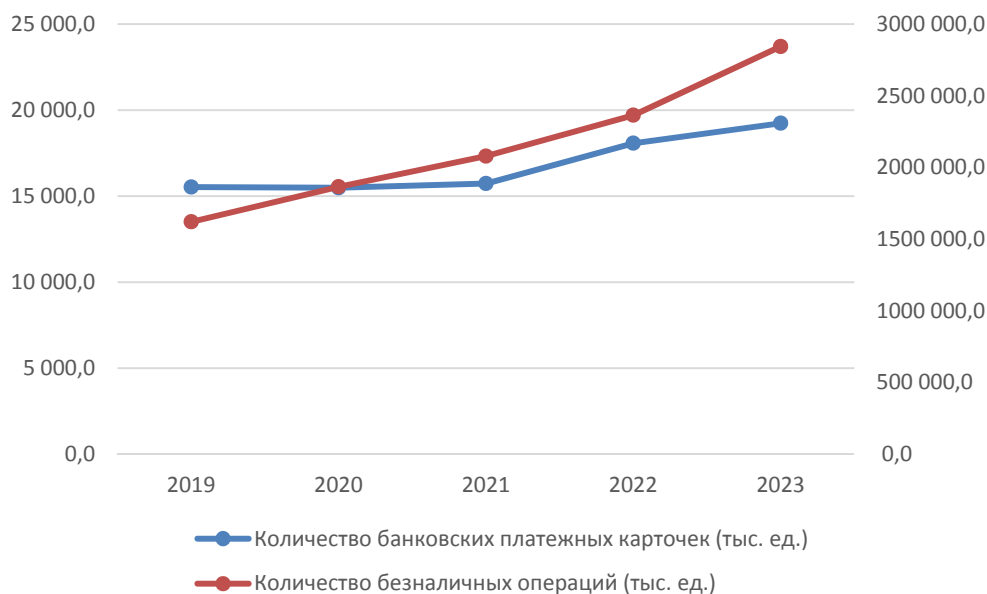


Рисунок – Динамика количества банковских платёжных карточек и безналичных операций в Республике Беларусь в период с 2019 по 2023 гг.

Примечание — Источник: собственная разработка на основе [4].

Из графика видно, что в период с 2019 по 2023 гг. происходит увеличение количества выпущенных карт (на 3 709,8 тыс. ед.) и количества безналичных операций (на 1 223 179 тыс. ед.). Это свидетельствует о том, что в Республике Беларусь достаточно высокий уровень доступности финансовых услуг.

В 2023 году в Республике Беларусь в 2,3 раза увеличилось количество операций мошеннического характера в эквайринговой сети. Увеличение количества и суммы успешных мошеннических операций обусловлено ростом мошеннических операций в среде без присутствия карточки (на 170% в 2023 году относительно 2022 года) [5, с.13-14].

Поэтому важным условием для интернет-эквайринга является защита от мошенничества. Наряду с обязательными технологиями защиты, которые реализуют кредитно-финансовые учреждения, существуют и рекомендованные. Как правило, гарантия безопасной сделки достигается с помощью следующих основных механизмов:

- Стандарт PCI DSS, утвержденный наиболее известными системами (Visa, MasterCard).
- SSL – протокол шифрования для обеспечения безопасной связи между клиентом и сервером, на который он вводит данные идентификации.
- 3D Secure – протокол дополнительной защиты платежей по картам, разработанный системой Visa.

К наиболее перспективным сферам по активному внедрению услуг интернет-эквайринга можно отнести туристический бизнес, включая реализацию авиабилетов и бронирование гостиниц в разных странах мира, а также крупные торговые интернет-площадки. Кроме того, развитие и рост интернет-магазинов является стимулом для подключения к системе электронной коммерции и обычных ритейлеров. Ведь большинство из них пока имеют в интернете только витрины и не позволяют желающим осуществить реальную покупку, поскольку не реализовали возможность оплаты и доставки товаров. Также к перспективным направлениям развития платежей через интернет можно отнести оплату кредитов и пополнение депозитов (например, с другой карты) [2;5].

Таким образом, благодаря интернет-эквайрингу компании могут принимать платежи через различные способы, такие как банковские карты, мобильные платежи и другие. Это удобно как для компаний, так и для их клиентов, так как обеспечивает быстрые и безопасные транзакции. Общие тенденции развития интернет-эквайринга в Беларуси показывают рост популярности онлайн-

платежей среди компаний и потребителей, а также увеличение количества услуг и сервисов, предоставляемых в этой области.

Список использованных источников

1. Закон Республики Беларусь 19 апреля 2022 г. № 164-З «О платежных системах и платежных услугах»: принят Палатой представителей 25 марта 2022 г. : одобрен Советом Республики 1 апреля 2022 г: в ред. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь 6 октября 2022 г. № 378 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. правовой Интернет-портал РБ. – Минск, 2022.

2. Интернет-эквайринг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://benefit.by/acquiring/internet/> – Дата доступа: 01.04.2024.

3. Информационное общество в Республике Беларусь, 2023: статистический сборник [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – 2023. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_77679/ – Дата доступа: 01.04.2024.

4. Основные показатели развития рынка банковских платежных карточек в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.nrb.by/payment/plasticcards/state_of_the_market_of_bank_payment_cards_compilation/index_77679/ – Дата доступа: 01.04.2024.

5. Мошенничество в сфере платежных инструментов и сервисов в 2023 году: общая статистика и тенденции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://npc.by/> – Дата доступа: 01.04.2024.

УДК 339.137.2

ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.Н. Семенюк, 3 курс

Научный руководитель – А.А. Василевска, магистр экономических наук
Полесский государственный университет

Конкурентоспособность региона – это способность формировать и удерживать свои конкурентные преимущества, обусловленные природными ресурсами, созданными экономическими, инновационными, экологическими, социальными ресурсами [1, с. 29].

К одним из показателей фактического уровня конкурентоспособности региона относятся:

- внутренний валовой продукт на душу населения;
- уровень безработицы в регионе;
- доля убыточных предприятий;
- номинальная начисленная среднемесячная заработная плата.

Для оценки уровня конкурентоспособности регионов Республики Беларусь необходимо проанализировать каждый из вышеперечисленных показателей.

Сперва проанализируем внутренний валовой продукт на душу населения в каждом из регионов Республики Беларусь за период с 2021 по 2022 год.

Таблица 1. – Валовой региональный продукт на душу населения за 2021-2022 гг., руб.

Регион	2021 г.	2022 г.	Абсолютное отклонение, руб.	Темп роста (снижения), %
Брестская область	14 000,6	16 512,2	2 511,6	117,9
Могилёвская область	13 049,8	15 267,9	2 218,1	116,9
Гомельская область	15 562,8	16 739,6	1 176,8	107,6
Витебская область	13 308	15 159	1 851	113,9
Гродненская область	18 077,8	20 268,8	2 191,0	112,1
Минская область	23 001,5	24 502,0	1 500,5	106,5
г. Минск	28 415,6	29 514,2	1 098,6	103,9

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Из представленной таблицы видно, что в 2022 году валовый региональный продукт на душу населения повысился по сравнению с 2021 годом во всех регионах. Наибольший темп роста показала Брестская область с ростом на 117,9%, за ней идут Могилёвская область (116,9%) и Витебская область (113,9%).

Конкурентоспособность регионов может быть определена по уровню роста и абсолютному отклонению валового регионального продукта на душу населения. По этим показателям можно сделать вывод о том, что Брестская, Могилёвская и Витебская области являются наиболее конкурентоспособными регионами с высоким темпом роста и значительным абсолютным отклонением.

С другой стороны, Гомельская область, Гродненская область, Минская область и г. Минск показали более скромные результаты по сравнению с остальными регионами. Тем не менее, они все равно продемонстрировали рост в 2022 году, что говорит о некоторой конкурентоспособности данных регионов.

Далее проанализируем такой показатель фактического уровня конкурентоспособности региона как уровень безработицы (таблица 2).

Таблица 2. –Уровень безработицы за 2021-2022 гг., %

Регион	2021 г.	2022 г.	Абсолютное отклонение, %	Темп роста (снижения), %
Брестская область	4,2	4,4	0,2	104,8
Могилёвская область	5,9	4,9	-1,0	83,1
Гомельская область	3,7	3,3	-0,4	89,2
Витебская область	5,0	4,0	-1,0	80,0
Гродненская область	2,6	2,4	-0,2	92,3
Минская область	3,0	3,0	0,0	100,0
г. Минск	3,5	3,4	-0,1	97,1

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Из представленных данных видно, что в 2022 году показатель безработицы в большинстве регионов снизился по сравнению с предыдущим. Однако, абсолютное отклонение и темп роста (снижения) различаются в зависимости от региона.

Могилевская область является лидером в снижении уровня безработицы за рассматриваемый период: абсолютное отклонение составило 1 п.п., в относительном – снижение на 16,9%. Тем временем, безработица в Витебской области имеет такое же абсолютное отклонение на 1 п.п., но в относительной величине показатель снизился на 20% по сравнению с 2021 годом.

Таким образом, некоторые регионы успешно снижают уровень безработицы, в то время как другие сталкиваются с более сложной ситуацией. Для повышения конкурентоспособности всех регионов необходимо разработать индивидуальные стратегии и меры поддержки трудоустройства.

Ещё одним показателем фактического уровня конкурентоспособности региона является доля убыточных предприятий (таблица 3).

Таблица 3. – Удельный вес убыточных организаций за 2021-2022 гг., %

Регион	2021 г.	2022 г.	Абсолютное отклонение, %	Темп роста (снижения), %
Брестская область	15,2	14,8	-0,4	97,4
Могилёвская область	15,2	15,7	0,5	103,3
Гомельская область	14,5	15,3	0,8	105,5
Витебская область	13,2	12,9	-0,3	97,7
Гродненская область	14,9	15,0	0,1	100,7
Минская область	19,4	18,1	-1,3	93,3
г. Минск	24,4	24,7	0,3	101,2

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Из таблицы видно, что в 2022 году удельный вес убыточных организаций в большинстве областей и городе Минске вырос в сравнении с 2021 годом. Наибольший рост удельного веса убыточных организаций наблюдается в Гомельской области, а наибольшее снижение - в Минской области.

Это может свидетельствовать о не самой благоприятной ситуации в экономике данных регионов. Регионы с более высоким уровнем убыточности организаций могут испытывать трудности с конкурентоспособностью своих предприятий. В то же время, регионам с более низким уровнем убыточности организаций может быть проще конкурировать на рынке.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности регионов необходимо проводить анализ причин убыточности организаций и разрабатывать меры по улучшению их финансового состояния.

Далее проанализируем такой показатель фактического уровня конкурентоспособности региона как номинальная начисленная среднемесячная заработная плата за период с 2021 по 2022 год.

Таблица 4. – Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата за 2021-2022 гг., рублей

Регион	2021 г.	2022 г.	Абсолютное отклонение, руб.	Темп роста (снижения), %
Брестская область	1 205,8	1 409,5	203,7	116,9
Могилёвская область	1 147,3	1 315,6	168,3	114,7
Гомельская область	1 248,5	1 452,1	203,6	116,3
Витебская область	1 181,0	1 363,1	182,1	115,4
Гродненская область	1 216,7	1 437,7	221,0	118,2
Минская область	1 414,3	1 611,9	197,6	114,0
г. Минск	2 024,1	2 299,2	275,1	113,6

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод о том, что номинальная начисленная среднемесячная заработная плата во всех регионах Беларуси за период с 2021 по 2022 годы увеличилась. Наибольший темп роста заработной платы наблюдается в Гродненской области, а наименьший - в Минской области.

Таким образом, можно сказать, что регионы с более высоким темпом роста заработной платы (например, Гродненская область) могут быть более привлекательными для работников и более конкурентоспособными с точки зрения предложения высокооплачиваемых рабочих мест. В то же время, регионы с более низким темпом роста (например, Минская область) могут столкнуться с проблемой удержания квалифицированных специалистов и конкуренцией со стороны других регионов.

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о том, что наибольший уровень конкурентоспособности в 2022 году демонстрируют Брестская, Могилёвская и Витебская области. Эти регионы показали значительный рост валового регионального продукта на душу населения, снижение уровня безработицы и уменьшение доли убыточных предприятий. Также они имеют высокий темп роста номинальной начисленной заработной платы.

С другой стороны, Гомельская область, Гродненская область, Минская область и г. Минск показали более скромные результаты по сравнению с остальными регионами. Уровень конкурентоспособности этих регионов оказался ниже из-за более медленного роста экономики, высокого уровня безработицы и увеличения доли убыточных предприятий.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности этих регионов необходимо разработать и внедрить специальные стратегии по стимулированию экономического роста, снижению безработицы и улучшению финансового состояния предприятий.

Список использованных источников

1. Конкурентоспособность предприятия: учебник / Н.В. Немогай, Н.В.Бонцевич. – Минск: РИВШ, 2021. – 524 с.

УДК 338.1

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Син Цзяньда, 3 курс

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет

На современном этапе функционирования мировой экономической системы интенсивное развитие национальных экономик и благосостояние населения в значительной степени базируются на эффективном внедрении достижений научно-технического прогресса, что позволяет осуществить переход к инновационному типу развития экономики.

Интеграция национальных экономик, развитие информационных и коммуникационных технологий влияют на методы управления инновационной политикой в направлении унификации и стандартизации. Но глобализация бизнеса, поиск компаниями долгосрочных конкурентных преимуществ на рынках других стран усиливают влияние культурного фона на методы управления, стили руководства, методы принятия решений, коммуникации в организации, формирование национальной модели инновационного менеджмента.

Инновационная деятельность компаний в экономике любой страны воспринимается как приоритетная, ведь она позволяет разрабатывать инновационные идеи, реализовывать рискованные проекты. Инновационные компании отличаются гибкостью, динамизмом, умением приспосабливаться к изменяющимся условиям окружающей среды. Они отличаются способностью проникать на труднодоступные рынки, разрабатывать инновационные методы производства и реализации продукции. Узкая специализация деятельности позволяет им совершенствоваться в конкретной отрасли, выпуская на рынок товар или услугу высокого качества с минимальной себестоимостью.

Инновационное развитие компании в условиях глобализации является важной задачей достижения конкурентного преимущества и успешного выхода на мировой рынок. Для этого компания должна определить свои цели и задачи в области инноваций и разработать стратегию, которая позволит достичь этих целей. Важным аспектом инновационного развития компании является анализ окружающей среды и конкурентной обстановки. Глобализация требует от компаний не только умения адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка, но и активно использовать новые возможности, которые открываются в результате глобализации.

Инновационное развитие компании в условиях глобализации включает выбор наиболее эффективных инструментов для реализации стратегии, таких как инвестиции в исследования и разработки, привлечение квалифицированных специалистов, установление партнерских отношений, проведение совместных исследований с другими компаниями и университетами. В целом, инновационное развитие компании в условиях глобализации требует от нее комплексного подхода к организации деятельности, умения адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и активного использования новых возможностей, открывающихся в результате глобализации.

Исследование факторов, обуславливающих различия национальных моделей инновационного менеджмента и влияющих на их формирование, анализ взаимосвязей международной и национальной моделей управления является актуальным. Постоянный поиск возможностей использования зарубежного опыта менеджмента инноваций, ориентация на национальные особенности инновационного процесса влияет на формирование национальных моделей управления им [1].

Компания должна постоянно осуществлять инновации в экономической, маркетинговой, управленческой областях своей деятельности. Но основой инновационного процесса данной компании всегда являются технологические инновации и инвестиции в них. Инвестиции в новые технологии исключительно важны для роста производительности компании, поддержания ее конкурентных позиций. В развитых странах инновационные инвестиции способствуют разработке и распространению новых технологий, в развивающихся странах они способствуют имитациям и адаптациям технологий, полученных в более развитых странах.

В современных условиях мирового хозяйства конкурентоспособны те компании, которые могут проводить эффективную инновационную и технологическую политику. Технологическая политика компании – это набор принципов и действий, на основе которых выбираются, разрабатываются и внедряются новые технологические процессы. Целью технологической политики компании является постоянное обновление технологического процесса компании, повышение эффективности ее деятельности [2].

С целью формирования технологической политики компания должна сначала определить свои собственные потребности в технологиях, необходимость замены существующей технологии на новую, оценить альтернативы приобретения технологии, возможность ее адаптации к потребностям компании, определить форму приобретения технологии, а также осуществить финансовое и маркетинговое планирование передачи технологии.

Основные задачи технологической политики компании состоят в мониторинге общих мировых технологических тенденций в сфере деятельности компании, определении факторов, которые будут способствовать инновациям в компании, формированию такой организационной структуры компании, которая будет наиболее благоприятна для осуществления инновационного процесса и обеспечения мотивации персонала, стимулирования постоянного повышения его образовательного и квалификационного уровня. При этом координация действий различных подразделений компании по разработке и внедрению нововведений в различные сферы ее деятельности является основой ее успешной технологической политики [3].

В современном мировом хозяйстве возможность компании разрабатывать новшества и иметь доступ к технологическим новшествам других организаций становится основным источником ее конкурентоспособности, снижения издержек и повышения качества продукции. То есть технология является ресурсом компании, который используется для повышения эффективности ее деятельности. Но ни одна компания не в состоянии обеспечить свои потребности в новых технологиях самостоятельно. Поэтому при планировании нововведений, компании необходимо решить какие технологии она будет разрабатывать собственными силами, а к каким она получит доступ посредством вступления в стратегические альянсы с другими компаниями или посредством заключения договоров о научно-техническом сотрудничестве.

Технологическая позиция компании предопределяет правильность решения о том, разрабатывать ли продукт или технологию самостоятельно, закупать ли на внешних рынках, разрабатывать ли товар в сотрудничестве с иностранным партнером и т.д. Это решение в большей степени будет зависеть от имеющихся у компании ресурсов и возможностей.

В целом же формирование и реализация инновационной политики компании как составляющей ее стратегического развития будет способствовать повышению эффективности ее деятельности, укреплению позиций как на внутреннем так и на внешнем рынках и, как следствие, обеспечит повышение ее конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Список использованных источников

1. Безрукова, Н. Инновационная политика корпораций в современных условиях международной конкуренции / Н. Безрукова, В. Свичкар, Ю. Рызник // Научный журнал «Экономика и регион». – 2021. – Т. 4 (83). – С. 60–66.
2. Прохорова, М.Э. Деятельность транснациональных компаний в условиях глобализации мировой экономики: монография / М.Э. Прохорова. – СПб.: Издатель О. Зень, 2021. – 312 с.
3. Безрукова, Н. Научно-технологическая деятельность ТНК: современные тенденции и перспективы развития / Н. Безрукова, В. Свичкар, Ю. Рызник // Научный журнал «Экономика и регион». – 2020. – Т. 3 (78). – С. 55–62.

А.А. Соболева, Я.Н. Камленок, 1 курс

Научный руководитель – А.А. Василевска, ассистент кафедры экономики и бизнеса

Полесский государственный университет

Открытое акционерное общество «Беларуськалий» является одним из крупнейших производителей и экспортеров калийных удобрений в мире. По данным Международной ассоциации удобрений (IFA), на его долю приходится пятая часть мирового объема производства калийных удобрений.

По данным Международной ассоциации удобрений (IFA), крупнейшими производителями и экспортерами калийных удобрений помимо ОАО «Беларуськалий» являются:

1. Nutrien — канадская компания, которая является одним из крупнейших производителей и экспортеров калийных удобрений в мире. Компания владеет значительными активами в области добычи и переработки калийных солей.

2. Уралкалий — российская компания, специализирующаяся на добыче и производстве калийных удобрений.

3. Mosaic Company — американская компания, которая также является крупным производителем и экспортером калийных удобрений.

ОАО «Беларуськалий» выпускает продукцию высшего качества, которая идет на экспорт в более чем 130 стран. Вот несколько из них: Китай, Бразилия, Индия, Турция, Таиланд, Индонезия, Мексика, Африка, Сирия, Азербайджан.

В состав ОАО «Беларуськалий» входят пять рудоуправлений, вспомогательные и обслуживающие подразделения (транспортные, энергетические, ремонтные, строительные и др.), а также подразделения социального и культурно-бытового назначения [1].

Рассмотрим основные показатели развития предприятия за 2018-2020 года.

Таблица – Показатели деятельности ОАО «Беларуськалий» за 2018-2020 год

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Абсолютное отклонение 19 к 18 гг.	Абсолютное отклонение 20 к 19 гг.
Выручка от реализации продукции, товаров, услуг (BYN)	4 330 187	4 797 196	4 084 326,06	467 009	-712 869,94
Чистая прибыль (убыток) (BYN)	819 649	937 518	22598,51	117 869	-914 919
Прибыль (убытки) от реализации продукции, товаров, услуг (BYN)	1 260 588	1 519 418	565201,91	258 830	-954216,09
Объем производства продукции (млн тонн)	12	53	55	41	2
Прочие расходы по текущей деятельности (BYN)	5 531 578	5 867 967	-257198,92	336 389	-6 125 166

Примечание – Источник: разработано автором на основании [2]

Изучив представленные данные за период с 2018 по 2020 годы видно, что в 2020 году произошло падение основных финансовых показателей деятельности ОАО «Беларуськалий».

В 2019 году выручка от реализации продукции выросла на 467 009 BYN по сравнению с 2018 годом, что свидетельствует о положительной динамике в развитии бизнеса. Однако, в 2020 году произошло снижение выручки на 712 869,94 BYN по сравнению с предыдущим годом, что может быть связано с различными факторами, такими как экономическая нестабильность, изменения в потребительском спросе или внешние экономические факторы.

В 2019 году чистая прибыль увеличилась на 117 869 BYN по сравнению с предыдущим годом, а в 2020 году произошло значительное снижение чистой прибыли на 914 919 BYN.

Прибыль от реализации продукции в 2019 году увеличилась на 258 830 BYN по сравнению с 2018 годом, но 2020 году прибыль так же значительно сократилась на 954 216,09 BYN по сравнению с предыдущим годом, что связано с общими тенденциями сокращения выручки.

В период с 2018 по 2020 годы объем производства продукции резко вырос с 12 млн. тонн до 55 млн. тонн. Такое резкое увеличение может свидетельствовать о развитии производственных мощностей и расширении деятельности организации.

Прочие расходы в 2020 году сократились на 6 125 166 BYN по сравнению с предыдущим годом, что может быть связано с оптимизацией затрат или другими стратегическими мероприятиями компании.

Для наглядности приведем анализ темпов роста основных показателей деятельности ОАО «Беларуськалий» на рисунке.

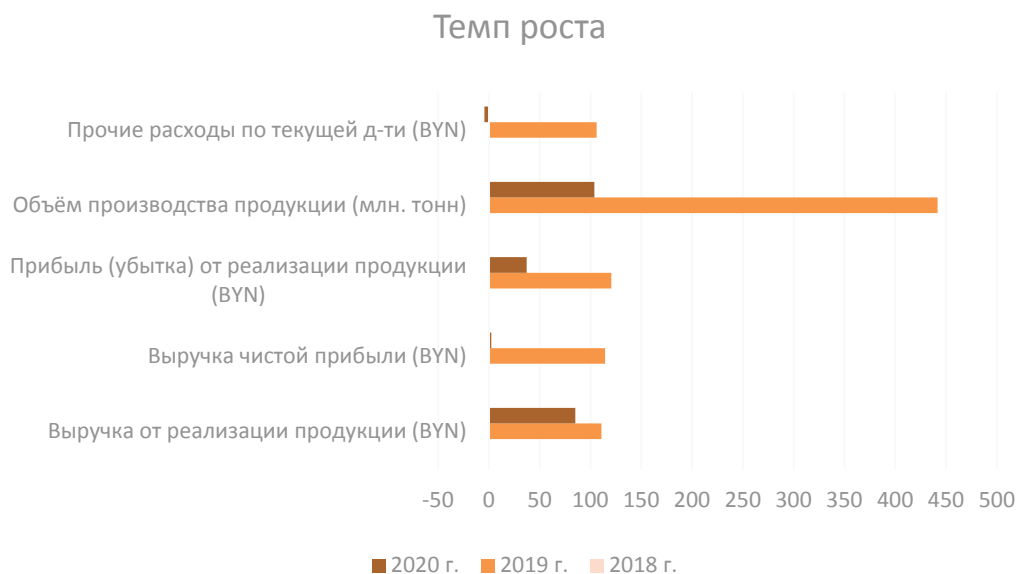


Рисунок – Динамика изменения основных показателей деятельности ОАО «Беларуськалий» в 2018-2020 гг.

В целом ОАО «Беларуськалий» продемонстрировал стабильный рост и развитие за 2018-2020 года, что позволяет ему занимать сильное положение на рынке и привлекать новых клиентов.

Список использованных источников

1. Открытое Акционерное Общество «Беларуськалий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belaruskali.by/company/obshchaya-informatsiya> – Дата доступа: 07.04.2024.
2. Перечень эмитентов и профучастников | ЕПФР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://epfr.gov.by/organizations/4601> – Дата доступа: 07.04.2024.

УДК 331.108

РЕИНЖИНИРИНГ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК ОСНОВА ОПТИМИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А.Т. Стасенкова, 3 курс
 Научный руководитель – К.О. Лебедева, преподаватель
 Белорусский национальный технический университет

Основателями реинжиниринга считаются М. Хаммер и Д. Чампи и определяется он как: «фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности, как затраты, качество, уровень обслуживания клиентов и оперативность» [1]. Исходя из

данного определения, можно выделить некоторые главные его составляющие. Так, под фундаментальностью понимаются не только сами бизнес-процессы организации, но и его стратегия. Радикальность можно определить как сильное изменение бизнес-процессов от «что есть» до «что надо». Таким образом, реинжиниринг – изменения, проводимые с целью повышения ключевых показателей результативности работы организации, снижению материальных и временных затрат, а также уменьшению вероятности появления ошибок.

В управлении организацией важно контролировать все аспекты: от факторов производства до используемых ресурсов. Однако важно отметить, что управление человеческим капиталом занимает ведущее место, так как именно он связывает все процессы, происходящие в организации, воедино. Для определения результативности труда персонала необходимо определить его потенциал, учитывая при этом особенности сознания и поведения каждого человека.

Реинжиниринг человеческого капитала на сегодняшний день направлен на переосмысление работы персонала и ориентированность его на работу в командах, что означает переход от управленческой иерархии. Таким образом происходит переоценка способа выполнения работ на всех уровнях, а также поиск более эффективных способов функционирования организации путём удаления ненужных действий.

Реинжиниринг бизнес-процессов определяется двумя подходами: радикальным, когда изменения происходят «болезненно» и резко и эволюционным, то есть постепенно. По отношению к человеческому капиталу применяется эволюционный метод. Так как важно привить особый навык работы в быстроизменяющихся условиях труда, научить быстро принимать необходимые для организации решения. Для руководителей повышение квалификации должно включать: повышение навыков ведения дискуссий, обучение современным методам управления персоналом, изучение современных теорий мотивации и поощрения, а также умение применить ранее перечисленного на практике. Возрастание свободы принятия решений достигается путём делегирования полномочий, так как ответственность, возлагаемая на сотрудников, даёт им право самостоятельно принимать решения для решения поставленных задач.

Таким образом, при последовательном внедрении и реализации данного процесса происходит внедрение управленческих технологий нового поколения. «Эту интеграцию нужно осуществлять одновременно в трех направлениях: во-первых, действия менеджеров всех уровней должны соединяться в корпоративную систему целенаправленных, согласованных и хорошо осознаваемых организационных технологий управления человеком в компании, представленных в виде корпоративных стандартов; во-вторых, развитие технологий необходимо сочетать с развитием личных умений руководителей создавать продуктивные отношения с людьми на основе эффективного мотивирования и коммуникации, повышать свою стрессоустойчивость и работоспособность; в-третьих, устойчивая эффективность деятельности невозможна без средств информационной поддержки, поэтому необходимо внедрять комплекс управленческих инструментов» [2, с.25].

В целях проведения реинжиниринга человеческого капитала разработаны особые правила, нормы и положения, которым должны следовать руководители. Так, к общим принципам относятся: системность; равные возможности; уважение человека и его достоинства; командное единство; горизонтальное сотрудничество; правовую и социальную защищенность. Примерами частных принципов являются: учет долгосрочной перспективы организации; интеграция и сплоченность коллектива; участие сотрудников в принятии решений; опора на профессиональное ядро кадрового потенциала; соблюдение баланса интересов руководителей и подчиненных сотрудников; сотрудничество с профсоюзами и общественностью. Для успешной работы принципов, их нужно соблюдать в целостной системе.

Можно сделать вывод, что реинжиниринг человеческого капитала связан с реформированием всего управления и крайне необходим в условиях современной работы организаций в связи с быстро изменяющимися тенденциями рынка и развитием новых технологий.

Список использованных источников

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. – СПб.: Изд-во СПбУ, 2007.
2. Акименко В. А. Реинжиниринг процессов управления человеческими ресурсами в организации / Акименко В. А. // Экономика, статистика и информатика. – 2012. – № 5. – С. 23 – 27.

РАЗВИТИЕ «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКИ И ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РОСТА

Е.А. Турбан, 2 курс

Научный руководитель – Я.И. Добринец, ассистент кафедры экономики и бизнеса
Полесский государственный университет

Зелёная экономика – это ключевой инструмент для достижения устойчивого развития в Беларуси. В условиях изменения климата, она становится особенно важной. Беларусь приняла на себя обязательство сократить выбросы парниковых газов не менее чем на 28% к уровню 1990 года к 2030 году, подписав Парижское соглашение об изменении климата.

Развитие зеленой экономики в Республике Беларусь является важным направлением, способствующим устойчивому развитию.

Национальный план действий по развитию "зеленой" экономики в Республике Беларусь на 2021 – 2025 годы разработан в соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021 – 2025 годы, утвержденной Указом Президента Республики Беларусь от 29 июля 2021 г. № 292 [1].

Развитие «зеленой» экономики подразумевает решение экологических проблем при одновременном обеспечении экономической безопасности, социальной стабильности и формировании дополнительных условий для возобновления устойчивого экономического роста. Во многих отраслях экономики имеются реальная потребность в модернизации технологических процессов, внедрении инновационных «зеленых» технологий, позволяющих повысить экологическую устойчивость экономики и увеличить занятость населения за счет улучшения условий труда, и широкие возможности для этого.

С учетом социально-экономических условий, перспектив, целесообразности, международных обязательств, приоритетными направлениями развития «зеленой» экономики в Республике Беларусь являются следующие:

- развитие электротранспорта (инфраструктуры) и городской мобильности, реализация концепции «умных» городов;
- развитие строительства энергоэффективных жилых домов и повышение энергоэффективности жилищного фонда;
- снижение энергоемкости валового внутреннего продукта, повышение энергоэффективности, в том числе за счет внедрения энергоэффективных технологий и материалов;
- повышение потенциала использования возобновляемых источников энергии;
- создание условий для производства органической продукции; устойчивое потребление и производство;
- развитие экологического туризма.

Для достижения устойчивого развития и повышения благосостояния нынешнего и будущих поколений людей необходимо внедрять технологические инновации и улучшать социальную организацию общества.

Социальную организацию можно улучшить и управлять ею с помощью инноваций на институциональном, национальном и международном уровнях.



Рисунок – Связь между устойчивым развитием и инновациями

Примечание – Источник: собственная разработка.

При этом технологические инновации являются частью концепции экоинноваций. Следует также подчеркнуть, что экологическое мышление должно быть внедрено во все аспекты социальной, политической и экономической деятельности, чтобы концепция устойчивого развития была успешной. Таким образом, можно сделать вывод, что экоинновации имеют прямую связь с концепцией устойчивого развития, как это показано на рисунке 1.

Экологические инновации можно подразделить на технологические и нетехнологические. Технологические инновации включают инновации в области экопроцессов и экопродуктов. А нетехнологические инновации включают в себя социальную, маркетинговую, организационную и институциональную деятельность. По своему определению экоинновации должны оказывать только положительное воздействие на окружающую среду, в то время как обычные инновации могут оказывать и отрицательное воздействие на нее. Можно сказать, что «зеленые» технологии – это результат экологических инноваций. В технологических экоинновациях можно выделить три основных компонента:

- они должны основываться на новых технологических знаниях;
- они должны быть новыми для своей фирмы, отрасли и др.;
- они должны снижать вредное воздействие на окружающую среду по сравнению с предыдущими технологиями.

Необходимо отметить, что экологическая политика в государстве, да и в мире в целом значительно влияет на темпы появления и направление инноваций в области экологических технологий. В качестве примера можно привести поддержку и стимулирование во многих государствах экологических инноваций по широкому спектру направлений:

- общие вопросы управления защитой окружающей среды;
- борьба с загрязнением воздуха, воды, почвы;
- управление твердыми отходами, включая повторное использование, переработку материалов, захоронение и сжигание отходов;
- борьба с загрязнением окружающей среды всеми видами автотранспорта;
- «зеленые» химические технологии.

«Зеленые» технологические инновации могут стать ценным ресурсом для предприятий и бизнес-структур, одновременно позволяя им получить конкурентные преимущества и способствовать устойчивому развитию. Такие инновации обладают значительным потенциалом для уменьшения потребления природных ресурсов и сохранения их для будущих поколений. «Зеленые» технологии позволяют увеличить позитивное отношение клиентов к бренду, повысить соответствие нормативным требованиям, помогают привлекать долгосрочные инвестиции, в том числе для исследований в дальнейшие исследования и разработок.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100710>. – Дата доступа: 07.04.2024
УДК 330.322.7

МУЛЬТИПЛИКАТОР ИНВЕСТИЦИЙ

Е.А. Турбан, В.Д. Шпак, 2 курс
Научный руководитель – Е.Б. Евсеев, к.с./х.н., доцент
Полесский государственный университет

Инвестиции являются одним из важнейших элементов, на котором основывается экономика и благосостояние государства, развитие производства, предпринимательства и бизнеса [14, с.64].

Инвестиции играют ключевую роль в развитии государства, особенно когда основные фонды изношены или нуждаются в модернизации. Инвестиции становятся генератором развития государства. Каждый инвестированный рубль влияет на ВВП, а это непосредственно связано с концепцией мультипликатора.

Мультипликатор – это коэффициент, который показывает, насколько увеличивается общий доход (например, ВВП) при увеличении какого-либо экономического показателя (например, инвестиций). Формула для расчета мультипликатора инвестиций следующая:

$$MULT = \frac{\Delta ВВП}{\Delta I} \quad (1)$$

где, MULT – мультипликатор инвестиций;
 $\Delta ВВП$ – изменение в ВВП;
 ΔI – изменение в инвестициях. [2]

Чем выше значение мультипликатора, тем больше влияние инвестиций на общий объем производства или дохода. Этот показатель помогает оценить, насколько эффективно используются вложенные средства в экономике.

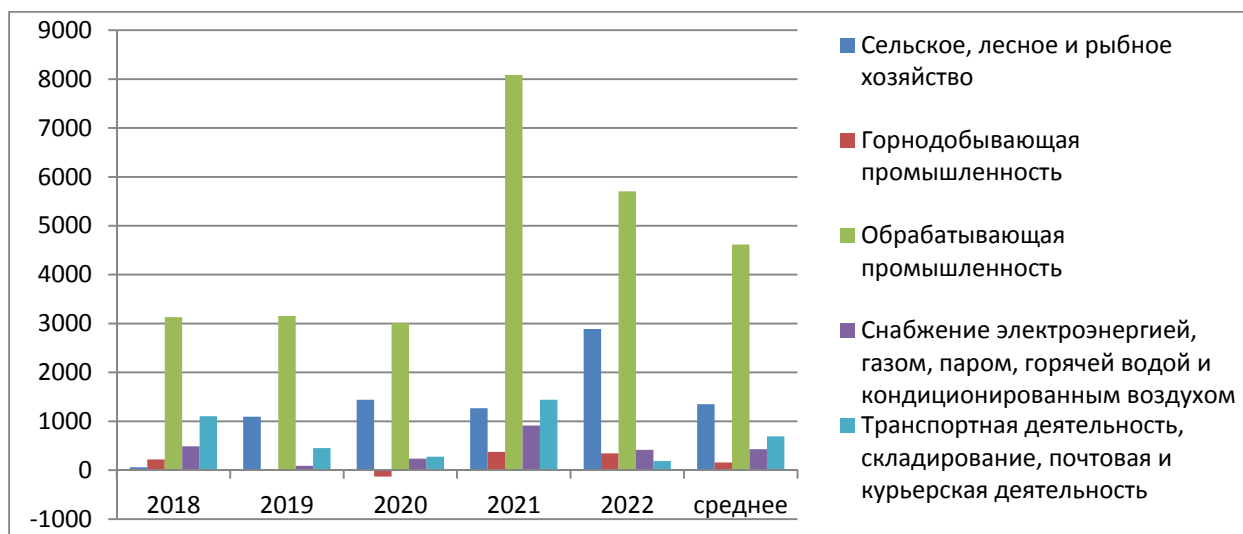


Рисунок 1 – Влияние инвестиций на рост производства в Республике Беларусь 2018 – 2022 гг.

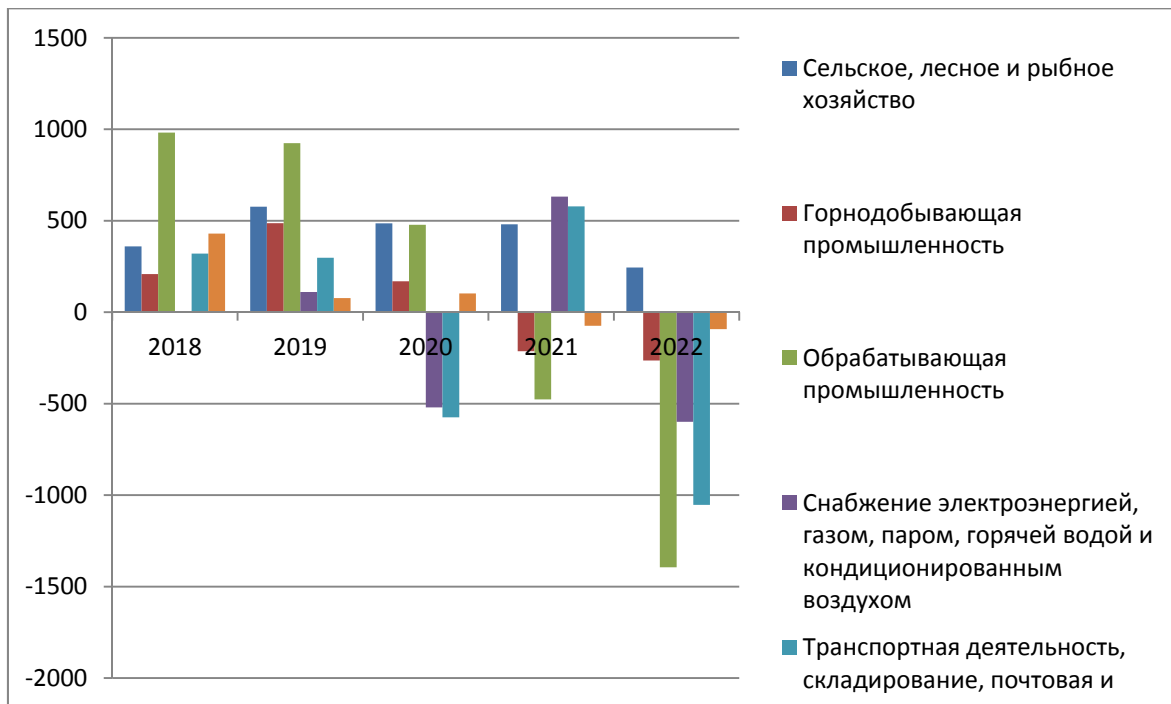


Рисунок 2. – Прирост ВВП, млрд.руб. 2018 – 2022 гг.

Таблица – Мультипликатор инвестиций 2018 – 2022 гг.

Отрасли	Мультипликатор инвестиций					Среднее
	2018	2019	2020	2021	2022	
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	0,16	1,9	2,9	2,6	11,8	3,1
Горнодобывающая промышленность	1,05	-0,03	-0,77	-1,75	-1,3	2
Обрабатывающая промышленность	3,2	3,4	6,3	-16,9	-4,1	44,9
Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	71,97	0,79	-0,45	1,4	-0,69	-5,8
Транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность	3,4	1,5	-0,47	2,5	-0,17	-7,5

Из диаграммы видно, что среднегодовой прирост инвестиций и прирост ВВП в Республике Беларусь варьируются в течение рассматриваемого периода с 2018 по 2022 год.

Некоторые отрасли, такие как сельское хозяйство и обрабатывающая промышленность, получают значительные инвестиции в течение периода, что способствует их росту и развитию.

В то же время, отрасли такие как снабжение электроэнергией и транспортная деятельность, испытывают колебания в объемах инвестиций, что может влиять на их эффективность и рост.

Прирост ВВП также колеблется в течение периода, причем некоторые отрасли демонстрируют значительный рост в отличие от других.

Сельское хозяйство и обрабатывающая промышленность показывают значительный прирост ВВП, что может быть связано с инвестициями в эти секторы и их высокой эффективностью.

В то время как другие отрасли, такие как горнодобывающая промышленность, испытывают периоды негативного прироста, что может быть вызвано различными факторами, включая снижение инвестиций или другие экономические проблемы.

Таким образом, можно сделать вывод, что связь между инвестициями и ростом ВВП в Республике Беларусь неоднозначна и зависит от множества факторов, включая эффективность инвестиций, политику правительства и внешние экономические условия.

Также из таблицы видно, что мультипликаторы инвестиций в различные отрасли экономики Республики Беларусь разнятся. Некоторые отрасли демонстрируют высокие мультипликаторы, что указывает на эффективное использование инвестированных средств, в то время как другие от-

расли имеют низкие или даже отрицательные мультипликаторы, что может свидетельствовать о неэффективном использовании инвестиций.

Сельское, лесное и рыбное хозяйство демонстрирует рост ВВП в несколько раз превышающий среднюю величину инвестиций, что говорит о высокой эффективности вложенных средств в эту отрасль. Обрабатывающая промышленность также показывает высокий мультипликатор, что указывает на значительный вклад этой отрасли в рост ВВП.

С другой стороны, отрасли, такие как снабжение электроэнергией и транспортная деятельность, имеют низкие или отрицательные мультипликаторы, что может свидетельствовать о неэффективном использовании инвестиций в эти секторы.

Таким образом, анализ мультипликаторов позволяет сделать вывод о том, что вложенные средства в экономику Республики Беларусь используются более эффективно в определенных отраслях, чем в других. Это может служить основой для корректировки государственной экономической политики и направления инвестиций в более эффективные секторы.

Список использованных источников

1. Золотогор, В.Г. Инвестиционное проектирование / В.Г. Золотогор. – Минск.: Книжный Дом, 2015. – 368 с.
2. Что такое мультипликатор инвестиций и чему он равен [Электронный ресурс] – 2023. – Режим доступа: <https://finswin.com/vlozheniya/osnovy/multiplikator-investicij.html> – Дата доступа: 05.14.2024
3. Статистический ежегодник 2023 / Статистический сборник Министерства статистики и анализа Республики Беларусь. – Минск, 2023. – 225 – 226 с.

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Д.Ф. Турчина, М.С. Пашкевич, 3 курс

Научный руководитель – Я.И. Добринец, ассистент кафедры экономики и бизнеса

Полесский государственный университет

Управление инновационным проектом, несомненно, одна из основных задач сбалансированной инновационной политики предприятия, направленной на достижение конкретных целей (задач) в соответствии с приоритетными направлениями развития науки и техники, потому в последние годы этому сложному экономическому объекту управления уделяется достаточно много внимания [4].

Как правило, реализация большей части предпринимательских идей осуществляется в формате инновационных проектов и программ. Главной целью инновационного проекта является разработка и применение инноваций: технологий, ресурсов, услуг, продуктов, обеспечивающих развитие различных подсистем предприятия. Основные этапы создания и реализации инновационного проекта приведены на рисунке.

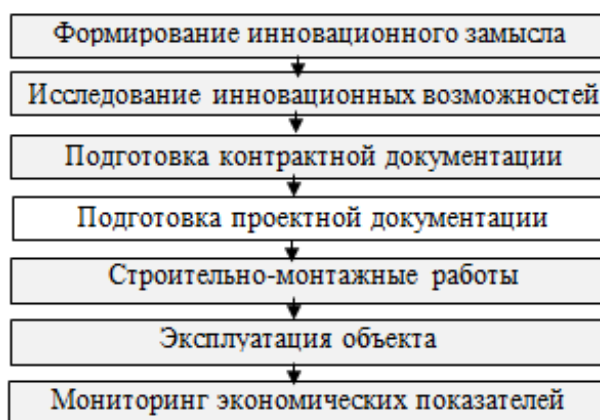


Рисунок - Основные этапы создания и реализации инновационного проекта

Примечание – Источник: собственная разработка на основании изученной литературы

Разработка и реализация инновационного проекта проходит длительный период времени от идеи до строительства и эксплуатации объекта. Этот период рассматривается как жизненный цикл инновационного проекта и охватывает три фазы:

– Преинвестиционная фаза, к которой относят: определение инвестиционных возможностей; анализ альтернативных вариантов и итоговый выбор; предварительное ТЭО; разработка ТЭО; исследовательское обеспечение проекта [1].

– Инвестиционная фаза: проведение согласований; заключение контрактов; разработка проектно-конструкторской документации; строительство, реконструкция и переоснащение; определение руководителя проекта; затраты на авторский надзор и контроль; подготовка кадров.

– Эксплуатационная фаза: введение в эксплуатацию; доведение до проектной мощности; затраты на поддержание действующих мощностей; затраты на обновление основных фондов.

Для начала необходимо оценить рынок. Комплексный анализ включает изучение рынка (его структуры, свободных ниш и сегментов, а также той ниши, в которой работает предприятие), информации о конкурентах и потребителях, спроса на товары и услуги и их цен, оценку возможных рисков, оценку потребителя и мотивов его поведения. Приблизительная схема анализа рынка разработки ТЭО инновационного проекта приведена в таблице 1.

Таблица 1. – Анализ рынка инновационного проекта

Параметры проекта		Состав
Общие сведения	Основные параметры проекта	Цель, тип и вид проекта. Общий объем инвестиций. Поддержка органов власти. Номенклатура продукции (работ, услуг). Срок реализации (жизненный цикл). Рынок сбыта (перечень потребителей). Потребности в заемном капитале
	Сведения об участниках	Инвесторы, компаньоны. Заказчик, руководитель проекта. Инжиниринго-консалтинговая фирма. Аудиторы. Проектировщики. Землевладельцы. Подрядчики, субподрядчики.
Оценка рынка	Мотивация выбора товара	Характеристика внутреннего и внешнего рынка производства. Основные потребители и их сегментация. Емкость рынка. Годовые объемы продаж. Динамика развития, наличие оферт. Свободные цены. Прогноз продаж (поставок)
	Уровень развития маркетинга	Наличие кадров. Рекламные мероприятия. Информационное обеспечение кадров маркетинга. Наличие (возможность создания) рекламных агентств
	Мощность предприятия	Общая нормативная мощность. Мощность отдельных производств, узлов, пусковых комплексов. Динамика освоения мощностей и перспективы их увеличения
	Строительная площадка	Местоположение, размеры производственных и непроизводственных площадей. Наличие резервных территорий для развития. Наличие недвижимости, зеленых насаждений. Необходимость рекультивации

Примечание – Источник: собственная разработка на основе изученной литературы

Далее необходимо проанализировать технологический инжиниринг проекта, он состоит в предоставлении заказчику технологии или технологий, необходимых для строительства промышленного объекта и его эксплуатации, разработки проектов по энергоснабжению, водоснабжению, транспорту и др. Данные элементы рассмотрены в таблице 2.

Таблица 2. – Анализ технологического инжиниринга проекта

Параметры проекта		Состав
Технический инжиниринг проекта	Архитектурно-строительная часть	Архитектурные ограничения. Объемно-плановые и конструктивные решения. Общая и полезная площадь производства и ее показатели использования
	Технологическая часть	Особенные производства, уровень техники и технологии, компьютеризации и информатизации. Экологические ограничения. Перспективы развития, возможности реконструкции и технического перевооружения
	Оборудование	Уровень оборудования (отечественного и импортного), его соответствие международным стандартам. Адаптация к существующему уровню. Амортизационный период. Возможности модернизации
	Сырьевая база	Наличие и обеспеченность запасами товарно-материальных ценностей и их поставщиков; схема транспортировки, емкость складов
	Энергоресурсы	Традиционно используемые возможности. Привлечение новых. Мощность источников и возможность их использования
Экономический инжиниринг проекта	Трудовые ресурсы	Наличие квалифицированных кадров и возможности их привлечения. Программа обеспечения трудовыми ресурсами производства и затраты на их подготовку
	Производственная инфраструктура	Наличие в регионе объектов производственной инфраструктуры, их мощность и возможность использования
	Объемы и сроки инвестирования	Расчет объемов затрат и строительно-монтажных работ. Обоснование вариантов сроков реализации проекта
	Финансирование отдельных стадий проекта	Расчет объемов инвестиций по отдельным стадиям проекта: предпроектная стадия, проектирование, строительство отдельных очередей, достижение проектной мощности

Примечание – Источник: собственная разработка на основе изученной литературы

В заключительной части ТЭО инновационного проекта анализируется экономическая инженерия. Эта практика включает оценку затрат и выгод предлагаемых проектов. Структура экономического инжиниринга показана в таблице 3.

Таблице 3. – Структура экономического инжиниринга показана

Параметры проекта		Состав
Экономический инжиниринг проекта	Состав и структура источников финансирования	Обоснование целевой структуры источников финансирования и рекомендации относительно потенциальных участников проектного финансирования
	Баланс доходов и расходов	Обоснование бюджета инвестиционного проекта с учетом альтернатив
	Определение прибыли	Расчет ожидаемого уровня прибыли до и после налогообложения (минимально и максимально возможного)
	Действия в отношении защиты инвестиций	Предложения по страхованию и перестрахованию проекта
	Оценка риска	Установление рисков, вероятности их возникновения, масштабов вызванных ими последствий.
	Экономические и социальные последствия проекта	Рост уровня жизни населения, создание рабочих мест, привлечение иностранных инвестиций, формирование социально-бытовой инфраструктуры и т.п.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе изученной литературы

ТЭО может проводиться несколько раз путем введения дополнительных параметров, если повторный анализ показывает нерентабельность проекта, то делают вывод о его нецелесообразности [4].

Отметим некоторые ориентиры, существующие в западной практике, согласно которым затраты на прединвестиционные исследования колеблются в следующих пределах: исследования возможностей – от 0,2 до 1% от общей суммы стоимости инновационного проекта; предварительное ТЭО – от 0,25 до 1,5%; ТЭО – от 0,2 до 3.

В заключение отметим, что актуальность управления инновационными проектами как исходными элементами инновационной деятельности предпринимательских структур обусловлена получением возможности в установленном временном периоде с учетом системы ограничений ресурсных факторов и соблюдения требований к качеству инноваций, реализовать инновационную идею.

Список использованных источников

1. Ильенкова, С. Д. Управление инновационным проектом : учебно-методическое пособие / С. Д. Ильенкова, С. Ю. Ягудин, В. В. Гужов ; под редакцией проф. С. Ю. Ягудина. – Москва : ЕАОИ, 2009. – 182 с.
2. Управление инновационными проектами и программами: учебное пособие / В.В. Быковский, Е.С. Мищенко, Е.В. Быковская и др. – Тамбов: Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2020. – 104 с.
3. Управление инновационным проектом: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://megaplan.ru/news/business/1850/>. – Дата доступа: 04.04.2024.
4. Управление инновационными проектами: оценка, процесс и риски : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://uprav.ru/blog/upravlenie-innovatsionnymi-proektami/>. – Дата доступа: 04.04.2024.
5. Ильин Н.И., Лукманова И.Г. и др. Управление проектами. – СПб.: ДваТрИ, 2021. – 610 с.;

УДК 330.341

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

К.В. Уберт, А.М. Ясинова, 4 курс

Научный руководитель – **Т.А. Стрельникова**, к.э.н., доцент

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиал РАНХиГС

Сравнительный анализ является эффективным методом изучения отдельных качественных характеристик объектов, в ходе такого рода исследования можно выявить как сильные, так и слабые стороны изучаемого предмета. Анализ развития малого и среднего предпринимательства (МСП) государств, построенный на сравнении, дает возможность наглядно увидеть проблемы, возможности для роста, сильные и слабые стороны. Российская Федерация и Республика Беларусь являются государствами постсоветского пространства, со схожими менталитетом и экономическими процессами. В данных странах в настоящее время организована рыночная экономическая система, главными факторами которой являются предпринимательство, экономически активное население, разнообразие предложения, развитый сегмент малого и среднего бизнеса, относительно малое участие государства в регулировании экономических процессов.

Стоит обозначить, что малый и средний бизнес (МСБ) очень важен для развития государства. Развитие данного сектора экономики отражает успешность ведения экономической политики руководством страны. Из планомерного и стабильного развития этого направления государственной политики следует закономерное достижение таких важных целей, как развитая здоровая конкуренция, наличие рабочих мест, формирование бюджетов на всех уровнях, повышение уровня жизни населения. Именно по этим причинам так важно развивать малый и средний бизнес. Для верного выбора направлений совершенствования систем управления организаций необходим качественный и полный анализ, подкрепленный статистическими данными, который станет основой для создания в последующем стратегии развития. Обоснованность, последовательность, логика – это необходимые факторы анализа развития и перспективного роста экономики на всех уровнях управления государства.

И в Российской Федерации, и в Республике Беларусь малый и средний бизнес осуществляют свою деятельность в двух формах: индивидуальное предпринимательство (ИП) и юридические лица, отвечающие определенным критериям. Предпринимательская деятельность, осуществляемая

юридическими лицами, является более прогрессивной и эффективной. Поэтому, говоря о проблематике развития малого и среднего бизнеса, в первую очередь, акцент в данной работе будет сделан на деятельность малого и среднего бизнеса в форме юридических лиц. [1] Для этих целей проанализируем основные экономические показатели деятельности малого и среднего предпринимательства в России и в Беларуси. Для анализа были использованы последние данные Национального статистического комитета Республики Беларусь и данные Росстата за 2020-2022 годы (см. табл. 1).

Таблица – Основные экономические показатели деятельности МСП в России и в Беларуси

Год	Россия	Беларусь
	Число микро-, малых и средних организаций – юридических лиц на конец года, единиц	
2020	5 702 150	111 405
2021	5 839 009	111 908
2022	5 969 046	113 355
	Средняя численность работников организаций, тыс. человек	
2020	15 509,8	1 146,1
2021	14 638,7	1 121,7
2022	15 212,2	1 092,6
	Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млрд. долл. США	
2020	231,7	5,860
2021	286,7	6,811
2022	324,3	7,388
	Доля МСП в ВВП, %	
2020	19,8	26,4
2021	20,3	26,6
2022	21	25,7
	Производительность труда, долл. США / 1чел.	
2020	14938,94	5112,99
2021	19585,07	6072,03
2022	21318,41	6761,85

Как видно из таблицы 1, в Республике Беларусь в 2020 году осуществляли свою деятельность 111 405 предприятий малого и среднего бизнеса. Анализ динамики количества предприятий малого и среднего предпринимательства говорит о том, что по сравнению с 2020 годом количество МСП в 2022 году выросло на 1,75%. [2]

В Российской Федерации количество малого и среднего предпринимательства в 2020 году составляло 5 702 150, а к 2022 году число организаций выросло на 4,68%. [3]

Сложившийся тренд свидетельствует о том, что в обеих странах наблюдается слабый рост предприятий МСП.

В тоже время малые и средние предприятия вносят существенный вклад в экономику развитых стран. Для сравнения, по данным Еврокомиссии, в 2022 году во Франции вклад сектора МСП в ВВП составил 42,1%, в Германии – 46,6%, в Испании – 59,5%, в Италии – 62,9%. В России и в Беларуси вклад малого бизнеса в экономику остается на низком уровне. Если в 2022 году доля МСП в ВВП Российской Федерации составил 21%, то в Республике Беларусь ситуация чуть лучше – 25,7%. [2]

Наблюдается также спад численности работников. Если в 2020 году в России средняя численность работников составляло 15 509,8 тыс. человек, то к 2021 году снизилось численность на 5,95%. [2] Улучшилась ситуация только к 2022 году, однако по сравнению с 2020 годом показатель все еще низкий. А в Республике Беларусь наблюдается стабильное снижение численности работников с 2020 по 2022 года на 4,9%. [1]

Данное явление связано с нестабильностью экономической ситуации как в России, так и в Беларуси. Сектор малого и среднего бизнеса является наиболее уязвимой в кризисных ситуациях. Многочисленные ограничения из-за пандемии коронавируса, санкции и другие события особенно

сильно ударили по малому и среднему бизнесу, что привело к сокращению сотрудников, а также к банкротству организаций.

Для расчета выручки от реализации продукции, товаров, работ использовались данные Национального статистического комитета Республики Беларусь и Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации в долл. США, которые в дальнейшем были переведены по актуальному курсу на конец каждого года. Положительная тенденция наблюдается с выручкой от реализации продукции, услуг, работ, которая связана с уходом с российского рынка иностранных организаций и освобождением ниш для субъектов МСП. С 2020 по 2022 гг. выручка от реализации продукции, услуг, работ МСП в Российской Федерации выросла на 39,97%. [4] Положительная динамика наблюдается и в Беларуси, выручка за три года выросла на 26%. [5]

Показатель производительности труда свидетельствует о росте результативности труда и эффективности использования в малом и среднем бизнесе трудовых ресурсов. Расчет показателя производительности труда производился путем деления выручки от реализации продукции, товаров, работ на численность работников. Высокая производительность труда отражает комфорт занятых в малом и среднем бизнесе работников. Положительная динамика данного показателя говорит о росте конкурентоспособности и устойчивости бизнеса. Производительность труда за три года в России выросла с 14938,94 долларов США на человека до 21318,41 долларов. В Республике Беларусь также отмечается рост, показатель поднялся с 5112,99 до 6761,85 долларов на человека. Производительность труда, являясь важным показателем в малом и среднем бизнесе, имеет тенденцию к росту.

Развитый малый и средний бизнес является базой экономического роста государства, отмечает глава Сбербанка Герман Греф. [6] Льготы по кредитованию являются основой для роста данного сектора экономики. Главная проблема, связанная с государственной поддержкой малого бизнеса в государствах, связана с недостаточной долей охвата. На данный момент государственные программы не являются доступными для всех желающих, также отмечается низкий уровень автоматизации процессов. Процесс кредитования на данный момент является трудоемким и сложным, что значительно тормозит процесс развития малого и среднего бизнеса.

Таким образом, малый и средний бизнес Российской Федерации и Республики Беларусь имеет ряд проблем, требующих решения. Очень важными в условиях сложившейся в мире экономической нестабильности являются жизненное пространство и возможности для дальнейшего роста. Стоит отметить, что несмотря на то, что анализируемый сегмент экономики пострадал от внешних обстоятельств, малый и средний бизнес смог пережить трудные времена. Стабильный рост экономических показателей развития малого и среднего бизнеса объективно необходим государствам. Правительство Республики Беларусь стремится к тому, чтобы доля ВВП, создаваемая малым и средним бизнесом, составляла 50%, Российская Федерация ставит перед собой цель в 30%. [5]

Список использованных источников

1. Короткевич, А. И. Малый и средний бизнес Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития/ А. И. Короткевич, А. И. Стефанович // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2022. – Вып. 15. –С. 57–72: [Электронный ресурс]. URL: <https://rep.bntu.by/handle/data/112437>
2. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. Малое и среднее предпринимательство в России: [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223>
3. ФНС: единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства: [Электронный ресурс]. URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html>
4. Министерство экономического развития Российской Федерации: официальный сайт. Доклад о состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019-2022 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rossiyskoy_federacii_i_merah_po_ego_razvitiyu_za_20192022_gg.html
5. Короткевич, А. И. Малый и средний бизнес Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития/ А. И. Короткевич, А. И. Стефанович // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2022. – Вып. 15. –С. 57–72: [Электронный ресурс]. URL: <https://rep.bntu.by/handle/data/112437>
6. Официальный сайт группы компаний «РБК» (ГК «РосБизнесКонсалтинг»). «Глава Сбербанка Греф: доля малого и среднего бизнеса в 20% ВВП». – Москва, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/finances/26/05/2023/647076fa9a7947b349dae983?ysclid=lumokhx8q5842699758>

ЦИФРОВЫЕ ИННОВАЦИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ

А.В. Угляница, 2 курс

Научный руководитель – Ю.В. Игнатенко, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Цифровые инновации играют важную роль в современном мире, изменяя способы ведения бизнеса, образования, здравоохранения, государственного управления и других сфер жизни. Мировой опыт в области цифровых инноваций включает в себя различные стратегии, технологии и практики, которые помогают компаниям и организациям быть конкурентоспособными и эффективными.

Вопрос о цифровых инновациях и мировом опыте в этой сфере - это очень широкая тема, которая охватывает множество различных аспектов, включая большие данные, Интернет вещей, искусственный интеллект, цифровую трансформацию бизнеса и многие другие.

Рассмотрим ключевые аспекты мирового опыта в цифровых инновациях:

1. Использование больших данных (Big Data)

Анализ больших объемов данных стал важным инструментом для компаний и организаций. Мировой опыт показывает, что правильное использование данных может помочь в принятии обоснованных решений, выявлении тенденций и улучшении качества услуг.

Несколько статистических данных показали быстрый рост Больших Данных всего за несколько лет, и они были огромны. Стоимость Больших Данных выросла со 169 млрд долларов в 2018 году до 274 млрд долларов в 2022 году. Статистика роста Больших Данных показывает, что к 2025 году объем создаваемых данных составит более 180 зеттабайт. Это примерно на 118,8 зеттабайт больше, чем в 2020 году. Причина такой уверенности заключается в том, что пандемия вызвала рост потребности в удаленном обучении, развлечениях, работе и др. [1].

2. Интернет вещей (Internet of Things, IoT)

Связь между устройствами и оборудованием через интернет открывает новые возможности для автоматизации процессов и повышения эффективности. Мировой опыт показывает, что IoT может быть применен в различных отраслях, от производства до здравоохранения.

Последний отчет IoT Analytics “Состояние интернета вещей — весна 2023 г.” показывает, что количество глобальных подключений к интернету вещей выросло на 18% в 2022 году до 14,3 млрд активных конечных точек интернета вещей. В 2023 году IoT Analytics ожидает, что количество подключенных устройств интернета вещей в мире вырастет еще на 16%, до 16,7 млрд активных конечных точек. Согласно анализу, к 2027 году, вероятно, будет более 29 млрд подключений к Интернету вещей [2].

3. Искусственный интеллект (Artificial Intelligence, AI)

Применение алгоритмов машинного обучения и искусственного интеллекта становится все более распространенным. Мировой опыт показывает, что искусственный интеллект может помочь автоматизировать задачи, улучшить обслуживание клиентов и создать инновационные продукты.

Исследования показывают, что рынок ИИ продолжает расти с каждым годом. В 2022 году глобальный рынок ИИ оценивался примерно в 119,78 миллиарда долларов. Однако прогнозы говорят о том, что к 2030 году он вырастет в среднем на 38,1% ежегодно, достигнув ожидаемой стоимости в 1597,1 миллиарда долларов. Этот впечатляющий рост объясняется увеличением спроса на аналитику данных, автоматизацию и новые технологии [3].

4. Цифровая трансформация бизнеса

Преобразование традиционных бизнес-моделей с использованием цифровых технологий становится ключевым фактором конкурентоспособности. Мировой опыт демонстрирует, что компании, успешно осуществляющие цифровую трансформацию, достигают значительных результатов в улучшении процессов и создании новых возможностей.

В 2022 году компании по всему миру инвестировали \$1,85 триллиона в инициативы по цифровой трансформации. Ожидается, что к 2026 году глобальные расходы на цифровую трансформацию достигнут \$3,4 триллиона.

К 2025 году 30% исходящего контента от крупных организаций будут генерироваться с помощью искусственного интеллекта [4].

Развитие цифровых инноваций вносит значительные изменения в различные сферы жизни и бизнеса, однако на пути этого развития возникают ряд серьезных проблем. К наиболее значимым проблемам относятся:

- нарушение конфиденциальности данных;
- потеря рабочих мест и изменение рынка труда;
- недостаточная интеграция и совместимость систем;
- цифровое неравенство;
- недостаточное развитие инфраструктуры в некоторых регионах.

В Республике Беларусь также активно разрабатываются и внедряются различные цифровые инновации. Некоторые из них включают в себя:

- парк высоких технологий;
- разработка блокчейн-технологий;
- развитие искусственного интеллекта и аналитических технологий;
- электронное правительство (e-Government);
- Интернет вещей (IoT);
- развитие финтех-технологий;
- внедрение цифровых технологий в медицину.

Таким образом, мировой опыт в цифровых инновациях представляет собой бесценный ресурс знаний и практик, который можно использовать для достижения успеха в современном мире. Дальнейшее развитие цифровых технологий предоставляет огромные возможности для улучшения жизни людей и стимулирования экономического роста.

Мировой опыт играет важную роль в развитии цифровых инноваций в Республике Беларусь. Белорусские компании и стартапы могут изучать и адаптировать передовые технологии, бизнес-модели и практики из других стран, чтобы улучшить свои продукты и услуги.

Кроме того, международное сотрудничество и обмен опытом способствуют привлечению инвестиций, технологическому развитию и созданию новых рабочих мест в сфере цифровых технологий. Белорусские компании также могут участвовать в международных проектах и программах, что способствует расширению их глобального присутствия.

Таким образом, мировой опыт помогает стране быть конкурентоспособной на мировой арене и привлекать внешние ресурсы для развития своей цифровой экономики.

Список использованных источников

1. Статистика больших данных 2023: сколько существует больших данных [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://xmldatafeed.com/statistika-bolshih-dannyh-2022-skolko-sushhestvuet-bolshih-dannyh/> – Дата доступа: 04.04.2024
2. Number of connected IoT devices growing 16% to 16.7 billion globally [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://iot-analytics.com/number-connected-iot-devices/> – Дата доступа: 04.04.2024
3. Исследование ИИ: Важные статистические данные 2023 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/future/1026292-issledovanie-ii-vazhnye-statisticheskie-dannye-2023-goda> – Дата доступа: 04.04.2024
4. SmartGoPro о Цифровой Трансформации в 2023 году: факты, статистика, тренды [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://smartgopro.com/novosti2/digital_transformation_2023/ – Дата доступа: 04.04.2024

УДК 004.451.7.031.43

ЦИФРОВЫЕ ДВОЙНИКИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ В КОНТЕКСТЕ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ

Я.А. Федорук, Е.И. Татарин, 3 курс
Научный руководитель – **И.М. Зборина, к.э.н., доцент**
Полесский государственный университет

Актуальность исследования определена тем, что цифровые двойники являются одной из наиболее перспективных технологий и определяют направление развития промышленности на долгосрочный период. Технологию цифрового двойника уже сегодня используют проекты по преобразованию промышленности.

Цифровой двойник промышленного предприятия – это комплекс постоянно обновляемых и уточняемых в соответствии с техническим заданием динамических моделей реального физического объекта или процессов. При эксплуатации физического производственного объекта информация с его датчиков и другие данные непрерывно передаются цифровому двойнику системы.

Результатом обработки и анализа этих данных становятся прогнозы и рекомендации, которые могут быть использованы в мониторинге для повышения эффективности бизнеса реального предприятия [1].

Технологии цифровых двойников включают динамические системные модели, модуль оптимизации и математическую модель, соединенную с физическим оборудованием и измерительными приборами.

Основу аналитики цифрового решения составляет математическая модель, которую в реальном времени соединяют с физическим оборудованием и измерительными приборами. Она отражает поведение реального изделия в текущих условиях эксплуатации и с учетом всех существенных физических явлений. При этом очень важно эту модель правильно разработать и интерпретировать.

По мере изменения характеристик оборудования она обязательно должна проходить тщательную верификацию в соответствии с жизненным циклом объекта. Автоматизация этого процесса гарантирует точность математической модели, что повышает уровень доверия к ней со стороны эксплуатирующего персонала. В свою очередь, от ее точности зависят скорость выявления отклонений и эффективность упреждающих рекомендаций по выбору рабочих режимов [2].

Важно понимать, что математическая модель в отдельности не способна обеспечить значительный экономический эффект. Лишь совокупное применение технологий «Индустрии 4.0» может обеспечить желаемый результат и позволить цифровой технологии работать результативно в условиях реального производственного процесса.

Возникновение «цифровых двойников» является естественным итогом формирования идеи «цифрового производства» и Промышленного Интернета Вещей. В первый раз данное определение появилось у Майкла Гривза в «Цифровые двойники: превосходство в производстве на основе виртуального прототипа завода». Вскоре модель стала называться «Модель зеркальных пространств».

В Беларуси уже есть примеры использования цифровых двойников в различных отраслях. Например, компания Беларуськалий использует цифровые двойники для управления процессом добычи калийных солей, а компания Белшина – для оптимизации производства шин [3].

На основании опыта создания и использования цифровых двойников в промышленной сфере были определены основные преимущества их использования. Они приведены в таблице.

В целом, использование цифровых двойников на предприятии меняет процесс бизнес-планирования, делая его более эффективным, гибким и инновационным.

Вместе с тем, внедрение цифрового двойника на предприятии промышленности связано с рядом рисков:

1) Технологические риски: связаны с возможными сбоями в работе оборудования, проблемами с программным обеспечением и необходимостью постоянного обновления и поддержки системы.

2) Операционные риски: включают ошибки в обработке данных, проблемы с интеграцией цифрового двойника с существующими системами и необходимость обучения персонала работе с новой технологией.

3) Риск недостаточной эффективности: несмотря на все преимущества, цифровой двойник может не дать ожидаемого эффекта, если не будет правильно настроен или если не будут учтены все возможные факторы.

4) Риск утечки конфиденциальной информации: поскольку цифровой двойник собирает и обрабатывает большие объемы данных, существует риск их утечки или неправомерного использования.

В Беларуси уже есть компании, которые занимаются разработкой цифровых двойников и других решений на основе технологий искусственного интеллекта. Например, компания EPAM Systems разрабатывает цифровые двойники для промышленных предприятий, а также решения для управления производственными процессами.

Таблица – Экономические эффекты использования цифрового двойника в промышленности

Эффект	Описание
Мониторинг и оптимизация процессов	Цифровые двойники позволяют непрерывно отслеживать производственные процессы в режиме реального времени и проводить анализ данных для выявления узких мест, оптимизации расходов ресурсов и сокращения потерь.
Симуляция и тестирование	Цифровые двойники могут быть использованы для проведения виртуальных испытаний и тестирования новых технологий, процессов или продуктов, что позволяет снизить риски ошибок, избежать необходимости использования реальных ресурсов и ускорить процесс внедрения инноваций.
Оптимизация использования оборудования	Путем моделирования работы оборудования и его нагрузки цифровые двойники позволяют оптимизировать процессы обслуживания, планировать техническое обслуживание заранее, предотвращать аварийные ситуации и продлевать срок службы оборудования.
Управление энергопотреблением	Цифровые двойники могут использоваться для мониторинга и оптимизации энергопотребления в производственных процессах. Анализ данных с цифровых двойников позволяет идентифицировать потенциальные источники излишних расходов энергии и разработать стратегии для их сокращения, что способствует снижению эксплуатационных расходов и уменьшению негативного воздействия на окружающую среду.
Оптимизация цепочки поставок	Путем создания виртуальной модели цепочки поставок и прогнозирования динамики спроса и предложения можно оптимизировать логистику, уменьшить запасы, сократить время доставки материалов и готовой продукции, что приведет к снижению издержек и повышению эффективности всей цепочки поставок.
Сокращение отходов и повышение переработки	Цифровые двойники могут помочь в анализе производственных процессов с целью минимизации отходов и повышения уровня переработки материалов. Используя цифровые модели, предприятия могут оптимизировать расход материалов, разрабатывать более эффективные методы переработки отходов и создавать замкнутые циклы производства, что способствует уменьшению экологического следа и повышению эффективности использования ресурсов.

Примечание – собственная разработка

В рамках государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы предусматривается разработка комплекса программно-инструментальных средств для управления жизненным циклом изделий производственных предприятий, который будет включать такие решения, как «цифровой двойник изделия», «цифровой двойник производства», «цифровой двойник обслуживания продукта», программный комплекс интеллектуальной обработки сенсорных данных, получаемых от технологического оборудования, задействованного в производственном процессе, и ряд других.

Таким образом, использование цифровых двойников в промышленности, в частности в контексте ресурсосбережения, имеет потенциал и позволит значительно улучшить процессы производства, оптимизировать использование ресурсов, снизить затраты и повысить уровень экологической устойчивости предприятий. Рациональное внедрение этих технологий требует комплексного подхода и интеграции цифровых решений в различные аспекты деятельности производственных предприятий.

Список использованных источников

1. Цифровой двойник предприятия, [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://smis-expert.com/tsifrovoy-dvoynik-predpriyatiya/> – Дата доступа 03.04.2024
2. Цифровые двойники в промышленности, [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ritm-magazine.com/ru/public/cifrovye-dvoyniki-v-promyshlennosti-vozmozhnosti-i-perspektivy> – Дата доступа 03.04.2024
3. Цифровые двойники и их развитие на территории Республики Беларусь, [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://libeloc.bsuir.by/bitstream/123456789/52930/1/Kupreichik_Cifrovie.pdf – Дата доступа 06.04.2024

Ю.С. Фурса, 2 курс

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

Полесский государственный университет

Глобальные проблемы развития мировой экономики – это проблемы, по своему проявлению выходящие за пределы отдельных стран, оказывающие негативное влияние на развитие мировой экономики [1, с.12].

Сущность глобальных проблем развития современной мировой экономики заключается в том, что они в той или иной мере оказывают влияние на экономическую систему и население абсолютно любой страны мира, при этом глобальные проблемы могут быть устранены только общими усилиями всех стран мира [1, с. 24].

Глобальные проблемы развития мирового хозяйства имеют свою специфику. Она проявляется в наличии ряда характерных черт. Среди основных черт глобальных проблем развития мировой экономики выделяют:

- имеют общемировой характер и имеют значение для будущего всего населения планеты;
- имеют необходимость срочного решения;
- могут быть устранены только благодаря общим усилиям всего мирового сообщества;
- угрожают развитию мирового хозяйства значительным регрессом;
- обусловлены рядом социально-экономических, природных и технических трудно контролируемых факторов;
- носят комплексный характер, что проявляется во взаимосвязи многих глобальных проблем мировой экономики [1, с. 31].

Появлению глобальных проблем развития мировой экономики способствовало множество факторов, таких как:

- повышение и сосредоточение производственной силы;
- интенсивное развитие производства;
- научно-технический прогресс;
- избыток капитала [1, с. 36].

Рассмотрим ключевые глобальные проблемы современной мировой экономики:

1. Проблема истощения запасов природных ресурсов.

Лишь около 14% от всей потребляемой мировой экономикой энергии производится с помощью возобновляемых источников энергии, таких как приливы и отливы, воздушные и водные потоки, геотермальные ресурсы, солнечная радиация. Около 6% энергетических потребностей удовлетворяются с помощью атомных электростанций. Оставшиеся 80% потребностей удовлетворяются путём использования невозобновляемых природных ресурсов – угля, газа и нефти. Специалисты Международного агентства по энергетике прогнозируют возможное истощение запасов российских месторождений нефти через 20 лет, азербайджанских и иранских – через 67 лет, аравийских – через 85 [1, с. 38]. Ситуация ухудшается тем фактом, что потребление нефти в мире постоянно увеличивается, за исключением 2020 года, когда потребление снизилось из-за пандемии.

2. Увеличения разрыва в уровне экономического развития между развитыми и развивающимися странами.

Согласно оценкам Международного валютного фонда, в 2019 году совокупный ВВП на душу населения 20 самых богатых стран мира превысил совокупный ВВП на душу населения 20 самых бедных стран мира в 106 раз [3]. Основными последствиями экономической отсталости являются прежде всего дефицит знаний и капитала. За исключением экспортоориентированных экономик (в основном это страны Юго-Восточной Азии и Китай) и стран, экспортирующих топливо, многие развивающиеся страны часто имеют низкую норму валового накопления, что тормозит темпы экономического роста. Невысокий уровень образования населения большинства бедных стран также не позволяет наладить производство современной продукции. Растущее неравенство доходов как внутри стран, так и между странами, может привести к социальным напряжениям, снижению потребительского спроса и ограничению экономического роста.

3. Рост внешнего долга стран мира.

Если страна не может расплатиться по долговым обязательствам, возможен дефолт. И если это крупная экономика, такая как Япония, это чревато кризисом мирового масштаба. Так, в 2010-х долговые сложности Греции и Италии повлекли европейский кризис. И проблема с тех пор обострилась: с ростом ключевых ставок обслуживать кредиты становится дороже. Страны, с наибольшим отношением долга к ВВП: Япония (в марте 2023 года государственный долг составил 1270 трлн иен, или 9,57 трлн долларов. Это седьмой год подряд, когда долг бьет рекорд); Греция (в марте 2023 года государственный долг страны достиг 386,2 млрд долларов. В то же время рейтинговое агентство Fitch повысило кредитный рейтинг Греции до ВВ+— «стабильный»). В 2024 году агентство ожидает роста ВВП на 2,3% и дальнейшего профицита торгового баланса, который достигнет 2,5% ВВП к 2026 году. Все это позволит снизить долговую нагрузку страны); Эритрея (государственный долг страны — на уровне 3,92 млрд долларов. Ожидается, что он будет снижаться на 200 млн в год до 2028 года [3]).

4. Проблема глобальных экономических конфликтов.

Примером экономического конфликта является торговая война Китая и США – экономический конфликт двух крупнейших экономик мира. С 1998 года торговый дефицит США от торговли с Китаем систематически увеличивался. Причиной торговой войны между Китаем и США стало желание США сократить свой торговый дефицит, достигшего в 2017 году 811 млрд. долларов, большая часть которого была от торговли с Китаем – 375,7 млрд. долларов [2, с. 2]. Это побудило США перейти к политике протекционизма. 4 апреля 2018 года США запланировали повышение пошлин на 25% на более 1300 китайских товаров, совокупная стоимость импорта которых составляла около 50 млрд. долларов. Среди этих товаров были робототехника, продукция аэрокосмической отрасли и ИКТ – именно эти товары являются важной частью программы «Сделано в Китае – 2025». В ответ на это Китай повысил ставки ввозных пошлин на 25% в отношении 545 товаров, импортируемых из США (при этом их общая стоимость так же оценивалась в 34 млрд. долларов) [2, с. 37-39]. Впоследствии неоднократно вводились санкции с обеих сторон. Только в октябре 2019 года КНР и США смогли достичь частичного соглашения в отношении торговли: КНР согласилась увеличить закупки сельскохозяйственной продукции США, а США, в свою очередь, согласились снизить торговые пошлины на китайский импорт. Торговая война имела негативные последствия как для стран-участниц (несмотря на то, что США отчасти добились своего), так и для мировой экономики в целом. В частности, произошёл обвал на фондовых рынках обеих стран. 10 октября 2018 года упали американские фондовые индексы: индекс Dow Jones (отражающий стоимость акций 30 крупнейших американских компаний) сократился на 3,15%, индекс S&P 500 – на 3,29%, индекс NASDAQ (используемый для оценки технологических компаний) – на 4,08%. Аналогичная ситуация произошла на китайском фондовом рынке: 11 октября 2018 года индекс Hang Seng снизился на 3,54%, композитный индекс Шанхайской биржи –на 5,22% (тем самым достигнув минимума за предыдущие 4 года), биржевой индекс Тайваня – на 6,31%. Пострадало и американское автомобилестроение: в 2018 году Ford, Fiat Chrysler и General Motors потерпели убытки от торговой войны в размере 1 млрд. долларов. Помимо США и Китая, убытки понесли Япония, Южная Корея, Россия, ЕС, Турция, так как в результате введения дополнительных пошлин на алюминий и сталь произошло снижение цен на эти металлы на мировом рынке. В целом торговая война Китая и США создала для мировой экономики серьёзную угрозу. Согласно исследованию Федеральной резервной системы США, совокупный ущерб мировой экономике от последствий торговой войны между Китаем и США составляет до 850 млрд. долларов [4].

Для успешного преодоления этих проблем требуется скоординированные действия со стороны государств, международных организаций, частного сектора и общества в целом. Важно развивать устойчивые модели экономического роста, которые учитывают экономические, социальные и экологические аспекты. Подчеркивается значимость международного сотрудничества, инноваций, образования и экологической ответственности для достижения устойчивого развития. Также важно акцентировать внимание на борьбе с неравенством и бедностью, чтобы обеспечить справедливое распределение благосостояния.

Список использованных источников

1. Грязнова, В. П. Понятие и глобальные проблемы современной мировой экономики / В. П. Грязнова // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2016. – № 29. – С. 12-38.
2. Дикер, Н. А. Последствия торговой войны между США и КНР / Н. А. Дикер, А. Д. Чабак // ПРО-Экономика. – 2018. – № 9. – С. 1-9.
3. GDP per capita (current US\$) – By country [Electronic resource] // International Monetary Fund. – Mode of access: <https://clck.ru/N5tTw> – Date of access: 20.03.2024.
4. Trade uncertainty to trim \$850 billion global output: Fed paper [Electronic resource] // Reuters. – Mode of access: <https://clck.ru/N63GG> – Date of access: 20.03.2024.

УДК 331.52

ПРЕКАРИАТ – НОВЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ КЛАСС?

У.А. Харевич, 2 курс

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

Сегодня изменения в мировой экономике, обусловленные четвертой промышленной революцией и развития процесса цифровизации, оказывают существенное влияние на большинство сфер общественных отношений. В частности, в сфере труда и занятости происходят структурные изменения – появляются новые формы и виды занятости.

Что же имеют ввиду, говоря о прекариате? На сегодняшний день нет однозначного определения понятия «прекариат». К примеру, в одном из словаре приводится следующее определение: «Социальная группа, состоящая из людей, которые оказались в сложной жизненной ситуации, и у них как у работников практически нет прав» [1]. Стэндинг Г., британский экономист, автор книги «Прекариат: новый опасный класс», определяет прекариат как «социальноэкономическую группу, состоящую из людей, пользующихся минимальными доверительными связями с капиталом или государством, отличающуюся гибкой занятостью, нестабильностью доходов и отсутствием гарантий социальной защищенности» [2]. Те, кто входит в данные группы, независимо от дохода, образования, имеют, как правило, урезанные социальные права и обладают ущемленным социальным статусом. «Многие из тех, кого мы называем прекариатом, ни разу не видели своего работодателя, не имеют понятия, сколько сотрудников на него работают сейчас и сколько еще он намерен нанять в будущем» [2, с. 19]. Пьер Бурдые предложил понятие прекариата как «нестабильного, незащищенного слоя для обозначения временных или сезонных рабочих» [2, с. 12]. К отличительным чертам прекариата можно отнести нестабильность дохода и структура доходов, в отличие от той, которая существует в других социальных группах; отсутствие общественной поддержки в случае нужды, отсутствие гарантированных пособий и льгот от предприятия или государства и отсутствие частных выгод в дополнение к заработку.

«Прекариат – это принципиально новое образование, означающее наличие социального слоя, который олицетворяет отчуждение не только от результата труда, но и от всего общества значительных социальных групп, испытывающих особо изощренные формы эксплуатации их труда, их знаний, их квалификации, а в конечном счете и качества жизни» [3, с. 3].

Российский социолог В. И. Ильин отмечает, что «сектор неустойчивой, гибкой занятости становится все более заметным на рынке труда, где рабочие места создаются под конкретные услуги или проект и исчезают после выполнения заказа». Он так же подчеркивает, формирование определенного типа личности, соответствующего «текучей современности» с определенными характеристиками: «способность осваивать новые профессиональные знания и навыки на протяжении всей жизни; психологическая неукорененность в профессиональной позиции; неспособность длительное время заниматься одним и тем же (особенно рутинным) делом; боязнь перспективы устойчивой и глубокой профессиональной колеи» [4, с. 521].

Сегодня образ труда прекария или фрилансера представляется в СМИ как абсолютная форма занятости. К преимуществам можно отнести самостоятельное определение интенсивности труда, исходя из потребностей, нет потребности выезжать в офис или цех, есть возможность самостоятельно подыскивать подходящую трудовую сделку. Основатель и президент Всемирного экономического форума в Женеве Клаус Шваб отмечает, что «основным преимуществом подобной за-

нятости становятся свобода и беспрецедентная мобильность» [5]. То есть, находясь на передовой социальных изменений «новой промышленной революции», счастливчики-фрилансеры становятся участниками наиболее прогрессивной формы труда. Но реальность демонстрирует совсем иную картину – «фрилансерскими» сегодня становятся всё больше профессий. Фрилансеры, входящие в состав нового социального слоя — прекариата, приобретают такой жизненный опыт, который приводит к нестабильному существованию. Занятый во фрилансе человек живет сиюминутным и не имеет четкой самоидентификации по профессиональному признаку. Для него нет жизненных перспектив и достойных путей, что приводит к беспокойству и отчуждению [6, с. 97]. Таким образом, можно говорить о прекариатизации трудовых отношений.

Все это позволяет сделать вывод, что мы имеем дело с принципиально новым социальным образованием — прекариатом. Составляющие его социальные группы не выработали еще чувство солидарности, слабо или совсем не организованы, не имеют объединяющей, а только еще смутно осознаваемой политической программы и соответствующей идеологии. Прекариат все еще есть «класс в себе», который стоит на пороге превращения в «класс для себя». Он уже образует устойчивое социально-классовое образование, которое объединяет огромные массы людей и закрепляет их в статусе постоянной временности социального положения и отчетливого понимания в ограниченности реализации своих возможностей и способностей. По мере осознания этих обстоятельств прекариат имеет тенденцию к превращению в потенциально опасное образование — будущий класс, от сознания и поведения которого будет зависеть судьба страны.

Список использованных источников

1. Стэндинг, Гай. Прекариат: новый опасный класс / Стэндинг Гай. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. – 328 с.
2. Посухова О. Ю. Прекариат мегаполиса и профессиональная идентичность в контексте неявного знания / О. Ю. Посухова // ИС. – 2016. – № 4. – С. 92–105.
3. Тощенко Ж. Т. Прекариат – новый социальный слой / Ж. Т. Тощенко // Социологические исследования. – 2015. – № 6. – С. 3–13.
4. Ильин В. И. Профессия как индивидуальная жизненная колея: концептуализация категории. // ЖИСП. 2015. № 4. С. 515–528.
5. Шваб, К. Четвёртая промышленная революция: пер. с англ. / К. Шваб. – Москва : «Э», 2017. – 62 с.
6. Посухова О. Ю. Прекариат мегаполиса и профессиональная идентичность в контексте неявного знания / О. Ю. Посухова // ИС. – 2016. – № 4. – С. 92–105.

УДК 338.45

ПРИОРИТЕТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КИТАЙСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Ху Лэй, 3 курс

**Научный руководитель – М.В. Молохович, к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет**

На сегодняшний день Китай является одним из крупнейших производителей и экспортеров товаров в мире и его промышленность играет ключевую роль в развитии экономики страны. Однако с изменением мировой экономической среды и усилением конкуренции на мировом рынке китайская промышленность сталкивается с вызовами, которые требуют инновационного развития для поддержания своей конкурентоспособности. В последние десятилетия Китай успешно использовал преимущества глобализации, включая либерализацию, транснационализацию и технологизацию [4], управляя этими процессами и иногда манипулируя ими, что приводило в заблуждение внешних наблюдателей. Восхождение Китая на мировую арену происходило по уникальной траектории развития – от примитивной производственной площадки с технологически отсталой продукцией и обмена этой продукцией на доступ к своему внутреннему рынку для западных компаний, до конкуренции с ними и торговой и технологической конфронтации.

Рассмотрим подробнее приоритеты дальнейшего развития китайской промышленности, актуальные на сегодняшний день. Одним из них является усиление исследований и разработок. Так, Китай должен увеличить инвестиции в научные исследования и технологические инновации, что-

бы повысить свою научно-техническую базу и повысить уровень технологической оснащенности своих предприятий. Это позволит улучшить качество продукции, снизить издержки производства и повысить конкурентоспособность на мировом рынке.

Еще одним приоритетом является развитие цифровой трансформации в промышленности. Китай должен активно внедрять цифровые технологии, такие как интернет вещей, большие данные, искусственный интеллект и цифровое производство, чтобы повысить эффективность производства, оптимизировать производственные процессы и создать новые виды продукции. Также важным приоритетом является развитие экологически чистой промышленности. Китай должен сосредоточиться на разработке и внедрении технологий, направленных на снижение загрязнения окружающей среды, энергоэффективность и устойчивое использование ресурсов. В перспективе инновационное развитие китайской промышленности будет способствовать её более высокому уровню развития [2]. Улучшение технологической оснащенности предприятий позволит им производить более высококачественные товары, что приведет к увеличению их конкурентоспособности на мировом рынке. Кроме того, инновации также могут способствовать созданию новых видов продукции и открытию новых рыночных сегментов. Инновационное развитие также будет способствовать устойчивому развитию китайской промышленности. Внедрение экологически чистых технологий позволит снизить негативное воздействие производства на окружающую среду, а цифровая трансформация может способствовать оптимизации использования ресурсов и повышению эффективности производства [3].

Китай установил цель достичь самообеспеченности в производстве полупроводников к 2025 году, что ранее казалось невозможным, учитывая, что в настоящее время 47 % мирового рынка интегральных схем контролируется США, в то время как доля Китая составляет всего 5 %. Ограничение поставок интегральных схем со стороны США послужило драйвером экономического роста Китая. Ключевыми направлениями интеллектуального производства в Китае были признаны развитие специального оборудования для трехмерной микрокомлектации и тестирования, развитие мобильной связи 5G, сверхскоростных линий оптической передачи большей емкости, новых интеллектуальных терминалов, а также операционных систем и программного обеспечения в индустрии [1].

Китай стремится избежать зависимости от своих торговых партнеров и предотвратить падение цен путем создания большого спроса со стороны новых китайских производителей в секторе Industry 4.0. В мае 2020 года была объявлена стратегия «двойной циркуляции», ориентированная на внешний и внутренний рынки.

Консолидация политической и бизнес-элиты способствовала развитию различных отраслей, таких как искусственный интеллект, наноиндустрия, исследования генома человека, квантовая связь, робототехника, новые источники энергии, скоростной транспорт, исследования и использование космоса, информационно-кибернетическая безопасность [5].

На XIX съезде КПК была объявлена стратегическая цель превратить Китай в глобального лидера в сфере инноваций к 2035 году и стать первым с точки зрения комплексного могущества и международного влияния к 2050 году. Важным приоритетом является развитие реальной экономики, диверсификация ее структуры и повышение производительности. Ускоренное развитие передовой обрабатывающей промышленности с использованием интернета, Big-Data и искусственного интеллекта способствует созданию безграничного B2B рынка для цифровых компаний и стимулирует освоение новых сфер развития.

Итак, резюмируя вышесказанное, отметим, что в 2020 году Китай достиг переломного момента, опередив США по показателю ВВП по паритету покупательной способности на 16 % и продемонстрировав рост ВВП. Китай объявил 2020 год началом двухэтапного плана до 2050 года, подчеркивая необходимость новой миссии, идей, стратегии и пути. Китай продолжает развивать цифровую экономику и поддерживать традиционную экономику, сосредотачиваясь на производстве и повышении конкурентоспособности своих товаров на мировом рынке. Стратегическое планирование Китая, основанное на идеологических и институциональных маркерах, определяет его шансы на успех в инновационных гонках XXI века. В целом, отметим, что именно инновации играют ключевую роль в повышении конкурентоспособности китайской промышленности и обеспечении ее устойчивого развития. Приоритетами сегодня являются: усиление исследований и разработок, цифровая трансформация и развитие экологически чистой промышленности. В перспективе инно-

важное развитие будет способствовать более высокому уровню развития китайской промышленности и ее устойчивости, а следовательно, и конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. The Global Innovation Index 2022 [Electronic resource] // Cornell University. URL: <http://www.globalinnovationindex.org> (дата обращения: 13.12.2023).
2. Кранина, Е.И. Китай на пути к достижению углеродной нейтральности / Е.И. Кранина // Финансовый журнал. – 2021. – № 5. – С. 51–61.
3. Макеев, Ю.А. Энергетический переход в Китае: перспективы и препятствия / Ю.А. Макеев, А.И. Салицкий, Н.К. Семенова, Синь Чжао // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2022. – № 2. – С. 9–32.
4. Макеев Ю.А. Декарбонизация в Китае: проблемы осуществления энергоперехода и финансирования / Ю.А. Макеев, А.И. Салицкий, Н.К. Семенова // Восток (Oriens). – 2022. – № 1. – С. 89–105.
5. Сюй, Ч. Инновационный вариант развития экономики Китая / Ч. Сюй // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 3. – С. 1–3.

УДК 338.45

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ КИТАЯ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Ху Чаньюй, 3 курс

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный университет

Инновационная деятельность играет ключевую роль в экономическом развитии промышленности Китая. В последние десятилетия Китай сделал значительные усилия для стимулирования инноваций в своей промышленности и это привело к некоторым важным результатам. Тем не менее, существуют определенные проблемы, которые затрудняют полное раскрытие потенциала инноваций в китайской промышленности.

Инновационная политика Китая – это набор мер и стратегий, разработанных правительством Китая для стимулирования инноваций и развития национальной экономики [1]. Она является одной из основных составляющих стратегии «Инновационный Китай» и имеет целью сделать Китай одной из ведущих инновационных сил в мире.

Основные принципы инновационной политики Китая:

1. Создание благоприятной среды для инноваций: Китай стремится создать благоприятную среду для инноваций, включая улучшение правовой системы, защиту интеллектуальной собственности и содействие научным исследованиям;

2. Увеличение инвестиций в научно-исследовательскую деятельность: Китай активно инвестирует в научно-исследовательскую деятельность, в том числе в создание научных парков, лабораторий и технопарков;

3. Развитие высокотехнологичных отраслей: Китай стремится развивать высокотехнологичные отрасли, такие как искусственный интеллект, биотехнологии, информационные технологии и другие, чтобы стать мировым лидером в этих областях;

4. Содействие инновационным стартапам: Китай активно поддерживает инновационные стартапы, предоставляя финансовую поддержку, налоговые льготы и другие меры, чтобы помочь им расти и развиваться;

5. Международное сотрудничество: Китай активно сотрудничает с другими странами в области инноваций, включая обмен технологиями, научные исследования и разработку новых продуктов и услуг.

Инновационная политика Китая имеет значительное влияние на развитие национальной экономики и способствует созданию новых рабочих мест, повышению уровня жизни людей и устойчивому экономическому росту [2].

Состояние инновационной деятельности в китайской промышленности в настоящее время можно охарактеризовать как активное. Китай активно инвестирует в исследования и разработки, стимулирует создание технологически инновационных предприятий и стремится привлечь высо-

коквалифицированных специалистов из других стран. Эти усилия привели к созданию ряда успешных технологических компаний, таких как Huawei, Alibaba, Tencent и других, которые стали игроками мирового уровня.

Однако существуют и некоторые проблемы. Например, китайская система интеллектуальной собственности и защиты патентов все еще остается слабой, что затрудняет инновационную деятельность и инвестиции. Также неравномерное распределение инновационных ресурсов между регионами и отраслями создает вызовы для обеспечения устойчивого инновационного развития.

Китай стремится стать мировым лидером в области инноваций и внедряет различные меры для достижения этой цели. Вот некоторые перспективы развития инноваций в Китае:

1. Увеличение инвестиций в научно-исследовательскую деятельность.

Китай активно увеличивает свои инвестиции в научно-исследовательскую деятельность. Страна создает новые научно-исследовательские институты, университеты и лаборатории, а также привлекает иностранных ученых и специалистов. Это позволяет Китаю разрабатывать и внедрять новые технологии и инновационные продукты.

2. Развитие высокотехнологичных отраслей.

Китай активно развивает высокотехнологичные отрасли, такие как искусственный интеллект, биотехнологии, космическая и автомобильная промышленность. Страна инвестирует в исследования и разработки в этих областях, а также создает специальные инновационные парки и зоны для стимулирования развития высокотехнологичных компаний.

3. Поддержка стартапов и малого бизнеса.

Китай активно поддерживает стартапы и малый бизнес, предоставляя им финансовую поддержку, налоговые льготы и другие преимущества. Это способствует развитию инноваций в стране, так как стартапы и малые компании часто являются источником новых идей и технологий.

4. Улучшение системы защиты интеллектуальной собственности.

Китай улучшает свою систему защиты интеллектуальной собственности, чтобы привлечь больше иностранных инвестиций и технологий. Страна ужесточает наказания за нарушение авторских прав и патентов, а также улучшает процедуры регистрации и защиты интеллектуальной собственности.

5. Международное сотрудничество.

Китай активно развивает международное сотрудничество в области инноваций. Страна участвует в международных научных исследованиях, обменивается опытом с другими странами и привлекает иностранных специалистов. Это позволяет Китаю получать доступ к новым технологиям и знаниям, а также расширять свои возможности для инноваций. В целом, Китай имеет большие перспективы для развития инноваций.

Обобщая вышесказанное, следует еще раз отметить, что страна активно инвестирует в научно-исследовательскую деятельность, развивает высокотехнологичные отрасли, поддерживает стартапы и малый бизнес, улучшает защиту интеллектуальной собственности и развивает международное сотрудничество. Эти меры помогают Китаю двигаться к мировому лидерству в области инноваций и привлекают внимание международных инвесторов и партнеров.

Сегодня в Китае приняты меры по расширению внутреннего спроса на инновации, уделяется особое внимание налоговой и денежно-кредитной политике, социальному обеспечению работников высокотехнологичных предприятий, независимым инновациям, а также строительству инновационной инфраструктуры, развитию и укреплению дорожной инфраструктуры (высокоскоростная железная дорога, скоростные автомагистрали и т.д.), построению инфраструктуры Интернета и т.д. Кроме того уделяется внимание и развитию высокотехнологичных производств. Так, в 2018 году были обнародованы «Административные меры по признанию высокотехнологичных предприятий». В итоге все сертифицированные высокотехнологичные предприятия могут получать поддержку в рамках национальной политики и финансовых субсидий на НИОКР, а также пользоваться налоговыми льготами и финансовыми субсидиями.

В целом, инновационная деятельность в промышленности Китая находится на стадии быстрого развития, так как страна стремится укрепить свои позиции в мировом инновационном пространстве.

Список использованных источников

1. Маслов, А. Китай 2020: пандемия, общество и глобальные альтернативы / А. Маслов. – М.: РИПОЛ классик, 2020. – 367 с.
2. Современный Китай в условиях трансформации / А.А. Киреев [и др.]. – М.: URSS, Ленанд, 2020. – 253 с.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА НА 2024 ГОД

Т.А. Цаплин, 4 курс

Научный руководитель – О.В. Королева, к.и.н., доцент

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского

Зачастую тенденции определяют будущий ориентир развития конкретной отрасли, в частности, туристской, которая так же претерпевает изменения в своей структуре и стремится с каждым годом модернизировать собственные составные элементы с целью расширить диапазон предложений на туристской рынке. Кроме того, тенденции формируют перспективные направления для каждого вида туризма и демонстрируют, на что именно следует сделать акцент при формировании уникального туристского продукта с целью не только завоевать внимание «новых» туристов, но и выделиться среди конкурентов благодаря введению трендовой инновации, которая сделает ту или иную территорию своеобразным «первооткрывателем».

Вступая в 2024 год, туристская индустрия претерпевает значительную трансформацию, при этом все большее значение отводится устойчивому развитию территорий и внедрению ESG-принципов, которые на сегодняшний день находятся на пике своего развития и, как отмечают большинство экспертов, «сделают туризм одним из главных драйверов экономики и послужат основополагающими направлениями на ближайшие годы».

Более того, потребности, желания, интересы потенциальных туристов модернизируются в условиях постоянно меняющегося мира и, в частности, экономического состояния стран и регионов, социального положения населяющих их местных жителей, научно-технического прогресса, а также экологической обстановки, влияющей на все предыдущие аспекты. Данный факт свидетельствует о том, что человек становится зависимым от тех условий, в которых он живёт, работает и размышляет. Всё это приводит к изменению потребительского спроса на туристский продукт, на передний план которого стали выходить безопасность передвижений, экологическая обстановка, интерес к креативным туристическим услугам, местный колорит, аутентичность локации и социальная полезность. Успешно удовлетворить их способен устойчивый туристский продукт, построенный на симбиозе услуг, как раз отвечающих изменениям потребления [1, с. 156].

Таким образом, всё вышесказанное создаёт необходимость рассмотреть возможные тенденции развития устойчивого туризма на 2024 год и сформировать некий ориентир популяризации данного направления туризма через происходящие инновационные процессы.

1. Появление на туристском рынке большего количества ответственных туроператоров. Туроператоры играют решающую роль в формировании устойчивого опыта путешествий, поскольку именно они отвечают за создание туристского продукта, «закладывающего» в сознание потенциальных туристов принципы устойчивости. Поэтому в 2024 году ответственные туроператоры продолжат набирать обороты, сосредоточив внимание на минимизации негативного воздействия туризма на местные сообщества и экосистемы. Они начнут активно налаживать контакты с этническими народами, местными производствами, внедрять более аутентичные локации и устанавливать через турпродукт как раз эмоциональную связь между туристом и достопримечательностью.

2. Внедрение концепции Slow-туризма. Как известно, в процессе путешествия турист вечно куда-то смешит и хочет успеть увидеть всё из-за недостатка времени, не обращая должного внимания на особенности культуры, обычаев, традиций и другие дела. Вследствие Slow-туризм побуждает туристов исследовать дестинацию неторопливо, пропуская через себя местный колорит и сокращая выбросы углекислого газа. Таким образом, в 2024 году следует ожидать дальнейшего

развития данного движения, так как «медленное потребление» обеспечивает более глубокую связь с местным сообществом, снижает воздействие на окружающую среду и способствует развитию ответственной практики туризма. Можно сказать, что турист будет думать о качестве, а не о количестве, и с головой погрузится в более колоритный, захватывающий образ жизни местного жителя.

3. Внедрение концепции Community-Based туризм. Общественный туризм расширяет возможности местных сообществ, вовлекая их в туристскую индустрию и делясь с ними преимуществами туризма. В 2024 году можно ожидать увеличение общественных туристских инициатив, которые станут расширять взаимодействие с местными ремесленниками, этническими группами, местными производителями, «героями атмосферного места» и участвовать в культурных мероприятиях, отражающих уникальные традиционные элементы истории. Эта тенденция способствует устойчивому развитию, сохраняет культурное наследие, создает новые рабочие места, повышает уровень и качество жизни, служит отличной возможностью для экономического роста в отдаленных районах и маргинализированных общинах.

4. Расширение значения технологической составляющей в области устойчивого развития территории. Инновации в области технологий с недавнего времени начали рассматриваться как новая составляющая принципов устойчивости, поскольку пандемия COVID-19 запустила процессы глобальной цифровизации и компьютеризации, грамотно маневрируя которыми можно создать интересный, уникальный турпродукт [2, с. 34]. Поэтому в 2024 году стоит ожидать появления инновационных технологических решений, способствующих устойчивым путешествиям. Эти решения могут включать в себя калькуляторы углеродного следа, приложения для устойчивых путешествий, умные информационные стенды и платформы, которые объединяют туриста с экологически чистыми номерами и туроператорами.

5. Развитие волонтерского туризма в составе устойчивого путешествия. В последние годы среди молодежи наблюдается настоящий бум волонтерского движения, и волонтерский туризм не является исключением, поскольку продолжает демонстрировать положительную динамику вовлеченности волонтерства в «философию» устойчивости. Опыт волонтерского туризма может включать в себя такие мероприятия, как уборка пляжей, проекты лесовосстановления и инициативы по развитию общин. Этот опыт поможет более глубокому пониманию местных проблем, объединившись в одно целое для их решения.

6. Расширение осознанного потребления. Сознательный туризм будет одним из приоритетов в потреблении устойчивого продукта, поддержке «местного», «локального» бизнеса и учёте социальных и экологических последствий при совершении поездок. Эта тенденция будет выходить за рамки самого путешествия, влияя на выбор жилья, транспорта, питания и покупок. При этом осознанное потребление будет поощрять людей быть ответственными гражданами мирового сообщества и делать выбор, который согласуется с его ценностями [3].

Подводя итоги работы, можно умозаключить, что тенденции развития устойчивого туризма на 2024 год достаточно многогранны и перспективны, так как открывают новые грани развития для данного направления и начинают постепенно «проникать» в систему работы всей туристской отрасли в целом. По мнению автора, рост числа ответственных туроператоров, развитие цифровых технологий и популяризация осознанного потребления выступают ключевыми аспектами при формировании будущего грамотно укомплектованного устойчивого туристского продукта, показывая высокий уровень устойчивого мышления с этапа его зарождения, приверженность новым реалиям и модернизирующимся потребностям туристов. Все это создает отличные условия для развития устойчивого туризма и его преобразования в одно из самых актуальных направлений по всему миру.

Список использованных источников

1. Власова, А.Ю. Факторы устойчивого развития территории / А.Ю. Власова // Молодой ученый. – 2022. – № 18 (413). – С. 156–158.
2. Морозов, М.М. Концепция устойчивого развития туризма в условиях новой реальности / М.М. Морозов // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 8, № 3. – С. 32–39.
3. Trends in sustainable travel 2024 // The Happy Prize Company – 2024. [Электронный ресурс]. Режим работы: <https://www.thehappyprizecompany.com/blog/trends-in-sustainable-travel-2024> (Дата обращения: 07.04.2024).

**МАРКЕТПЛЕЙСЫ - ФАКТОР ПРОГРЕССИВНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ****И.М. Царев, В.А. Вишнякова, 3 курс****Научный руководитель – В.В. Гусев, доцент****Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Саратов**

Маркетплейсы стали неотъемлемой частью современной онлайн-торговли и являются одним из ключевых факторов постепенной трансформации рынка электронной коммерции в стране. Эти специализированные онлайн-платформы объединяют большое количество продавцов и покупателей, создавая удобное пространство для торговых операций.

Одна из главных особенностей рынков - расширенный ассортимент товаров и услуг, что позволяет потребителям выбирать из широкого спектра предложений и находить оптимальное сочетание цены и качества. Имея возможность сравнивать товары разных продавцов на одной платформе, покупатели могут принимать взвешенные решения о покупке, экономя время и ресурсы.

Лидирующими маркетплейсами на российском рынке являются Ozon, Wildberries, Яндекс Маркет, Мегамаркет и AliExpress.

Общий объем интернет-торговли в России по итогам 9 месяцев 2023 года составил 4,3 трлн рублей, что на 23% превышает показатели аналогичного периода прошлого года. Из этой суммы 2,8% (117 млрд рублей) приходится на трансграничный рынок, 97% (4,1 трлн рублей) — это продажи российских компаний интернет-торговли. Доля интернет-торговли в общем объеме розничных продаж России составляет 12,5%. Год назад в тот же период доля была 11% [2].

Относительная новизна и быстрое расширение рынка делает необходимым оценить преимущества интернет-магазинов как для производителя/продавца, так и для потенциального покупателя, а также потенциальные проблемы, которые могут возникнуть при продаже через интернет. К преимуществам маркетплейсов для потребителей можно отнести: более низкие цены по сравнению с офлайн-магазинами; открытый доступ к информации о товарах и услугах в режиме реального времени; конфиденциальность покупок и т. д. Если рассматривать онлайн-ритейл с точки зрения производителя, то можно выделить следующие преимущества: снижение первоначальных инвестиций в бизнес, снижение непроизводственных затрат; возможность сократить количество сотрудников и, соответственно, уменьшить фонд заработной платы; равные условия доступа на рынок между крупными корпорациями и микропредприятиями; возможность выхода на глобальный рынок; повышение уровня приверженности потребителей к бренду; возможность работать круглосуточно и т. д. [3, с. 275-276].

Маркетплейс, как и любой процесс или явление, обладает рядом потенциальных проблем. Одной из проблем является конфликт между маркетплейсами и мерчантами, в частности, по вопросам несогласованных распродаж. Маркетплейс может легко по собственному усмотрению снизить цену на любой товар на значительный процент, при этом никак, впоследствии, не компенсировать ритейлеру понесенные убытки. И это предусмотрено условиями договоров и оферт.

Весомой проблемой всех маркетплейсов является то, что не всякая продукция, в силу своих характеристик, может быть полноценно реализована онлайн. К примеру, потребителю важно испытать качество товара (одежды, обуви, мебели и др.) вживую, из-за несоответствия размеров общепринятым стандартам сложно сразу выбрать тот или иной товар. В связи с этим возникает еще одна проблема – большие риски невыкупа, которые перекладываются на поставщика. Если потребители не выкупили заказ, то поставщики оплачивают доставку обратно [1, с. 25].

Современная трансформация онлайн-ритейла в России характеризуется усилением и активным развитием сервисной и логистической составляющей, которая становится важным инструментом достижения конкурентных преимуществ.

По мере роста интереса к российским товарам за пределами страны все больше торговых площадок начинают развивать трансграничную торговлю. Такие платформы, как AliExpress, JD.com и eBay, активно привлекают российских покупателей и продавцов, позволяя им совершать транс-

граничные сделки. Это открывает новые рынки для российских предпринимателей и способствует продвижению отечественных товаров на мировой арене.

Некоторые российские цифровые торговые площадки и маркетплейсы начинают использовать искусственный интеллект и big data, чтобы предоставить покупателям более персонализированный опыт, предлагая рекомендации по товарам и услугам на основе их предпочтений и прошлых покупок.

Изучение преимуществ и проблем проектирования и развития marketplace, а также некоторые теоретические и практические реализации могут помочь значительно улучшить движение товаров, использование торговых ресурсов, эффективность цепочки поставок и покупателей и развитие современной электронной коммерции в России.

Одной из основных тенденций развития российских национальных цифровых торговых площадок является увеличение ассортимента товаров и услуг. Сегодня потребители хотят иметь доступ к широкому ассортименту продукции, чтобы найти именно то, что им нужно. Российские компании активно работают над привлечением новых продавцов и расширением ассортимента товаров на своих площадках. Это позволяет потребителям выбирать из широкого ассортимента и находить оптимальное соотношение цены и качества.

Еще одна важная тенденция развития - улучшение пользовательского опыта. Российские компании понимают, что удобство использования сайта - это ключ к привлечению и удержанию клиентов. Поэтому они внедряют новые технологии, улучшают дизайн и навигацию, чтобы сделать онлайн-покупки максимально простыми и удобными. Кроме того, многие сайты предлагают персональные рекомендации и акции для повышения удовлетворенности покупателей.

Следует также отметить, что российские цифровые торговые площадки и маркетплейсы активно развиваются в сфере услуг. Если раньше основной упор делался на продажу товаров, то теперь все больше торговых площадок предлагают целый ряд услуг. Это и доставка, и ремонт техники, и курьерские услуги, и многое другое. Российские компании понимают, что потребители хотят получать все услуги в одном месте, и активно развивают сайты для удовлетворения этих потребностей.

Наконец, одной из главных тенденций развития национальных российских цифровых торговых площадок является повышение безопасности и доверия потребителей. Онлайн-торговля сопряжена с определенными рисками, такими как мошенничество и утечка личных данных. Российские компании активно внедряют новые технологии и меры безопасности, чтобы защитить своих клиентов. Это включает двухфакторную аутентификацию, шифрование данных и системы обнаружения мошенничества.

Таким образом, современная трансформация онлайн-торговли в России характеризуется стремительным развитием маркетплейсов, их укрупнением.

Формирование электронной торговой площадки становится важным инструментом достижения конкурентных преимуществ. Маркетплейсы являются удобным средством для формирования потребителю товарного предложения. Распространение такой формы взаимодействия потребителя и поставщика (продавца) обеспечивает широкий ассортимент товаров и услуг, удобные условия покупки, предоставляя необходимые гарантии качества.

Таким образом, маркетплейсы играют ключевую роль в преобразовании отечественной интернет-торговли, содействуя развитию цифровой экономики и удовлетворению потребностей современного потребителя. Важно осознавать и использовать все преимущества, которые предоставляют современные онлайн-платформы, для повышения эффективности бизнеса и улучшения пользовательского опыта.

Список использованных источников

1. Инкижинова Софья. Наступление электронных базаров // Эксперт № 44. 26 октября — 1 ноября 2020. С. 22-25
2. Объём интернет-торговли в России по итогам 9 месяцев 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://akit.ru/news/obyom-internet-torgovli-v-rossii-po-itogam-9-mesyatsev-2023-goda>, свободный. – (дата обращения: 02.04.2024).
3. Курганова Н.Ю. Формирование и развитие современных маркетплейсов // Бизнес. Образование. Право. Вестник волгоградского института бизнеса. № 4 (49). – ноябрь 2019. С. 274-278.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Чжан Чутай, 4 курс

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет

В быстро меняющейся глобальной экономической среде инновации стали ключом к устойчивому развитию и конкурентоспособности организаций. По мере ускорения цифровизации, глобализации и технологического прогресса организации сталкиваются с беспрецедентными проблемами и возможностями [1]. В этом контексте приобретает решающее значение оценка и повышение эффективности использования инновационного потенциала организации.

Инновационный потенциал означает способность организации разрабатывать новые продукты, услуги, процессы и модели. Он включает не только технологические инновации, но также инновации в области управления и построения бизнес-моделей [2]. И хотя важность инноваций широко признана, многие организации по-прежнему сталкиваются с трудностями при систематической оценке и разработке мер по повышению инновационного потенциала на практике.

Начинать оценку инновационного потенциала организации следует с определения оцениваемых параметров. Эти параметры обычно включают технические возможности, чувствительность рынка, организационную культуру, инновации в процессах, а также внешние связи и сотрудничество. Каждый из них оказывает существенное влияние на общий инновационный потенциал организации, при этом все они тесно взаимосвязаны и вместе составляют основу инновационных возможностей организации [2].

Для полной оценки инновационного потенциала организации крайне важно провести оценку с использованием нескольких методов. Сюда входят анкеты для самооценки, экспертные оценки, анализ показателей эффективности и количественное измерение результатов инноваций. Анкета самооценки фокусируется на внутренней перспективе, экспертные оценки могут обеспечить внешнюю перспективу, а анализ показателей эффективности и результатов инноваций дает количественные данные.

Процесс оценки состоит из трех этапов: подготовка, реализация и анализ. Фаза подготовки включает в себя определение целей оценки, выбор соответствующих инструментов и методов оценки, разработку плана оценки. Этап реализации подразумевает сбор данных и проведение оценочных мероприятий (таких как рассылка анкет, проведение интервью и т.д.). Наконец, этап анализа включает обработку собранных данных, оценку эффективности каждого параметра и интеграцию результатов.

Анализируя собранные данные, можно выявить ключевые факторы, влияющие на инновационный потенциал организации. Они могут включать распределение внутренних ресурсов организации, стиль руководства, инновационную осведомленность и навыки сотрудников, а также способность организации реагировать на внешние изменения. Определив эти ключевые факторы, организации могут разработать более целенаправленные стратегии для укрепления и развития своего инновационного потенциала.

По результатам оценки можно разработать улучшающие мероприятия, направленные на повышение инновационного потенциала организации. Они могут включать в себя развитие культуры инноваций, совершенствование внутренних процессов, укрепление потенциала технологических исследований и разработок, расширение сотрудничества с внешними учреждениями и оптимизацию распределения ресурсов [2]. Конкретные мероприятия должны быть адаптированы к фактической ситуации в организации и результатам оценки.

В качестве таких более конкретных мер в рамках вышеперечисленных укрупненных направлений можно выделить:

- 1) поощрение сотрудничества и обмена знаниями между отделами, а также упрощение процесса «от идеи до реализации» с целью ускорения получения инновационных результатов;
- 2) мотивацию сотрудников к участию в инновационной деятельности, создание среды, которая поощряет инновации, терпимость к ошибкам и свободное исследование;

- 3) разработка плана систематического обучения и развития персонала, привлечение и удержание работников с высоким интеллектуальным потенциалом;
- 4) инвестирование в исследования и разработки ключевых технологий и изучение возможностей применения новейших технологий для поддержания и усиления конкурентных преимуществ;
- 5) создание и расширение сети внешнего сотрудничества: установление прочных отношений с партнерами внутри и за пределами отрасли для совместной разработки и продвижения инновационных проектов путем обмена ресурсами, знаниями и технологиями;
- 6) создание механизма непрерывного мониторинга, позволяющего убедиться, что инновационная деятельность соответствует целям организации, и своевременно вносить необходимые коррективы, эффективно реагируя на внешние изменения.

Реализация предложенных мероприятий позволит не только повысить инновационный потенциал организации, но и обеспечит ей высокую конкурентоспособность в постоянно меняющейся рыночной среде.

Успешные инновации требуют активного участия и поддержки со стороны организации: от высшего руководства до сотрудников низшего звена – каждый из них играет определенную роль в достижении данного успеха.

Список использованных источников

1. Экономика инноваций: учеб. пособие / под ред. Н.П. Иващенко. – М.: Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – 311 с.
2. Дежкина, И.П. Инновационный потенциал хозяйственной системы и его оценка (методы формирования и оценки): учеб. пособие / И.П. Дежкина, Г.А. Поташева. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 122 с.

УДК 338.45

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Чэнь Сюэпэн, магистрант

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный университет

Выпуск экономически эффективной и конкурентоспособной продукции – главная задача машиностроительных предприятий, приобретающая особую актуальность в условиях обострения конкуренции на рынке.

Конкурентоспособность продукции машиностроения является важным показателем уровня развития отрасли и осуществляемой в ней предпринимательской деятельности. Продукция машиностроения – это не только готовые изделия, но и отражение научно-технического потенциала страны, ее промышленного развития. С увеличением рыночной конкуренции возрастает важность повышения конкурентоспособности продукции машиностроительных предприятий как на международном, так и на региональном уровнях. Для преодоления существующих в настоящее время проблем требуется разработать долгосрочную стратегию развития машиностроительного комплекса, обеспечивающую удержание определенных рыночных позиций. Для этого необходимо разработать инструментарий повышения конкурентоспособности продукции его предприятий.

Эффективная система повышения конкурентоспособности продукции предприятий машиностроения основывается на системности внесения преобразований в различные аспекты их деятельности, такие как технологический, организационно-хозяйственный и социально-экономический [1].

Существуют четыре уровня развития машиностроительного комплекса, в зависимости от конкурентоспособности и наукоемкости выпускаемой продукции:

- производства четвертого уклада – традиционные отрасли машиностроения (энергетическое и электротехническое машиностроение, станкостроение, приборостроение, химическое и нефтяное машиностроение);
- производства третьего уходящего уклада – производство наиболее простой продукции, которая будет продаваться на рынке, пока на эту продукцию будет спрос;

- производства пятого технологического уклада (авиакосмическая промышленность, наукоемкое электромашиностроение, атомное машиностроение, промышленность телекоммуникаций и отрасль связи, включая электронно-информационный сектор, ракетостроение, оптическое приборостроение и другие отрасли, в основу развития которых положено широкое использование высоких технологий).

Факторы, влияющие на конкурентоспособность, могут быть объединены в несколько групп, таких как доля рынка, удовлетворенность потребителя, эффективность производства. Кроме того, необходимо учитывать дополнительные факторы, такие как:

– тип конкуренции – характеристики потребительских товаров, такие как цена и качество сегодня уже не являются определяющими при определении уровня конкурентоспособности;

– процессы в деятельности компаний – они характеризуются множественностью, поскольку происходят как внутри самой компании между отделами и цехами, так и за ее пределами во взаимодействии с другими участниками рынка;

– стратегия поведения на рынке – расширение производства или интенсивное расширение производства за счет внедрения инновационных продуктов, обеспечивающих, в том числе и формирование положительного делового имиджа компании [2].

По данным исследования, можно сделать вывод, что эти аспекты могут быть признаны ключевыми факторами, которые выделяют компанию в ведущую в сфере машиностроения, демонстрируя как количественное, так и качественное ее превосходство перед конкурентами. Осуществление производства необходимого объема продукции, соответствующей требованиям потребителей, важно для поддержания ее конкурентоспособности.

Качество продукции машиностроительных предприятий, наряду с ценой и дифференциацией, является важнейшим критерием ее конкурентоспособности. Анализ качества продукции машиностроительных предприятий в конкурентных условиях проводится по трем основным направлениям:

- анализ выполнения планов повышения качества и обновления машиностроительной продукции;

- анализ технического уровня выпускаемой машиностроительной продукции;

- анализ качества машиностроительной продукции.

Основными эксплуатационными показателями качества продукции машиностроения являются следующие:

- производительность;

- надежность;

- ремонтпригодность;

- уровень автоматизации;

- перспективная возможность их модернизации;

- эксплуатационные расходы и т.д.

Важнейшим решением многих проблем, с которыми сталкиваются машиностроительные предприятия, является развитие внутреннего рынка их продукции. Объем поступающих заказов определяет степень аккредитации предприятий. Расширение и развитие внутреннего рынка должно снять проблемы, связанные с существованием естественных монополий, и повысить конкурентоспособность машиностроительного комплекса в целом.

Вторым направлением решения проблем повышения конкурентоспособности продукции машиностроения является:

- технологическая модернизация предприятий этой отрасли;

- внедрение новых технологий, способных обеспечить повышение конкурентоспособности продукции;

- повышение финансовой устойчивости предприятий за счет их интеграции в крупные структуры;

- оптимизация производственной структуры предприятий за счет использования программного управления и роботизированных линий;

- более активное обновление основных фондов за счет инвестиций и государственного финансирования.

Третьим аспектом решения проблем является улучшение финансирования в этой сфере за счет:

- льготного кредитования производителей, которые инвестируют непосредственно в производство и развитие;
- освобождения от налогов реинвестированной прибыли;
- налоговых льгот и финансовой поддержки для стимулирования инвестиций [3].

Таким образом, обеспечение машиностроительным предприятиям возможности выпускать высококачественную и конкурентоспособную продукцию является важнейшей задачей современности. При этом основные меры по поддержке машиностроительных предприятий не должны быть направлены только на поддержку отдельных из них или на поддержку отдельных подотраслей машиностроения. Они должны быть направлены на развитие внутреннего рынка в целом и на содействие продвижению продукции машиностроения на внешние рынки.

Сделать машиностроительную продукцию востребованной на рынке, чтобы она пользовалась повышенным спросом – основная задача, стоящая сегодня перед машиностроительными предприятиями.

Список использованных источников

1. Арсеньева, Н.В. Методические аспекты разработки стратегии машиностроительных предприятий при выходе из кризиса / Н.В. Арсеньева, Л.М. Путьгина // Вестник университета. – 2021. – № 3. – С. 59–65.
2. Боткин, О.И. Формирование конкурентного потенциала машиностроительного комплекса региона / О.И. Боткин, И.В. Гребенкин // Экономика региона. – 2014. – № 1. – С. 125–132.
3. Сергеев, А.А. Конкурентоспособность машиностроения: реальность и перспективы / А.А. Сергеев // Экономика. Налоги. Право. – 2014. – № 5. – С. 44–50.

УДК 358.5

RESEARCH ON GREEN FINANCE PROMOTING SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT FROM A LOW-CARBON PERSPECTIVE

Shao Ruixue

Academic supervisor – **N.V. Maltsevich**, PhD in Economics, Associate Professor
School of Business of BSU

As the world faces increasingly serious ecological and environmental problems, how to resolve the conflict between economic development and environmental protection has become a common challenge facing the world. To achieve sustainable economic development, financial support is indispensable. The emergence of the green finance concept is the result of countries around the world seeking a balance between economic and environmental sustainable development in order to cope with the challenges of climate change and environmental degradation. In the traditional financial system, financial institutions tend to focus on pursuing financial returns, while in green finance, in addition to pursuing economic benefits, environmental protection and social responsibility must also be considered. Therefore, the concept of green finance has received widespread attention and active promotion from the global financial community since its birth [1, p.174].

Green finance is the use of financial tools and financial means to invest funds in environmentally friendly, green and low-carbon projects. Green finance promotes the development of low-carbon economy, clean energy, resource recycling and other fields by effectively allocating resources and guiding capital flows [2, p.78]. Green finance has the following characteristics:

-Green investment: In green finance funds are earmarked for green projects. The core of green finance is to support environmentally friendly projects and industries and reduce the consumption of natural resources and environmental damage.

-Innovation: Green finance requires continuous innovation and the development of new financial instruments and products to meet the needs of economic development, such as green bonds, carbon emissions trading, etc.

-Environmental risk management: Compared with traditional finance, green finance pays more attention to the environmental and social risk assessment of projects, ensuring the sustainability of investment and the stability of returns while protecting the sustainability of the environment.

Green bonds are an important part of green finance. Green bonds are a financial instrument designed to finance projects that have a positive impact on the environment. They are usually linked to assets and their proceeds will be used for specific green projects, such as renewable Energy and energy efficiency.

Green bonds are developing very rapidly. The number of green bonds in 2022 has increased more than ten times compared with the number of green bonds in 2014. Europe is the fastest growing region for green bonds in the world. In 2022, European countries jointly issued green bonds with a total value of approximately \$229 billion US dollar.

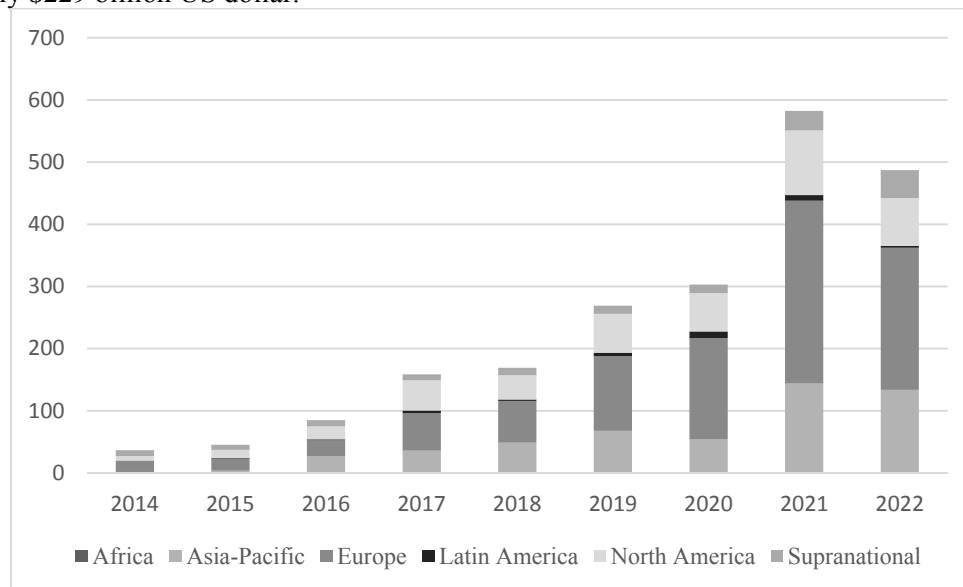


Figure – Value of green bonds issued worldwide from 2014 to 2022, by region

Source: [3]

Green finance plays a key role in promoting low-carbon energy development and achieving sustainable economic development. Green finance provides indispensable financial support for the growth and innovation of green and low-carbon projects. Especially for enterprises, the development and promotion of clean energy are also inseparable from the support of green finance. Green finance methods such as green bonds raise investment and operating funds by providing green special projects, support the development and application of low-carbon clean technologies, and help companies reduce energy consumption and production costs [4, p.34]. This will not only help promote the development and application of low-carbon technologies, but also accelerate the promotion and popularization of low-carbon technologies, thus helping to reduce carbon emissions.

Some renewable energy projects will have better development space with the support of green finance. From the perspective of traditional financial institutions, renewable energy projects are often not favored due to their higher risks, making it difficult for these projects to obtain sufficient financial support. However, the emergence of green finance provides a solution to this problem. It promotes the development of renewable energy by providing the necessary financing for renewable energy projects through loans and investments that enable companies to build and operate these projects. This model not only fills the gap of traditional financial institutions, but also promotes the development of renewable energy [5, p.157].

Green finance also plays an important role in the energy transition process. Green finance supports the construction and operation of renewable energy projects such as solar and wind energy by providing loans and investments, changing the energy structure of enterprises and improving energy efficiency. Let enterprises realize the transformation from a high-energy-consuming and high-pollution development model to a low-energy-consuming and low-pollution development model, and promote the sustainable development of enterprises.

In order to better play the role of green finance in the low-carbon energy field and promote sustainable economic development, we can make the following suggestions:

- Establish a policy framework and improve relevant laws and regulations. Clarify the supporting and guiding role of the government, establish a dedicated green financial institution department, and be responsible for supervising, promoting and coordinating green financial work, formulating green financial

policies, regulating market behavior, supervising institutional operations, and promoting the development of green finance.

- The government strengthens the cultivation of talents. Strengthen the marketization and professionalization of green finance and cultivate professional green financial institutions and practitioners. Establish a professional training mechanism, provide relevant training courses and certification mechanisms, encourage financial institutions to set up green finance business departments, and provide targeted specialized products and services.

- Innovative financial instruments. Continuously innovate financial instruments and products to meet the needs of economic development. Develop financial instruments such as green bonds and green loans to guide the flow of funds to environmental protection and low-carbon fields and promote sustainable economic development.

List of sources used

1. Wang Xin. Research on how green credit policies promote green innovation. *Management World*, 2021, 37. – 173-188 pp.
2. Yu Lan. Research on green finance development and innovation. *Economic Issues*, 2016. – 78-81 pp.
3. Climate Bonds Initiative. [Electronic resource]// URL: <https://www.climatebonds.net/market/data/>
4. Li Xiaoxi. Green Finance and Sustainable Development. *Financial Forum*, 2015. – 30-40 pp.
5. An Wei. A preliminary study on the connotation, mechanism and practice of green finance. *Economic Jingwei*, 2008. – 156-158 pp.

УДК 338.001.36: 338.1: 339.56

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.Д. Шевердо, магистрант

Научный руководитель – **В.Ю. Друк**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Внешнеэкономические связи Беларуси, как и других стран мира, развиваются, прежде всего, в форме внешней торговли. Во внешнеторговой деятельности страны в начале 90-х гг. наблюдался значительный спад. Однако если в экономике Беларуси спад продолжался до 1995 г. включительно, то во внешнеторговой деятельности - до 1993 г., а с 1994 г. начался стремительный прирост. Так, в 1990 г. товарооборот БССР с республиками Советского Союза и странами мира составлял 66 829 млн долл. США, то в 1993 г. он сократился в 15 раз и составил только 4509 млн долл. Экспорт продукции из Беларуси уменьшился за три года почти в 17, импорт в страну - более чем в 13 раз. Это было обусловлено, прежде всего, сокращением производства в машиностроении, химической, пищевой и легкой промышленности, других отраслях производства, продукция которых традиционно в большом количестве вывозилась за пределы Беларуси. Вместе с тем за годы самостоятельного существования Республики Беларусь только в 1991 и 1992 гг. (а в нынешнем столетии – в 2012 и 2022 году) ее сальдо во внешней торговле товарами было близким нулю (см. рисунок).

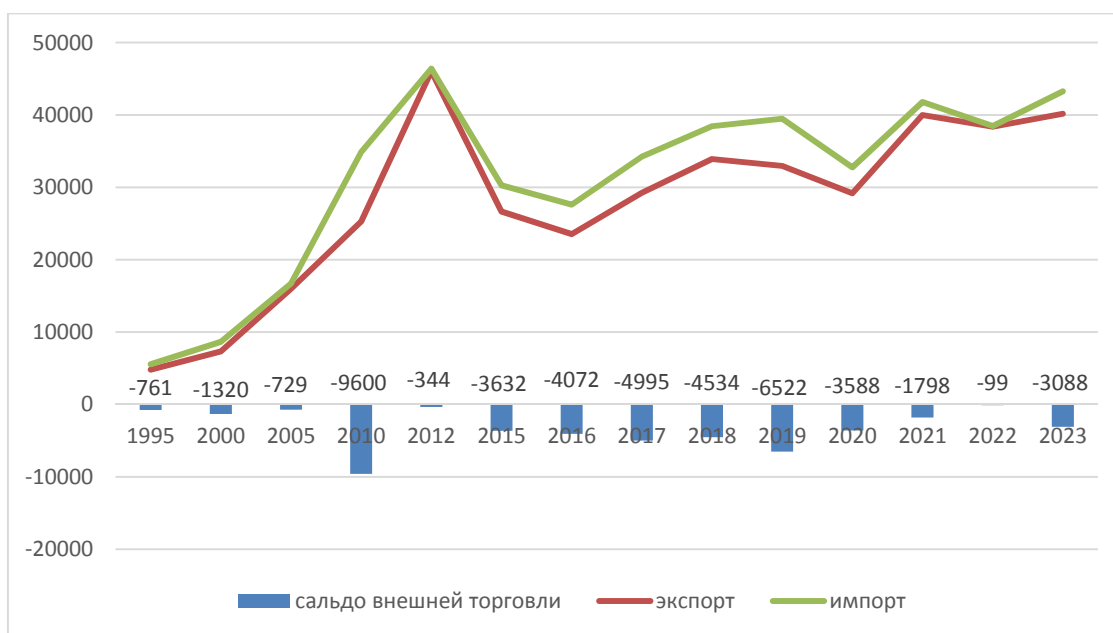


Рисунок – Динамика экспорта-импорта и сальдо внешней торговли Республики Беларусь в 1995-2023 гг.

В 1991 г. внешнеторговый товарооборот Беларуси был меньше валового внутреннего продукта на 30 %, но уже в 1992 г. он превысил ВВП более чем в 2,6 раза, что можно объяснить резким спадом производства и обвальным вывозом товаров из Беларуси, а также ростом транзита через Беларусь из России. Это было рекордное превышение внешнеторгового товарооборота над ВВП страны за все годы самостоятельной внешнеэкономической деятельности РБ и свидетельствовало об «обвале» внутреннего рынка. Только в 1991, 1995, 1996 и 1998 гг. внешнеторговый товарооборот Республики Беларусь был менее ВВП.

С 1994 г. начался рост внешней торговли Беларуси. Это было обусловлено восстановлением управляемости экономическими процессами, уменьшением инфляции и темпов падения курса белорусского рубля, который осенью 1994 г. получил статус национальной валюты. Внешнеторговый товарооборот увеличивался неравномерно, переживая спады в 1998 и 1999, 2001, 2009 гг., а также снижение наблюдалось с 2013 года и по 2017 год, когда наметилась тенденция к росту. Только в 2010г. внешнеторговый товарооборот почти достиг, а в 2011г. превысил совокупный (внутрисоюзный и зарубежный) импорт-экспорт товаров БССР в 1990 г.

Своего максимума на текущий момент внешнеторговый оборот достиг в 2012 году, когда составил 90,58 млрд. долл. Открытость экономики достигла наибольшего значения в этот период, величина экспортной квоты составила 70,3% (см. таблицу).

В 2022 году внешнеторговый оборот Республики Беларусь под влиянием санкций снизился и составил 76,9 млрд. долл. США, что на 6% меньше, чем в 2021 году. Экспорт товаров составил 38,3 млрд. долл. и снизился на 4,2% по отношению к предыдущему году. Однако уже в 2023 году внешняя торговля страны показала положительную динамику развития, относительно быстро восстанавливаясь после санкционных шоков.

Существенной особенностью внешнеторговых связей Республики Беларусь является их первоочередная ориентация на российский рынок, что закладывалось еще в период существования СССР. В 2005-2015 гг. на Россию приходилось в среднем 47% товарооборота Беларуси при возрастании стоимостных объемов внешнеторговых сделок. Сокращение доли России в товарообороте Беларуси было связано в первую очередь с диверсификацией внешнеторговых связей нашей страны. В 2022-2023 гг. на долю России приходится более половины объема внешней торговли Республики Беларусь.

Таблица – Показатели открытости и эффективности внешней торговли Республики Беларусь в 2000-2023 гг.

Годы	Показатели			
	Экспортная квота, %	Доля импорта в объеме национального потребления, %	Коэффициент международного разделения труда	Индекс условий торговли
2000	55,97	60,0	1,09*	101,8*
2005	52,88	54,0	0,89	112,3
2010	44,43	52,0	1,06	102
2012	70,28	70,0	1,03	108,1
2015	46,93	50,0	1,03	85,3
2016	48,92	53,0	1,04	94,0
2017	53,47	57,0	1,09	104,8
2018	56,57	60,0	1,06	103,0
2019	51,05	56,0	0,90	99,3
2020	47,71	51,0	0,93	97,0
2021	57,27	58,0	1,20	102,4
2022	51,80	52,0	0,90	Нет данных
2023	56,04	58,0	1,08	Нет данных

* данные рассчитаны за 2001 год

Источник: рассчитано по данным Национального Банка Республики Беларусь, Национального статистического комитета Республики Беларусь

В 2022 году изменилась товарная структура экспорта в пользу несырьевых товаров. Доля промежуточных товаров в экспорте на минимальном уровне (53,4%), доли продовольственных и инвестиционных товаров достигли максимальных значений (17,2% и 13,0%, соответственно). Структура импорта не претерпела значительных изменений. Доля промежуточных товаров 64,2%, это обусловлено высокой зависимостью экономики от импорта топливно-энергетических ресурсов.

Внешнеторговое сальдо Беларуси с 1993 г. остается отрицательным, несмотря на усилия по преодолению этой негативной тенденции. До 2000 г. отрицательное внешнеторговое сальдо Беларуси возрастало в значительной степени за счет стран «дальнего зарубежья», однако впоследствии оно увеличивалось в основном за счет торговли с Россией. В 2010 г. отрицательное сальдо в торговле товарами было наибольшим - 9600 млн долл., в 2022 году отрицательное сальдо товаров сложилось наименьшим - 99 млн долл.

Преодоление отрицательного внешнеторгового сальдо было важнейшей задачей развития белорусской экономики на протяжении 20 лет. Она решалась путем наращивания экспорта белорусской продукции, а также с помощью реализации программы импортозамещения. Однако принимаемые меры не дают желаемого результата: крайне высокой остается показатель доли импорта в объеме национального потребления, достигая 70% в 2012 году и сохраняя значение на уровне выше 50% на протяжении всего периода независимости страны. Контроль этого показателя является необходимым также и потому, что он является индикатором экономической безопасности страны и его нормативное значение находится в диапазоне 30-35%.

Анализируя индекс условий торговли (данные за 2022-2023 гг. являются закрытыми) можно отметить, что мировая конъюнктура для страны складывается не всегда благоприятно, и в отдельные периоды импортные цены растут быстрее экспортных, что приводит к снижению эффективности внешней торговли и формирует индекс условий торговли на уровне ниже единицы. Отличительной особенностью 2023 года было то, что на инфляцию положительно влияли снизившиеся импортные цены, но внешняя конъюнктура отрицательно влияла на экспортеров (по экспертным оценкам индекс цен в экспорте снизился примерно на 15%).

Список использованных источников

1. Официальная статистика внешней торговли: Белстат [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/>
2. Платежный баланс Республики Беларусь [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/balpay>

КИТАЙСКИЕ ФОНДОВЫЕ БИРЖИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПУТИ РАЗВИТИЯ

М.В. Шелест, Д.А. Ковальчук, 3 курс
Научный руководитель – **В.С. Сергеюк**, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Китай является ведущей мировой экономической державой с одним из самых динамично развивающихся фондовых рынков. В стране существует несколько фондовых бирж, каждая из которых имеет свои уникальные характеристики и играет важную роль в экономике. Для анализа фондовых бирж Китая следует рассмотреть сравнительную характеристику и динамику развития Шанхайской фондовой биржи (SSE) и Шэньчжэньской фондовой биржи (SZSE), как самых крупных фондовых бирж данной страны.

Шанхайская фондовая биржа (Shanghai Stock Exchange, SSE) является самой крупной фондовой биржей на материковом Китае. Она была основана в 1990 году и первоначально фокусировалась на торговле акциями ведущих финансовых компаний, так называемыми «голубыми фишками». На данный момент биржа занимает третье место в мире, уступая место лишь NYSE и NASDAQ. В рамках биржи организована отдельная площадка STAR Market, рассчитанная на работу с бумагами стартапов и инновационных компаний.

Шэньчжэньская фондовая биржа (Shenzhen Stock Exchange, SZSE) – вторая по величине биржа в КНР, основанная в 1991 году. В отличие от Шанхайской биржи, где преимущественно торгуются бумаги финансового сектора и среднего бизнеса, в Шэньчжэне сосредоточены акции промышленных предприятий [4, с.30].

В рамках политики привлечения капитала в государственные предприятия и приватизации Китая создан свой фондовый рынок. Стремясь минимизировать влияние иностранного капитала, рынок был разделён на изолированные друг от друга акции. На основных китайских фондовых биржах представлены два типа акций: А и В.

А-акции являются обыкновенными акциями, которые зарегистрированы на материковом Китае и номинированы в китайских юанях. Таким видом акций торгуются на фондовых биржах Шанхая и Шэньчжэня. Они доступны только резидентам или инвестиционным компаниям с лицензиями QFII и GDII, утверждёнными китайским правительством. На Шанхайской фондовой бирже обращается 1657 А-акций, а на Шэньчжэньской – 2631 [1].

В-акции также являются обыкновенными акциями, номинированными в китайских юанях. Однако торги данными акциями проводятся в гонконгских долларах в Шэньчжэне и долларах США в Шанхае. На Шанхайской фондовой бирже имеется 45 таких ценных бумаг, а на Шэньчжэньской – всего 42.

Обе биржи торгуют акциями, облигациями и фондами. Однако SSE также торгует фьючерсами и опционами, в то время как SZSE в основном торгует акциями и облигациями. Также стоит отметить, что Шанхайская и Шэньчжэньская фондовые биржи позволяют торговать акциями через механизмы Stock Connect. В свою очередь SSE имеет более крупную базу иностранных инвесторов, чем SZSE [4, с.32].

SSE и SZSE являются двумя крупнейшими фондовыми биржами Китая по размеру капитализации. По состоянию на 2023 год рыночная капитализация Шанхайской фондовой биржи составила 49 трлн юаней. Капитализация основной площадки составила 43,8 трлн юаней, а STAR Market – 5,2 трлн юаней. В то время как в 2022 году рыночная капитализация Шанхайской фондовой биржи составила 49,2 трлн юаней. Капитализация основной площадки 44,2 трлн юаней, а STAR Market – 5 трлн юаней [1].

Рыночная капитализация Шэньчжэньской фондовой биржи в 2023 году составила 35,2 трлн юаней. Из данной суммы капитализация основной площадки составила 22,9 трлн юаней, а ChiNext – 12,3 трлн юаней. Однако в 2022 году рыночная капитализация Шэньчжэньской фондовой биржи составила 36,2 трлн юаней. Капитализация основной площадки составила 23,9 трлн юаней, а ChiNext – 12,3 трлн юаней [1].

Шанхайская фондовая биржа специализируется на листинге крупных государственных компаний, таких как PetroChina и Industrial and Commercial Bank of China. На начало 2023 года на Шанхайской фондовой бирже было зарегистрировано 2184 компаний и 2272 наименований ценных бумаг. На основной площадке котировалось 1502 компании, а на STAR Market – 682 компании. На начало 2022 года на SSE котировались акции 2057 компаний и 2099 наименований ценных бумаг. На основной площадке котировались акции 1666 компаний, на STAR Market – 391 компании [2].

В свою очередь Шэньчжэньская фондовая биржа ориентирована на частные и высокотехнологичные компании, такие как Tencent и Huawei. На начало 2023 года на SZSE котировались акции 2743 компаний и 15 тысяч наименований ценных бумаг. Из данной суммы 1511 компаний котировались на основной площадке, а остальные на ChiNext. Стоит отметить, что на начало 2022 года на Шэньчжэньской фондовой бирже котировались акции 2600 компаний и 14 тысяч наименований ценных бумаг. В свою очередь 1491 компания котировалась на основной площадке, остальные на ChiNext [3].

Основной индекс Шанхайской фондовой биржи – SSE Composite Index, который отслеживает деятельность всех акций, торгуемых на бирже. Шэньчжэньская фондовая биржа имеет основной индекс SZSE Component Index, который отслеживает деятельность 500 крупнейших компаний, торгуемых на бирже.

Все фондовые биржи Китая регулируются Комиссией по регулированию рынка ценных бумаг Китая (CSRC). Данная комиссия отвечает за надзор за деятельностью бирж, обеспечение справедливых и упорядоченных рынков и защиту инвесторов.

Таким образом, сравнительный анализ крупнейших фондовых бирж Китая, а именно Шанхайской фондовой биржи и Шэньчжэньской фондовой биржи, выявил их уникальные характеристики и роли в экономическом развитии страны. Кроме того, SSE является крупнейшей и старейшей фондовой биржей Китая, ориентированной на листинг крупных государственных компаний. SZSE, вторая по величине биржа, специализируется на частных и высокотехнологичных компаниях.

Следует отметить, что каждая биржа имеет свои преимущества и недостатки. SSE предлагает ликвидность и сильную государственную поддержку, а SZSE специализируется на высокотехнологичных компаниях и предлагает более гибкие правила листинга. При этом понимание различий между этими биржами имеет решающее значение для инвесторов, стремящихся максимально увеличить прибыль. Инвесторы должны тщательно взвесить ликвидность, специализацию, правила листинга и международную интеграцию каждой биржи, чтобы определить, какая из них лучше всего соответствует их индивидуальным инвестиционным целям и уровню риска.

Список использованных источников

1. Market Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://focus.world-exchanges.org/market-statistics>. – Дата доступа: 31.03.2024.
2. Shanghai Stock Exchange [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sse.com.cn/>. – Дата доступа: 02.04.2024.
3. Shenzhen Stock Exchange [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.szse.cn/>. – Дата доступа: 01.04.2024.
4. Рубцов Б. Б. Финансовый рынок КНР // Портфельный инвестор. – 2020. – №10. – С. 29-32.

УДК 339.926

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ

М.В. Шешко, 2 курс

Научный руководитель – **О.В. Орешникова**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Деятельность человека наносит непоправимый ущерб окружающей среде. До недавних пор люди жили по принципу «после нас хоть потоп». К счастью, сегодня тенденция меняется. Развитие «зеленой» экономики – прямое тому доказательство.

«Зеленая» экономика – это модель экономического развития, предполагающая ответственное отношение человека к ресурсам Земли. Она направлена на поиск разумного компромисса между ростом благосостояния и сохранением природных богатств.

Актуальность данной темы заключается в том, что в Беларуси реализуется «Система мер по укреплению технологического потенциала национальной экономики, позволяющих обеспечить ее функционирование на экологических «зеленых» принципах, утвержденная в июле 2012 года. Кроме того, принята Национальная стратегия устойчивого развития до 2030 года, три компонента которой - экономический, экологический и социальный - должны находиться в гармонии между собой [1].

Также утвержден Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021 – 2025 годы, стратегической целью которого является развитие инклюзивной, умной и цифровой «зеленой» экономики, содействующей достижению экономического роста.

Результатом реализации Национального плана действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021 – 2025 годы будет обеспечение «зеленого» экономического роста в условиях сохранения природного капитала и повышения занятости, в том числе за счет создания «зеленых» рабочих мест, и, как следствие, достижение Целей устойчивого развития, а также гармонизация экологических, экономических и социальных интересов белорусского общества.

Многие страны серьезно озаботились проблемами экологии и разработали комплекс экономических мер по борьбе с негативным антропогенным воздействием. Пионерами в этой области являются государства Западной Европы, Южная Корея, США, Китай. Зеленая экономика в России тоже уверенно развивается, хотя и с отставанием от развитых стран [2].

Для того, чтобы понять как «зеленая» экономика помогает развиваться обществу, выделяют следующие ее направления.

1. «Зеленая» энергетика. Для зеленого роста экономики страны нужно постепенно переходить на альтернативные источники энергии на промышленном и бытовом уровнях.

Например, в Дании есть правила энергоэффективности для каждого дома и налоги для граждан за расход электричества. Около 30% от всей электроэнергии тут генерируют ветровые станции, и к 2050 году страна хочет совсем отказаться от ископаемого топлива в пользу энергии ветра, приливов, солнца и биомассы.

В другой североевропейской стране – Финляндии, решают проблему иначе. Они строят дома нулевого энергопотребления, которые потребляют столько же, сколько и вырабатывают. Такие здания берут энергию из возобновляемых источников, а хорошая изоляция сохраняет тепло [3].

2. «Зеленая» экономика и сельское хозяйство. Сельское хозяйство расходует 70% мировых запасов воды и выделяет 13% от общего объема парниковых газов. Устойчивое развитие этой отрасли – это технологии обработки почвы, автоматизация труда, сотрудничество между малыми фермерствами и крупными производителями [3].

3. «Зеленая» экономика и транспорт. За год в Беларуси в 1,5 раза вырос парк электромобилей и на 1 января 2023 года составил 3635 единиц. Сегодня в Беларуси продолжается реализация программы развития электротранспорта до 2025 года. Результаты 2022 года показывают, что данная программа реализуется успешно. Объем электротранспорта в Минске с учетом метрополитена составляет 50,5%, а по республике данный показатель равен 27%. Помимо пассажирского транспорта на предприятиях активно используются производственные электромашины. Наряду с электротранспортом развивается сеть инфраструктуры, например, электрочarging станции, которые доступны не только в Минске и областных центрах, но и других городах Беларуси [3].

4. «Зеленые» финансы. В основе «зеленой» экономики – грамотное налогообложение для контроля вредного влияния на природу и воспитания позитивных экологических привычек. Например, в Японии есть закон о покупке операторами электросетей только той энергии, которую получили из возобновляемых источников, а также «зеленая» надбавка к обычному тарифу за электроэнергию.

Второй важный момент – инвестиции. В частности, в России с 2019 года на Московской бирже работает «Сектор устойчивого развития» – платформа поддержки экопроектов, где на 7,5 млрд рублей и €500 млн выпустили «зеленые» облигации [3].

5. «Зеленая» экономика и туризм. Экологический туризм - понятие достаточно емкое, включающее не только познание природы и ее законов, но и сохранение, и преумножение культурно-нравственных и исторических традиций и обычаев людей, проживающих на данной территории, взаимообогащение в процессе предоставления туристических услуг.

6. Человек в «зеленой» экономике. Развитие инструментов зеленой экономики зависит не только от законопроектов сверху. Например, с 1998 года в США стало развиваться движение Zero Waste, которое получило массовое распространение уже в 2010-х. Суть этой философии – в сокращении отходов в повседневной жизни: покупка энергосберегающих лампочек, отказ от авто, использование многоразовых сумок в магазинах, сортировка мусора [3].

7. «Зеленая» экономика и технологии. IT-технологии могут снизить мировые выбросы углерода на 15%. Производства внедряют интеллектуальные системы, которые отслеживают состояния конвейеров, реакторов и другого оборудования. Они контролируют эффективность предприятия, уровень загрязнения и объём отходов [3].

Внедрение новых экологических принципов происходит медленно, особенно в развивающихся странах. На то есть причины. Эта сфера требует серьезных государственных вливаний, которых у ряда стран попросту нет.

Еще одним сдерживающим фактором является сопротивление со стороны топливно-энергетического лобби. Владельцы нефте- и газодобывающих компаний не спешат отказываться от прибыли и делают все возможное, чтобы остановить процесс «озеленения».

Кроме того, можно выделить еще несколько проблем: вмешательство государства в экономику; рост производственных издержек; увеличение налоговой нагрузки; сокращение рабочих мест; рост цен на продукты и услуги [2].

Каждый из нас может поспособствовать улучшению экологической обстановки и сохранению природных ресурсов для будущих поколений. Это не повлечет за собой серьезных неудобств и финансовых затрат.

Многие люди начали с раздельного сбора мусора. Сегодня практически в каждом городе можно увидеть мусорные баки для разного вида отходов. В перспективе эта полезная привычка поможет не только сократить количество отходов, но и сэкономить деньги. Отказ от личного транспорта в пользу общественного – еще один способ снизить нагрузку на экологию. Транспорт является главным загрязнителем воздуха.

Подводя итог, можно отметить, что значимость «зеленой» экономики в обеспечении устойчивости развития во всем мире будет только увеличиваться. Беларусь не стоит в стороне от глобальных тенденций. Несмотря на необходимость существенной господдержки на цели развития «зеленого» сектора, эффективные институциональная и отраслевая структуры позволят формировать в стране долгосрочную основу для «зеленого» роста и расширят возможности для преодоления отставания от развитых стран.

Список использованных источников

1. Национальный план по «зеленой» экономике [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://economy.gov.by/ru/nac_plan-ru/. Дата доступа: 07.04.2024
2. Перспективы развития «зеленой» экономики в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.greenlogic.by/about_green.html. Дата доступа: 07,04,2024
3. Концепция «зеленой» экономики и возможности ее реализации в условиях Республики Беларусь, И. П. Деревяго [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/62659/1/2017-1-dzerevyago.pdf>. Дата доступа: 07.04.2024

УДК 336.74

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТЫ

А.А. Шинкаренко, Д.С. Перехрест, 3 курс

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

Белорусский национальный технический университет

На сегодня в научном мире сформировалось два противоположных мнения о криптовалюте: одни учёные считают, что за криптовалютой стоит будущее денег, а другие уверены, что их цена, в силу высокого спроса, сильно завышена, и в ближайшем будущем их ждет крах. Кроме того, криптовалюты можно рассматривать не только как экономическое, но и социальное явление, демонстрирующее определенные изменения в обществе. С самого момента появления они становятся

ся объектом полемики, а для возникшей глобальной экономики и традиционной финансовой системы своеобразным тестом [1, с.62].

Биткоин стал первой электронной валютой, приобретшей ценность без подкрепления какой-либо существующей валютой, и в настоящее время занимает основную долю рынка криптовалют. После стремительного роста в 2017 году им заинтересовались крупные инвесторы, что привело к его дальнейшей распространенности и популярности. Как следствие, за последние несколько лет многие крупные компании стали активно вкладываться в криптовалюты и продавать свою продукцию за нее. Всё это еще больше укрепило общественное доверие к знаменитой волатильной цифровой валюте. На момент 03.04.2024 средневзвешенный курс биткоина составляет 66044,5 долларов, а его капитализация уже превысила 1,25 млрд.

Остро встаёт вопрос о технологии добычи самой криптовалюты как таковой, поскольку за последние годы крупных прорывов в этой области произведено не было. Всё так же майнинг остаётся единственным действенным способом получения криптовалюты, предполагающим обработку и решение сложных математических задач с помощью компьютеров. Данные вычисления происходят на базе общей платформы под названием блокчейн. Суть такой технологии состоит в том, что участник не может изменить все совершённые ранее операции из-за того, что сам блокчейн управляется согласованием сети пирамидальных узлов. Каждый пользователь из любой точки мира в состоянии лично проверить соблюдение правил системы, а прозрачность операций позволяет транслировать их на все активные узлы [2, с.12].

При этом в условиях прогрессирующей цифровизации инвестирование в криптовалюты тесно связано с определённым перечнем рисков, относящихся именно к данному типу платёжных систем. К одной из основных проблем такого рынка является постоянная угроза кибератак. Большие оборотные суммы лишь способствуют увеличению количества мошенников и различных техник для взлома. На момент 2024 года также слабо развиты возможности страхования инвесторов, решившихся вложиться в данную сферу. Это происходит в связи с недостаточным уровнем нормативного регулирования такой системы, а в результате при наступлении страхового случая или мошенничества инвестор просто не в состоянии возместить собственные убытки, что порождает определённое количество рисков [3, с.37].

На текущем этапе правительства многих стран также вынуждены вносить соответствующие коррективы в законодательные акты, направленные на регулирование финансовой системы. По состоянию на начало 2024 года в мире есть ряд стран, где использование криптовалют запрещено или усиленно контролируется: Катар, Бангладеш, Китай, Алжир, Ирак, Марокко, Вьетнам. С одной стороны, использование криптовалюты обеспечивает высокую скорость платежей и удобство, сокращение расходов на эмиссию и финансирование эмитентов. А с другой – возникает проблема сохранения и миграции капитала внутри и за пределы страны. Также возникают сомнения по поводу безопасности совершаемых операций и транзакций с помощью электронной валюты, ведь их невозможно отследить.

Еще одной общемировой тенденцией является введение центральным банком различных государств собственной цифровой валюты. На начало 2024 года 11 стран уже запустили цифровую валюту, а также более 100 стран находятся на той или иной стадии её введения. Это, прежде всего, новая цифровая форма денег, которая значительно отличается от криптовалют, но в то же время, охватив все лучшие черты криптоактивов, может составить конкуренцию и снизить спрос остальных участников рынка на осуществление сделок в криптовалюте. Их низкая анонимность позволяет государству тщательнее контролировать производимые транзакции и не потерять потенциальных инвесторов из-за возможных ограничений для операций в криптовалюте. Так, например, уже некоторое время в Российской Федерации ведутся дискуссии о разработке так называемого «крипторубля» даже при условии отрицания легальности биткоина.

В целом будущий успех криптовалют особенно в роли полноценных платёжных систем во многом зависит от легализации и принятия в развитых странах. Даже биткоин, ставший и успешно закрепляющийся на протяжении нескольких лет статус ведущей криптовалюты, на сегодняшний момент не может претендовать на замещение мировых валют в виде физических денег. По этой причине будущая реализация криптовалют в качестве платёжных систем возможна лишь при взаимодействии с государством в том или ином виде.

Список использованных источников

1. Гроссман, А. О. Криптовалюты как социальное явление / А. О. Гроссман, А. В. Петров // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2017. №4 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriptovalyuty-kak-sotsialnoe-yavlenie> (дата обращения: 31.03.2024).
2. Бакуменко, Л. П. Электронные финансы и криптовалютный рынок / Л. П. Бакуменко, Н. С. Васильева // Статистика и Экономика. – 2023. – Т. 20, № 5. – С. 11-21. – DOI 10.21686/2500-3925-2023-5-11-21. – EDN DJCUYP.
3. Голова, Е. Е. Феномен криптоиндустрии в современном мире и ее перспективы / Е. Е. Голова, И. В. Баранова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 11-1. – С. 34-39. – DOI 10.17513/vaael.1892. – EDN DOKKKU.

УДК 330.46

ЦИФРОВОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Е.Р. Шуманская, А.И. Якубович, 3 курс
Научный руководитель – **М.И. Бухтик**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

В современных социально-экономических условиях существенное значение приобретает внедрение передовых информационно-коммуникационных и производственных технологий в различных отраслях национальной экономики и сферах общественной жизни. Данное направление становится одним из основных приоритетов для построения информационного общества и перехода к цифровой экономике в Республике Беларусь.

На уровне программно-нормативных документов данные приоритеты закреплены в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [1], Государственной программе “Цифровое развитие Беларуси” на 2021-2025 годы [2], Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021 – 2025 годы [3] и пр.

Уникальные свойства цифровой информации обусловили появление такого научного направления, как “цифровая экономика” (“digital economics”). Данное направление включает математические методы и модели, основанные на цифровом формате представления информации и на ее свойствах, вытекающих из него.

Цифровая экономика – это система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [4, с. 30].

Опыт многих стран демонстрирует, что грамотное использование цифровых технологий является мощным стимулом для экономического роста, инноваций и повышения эффективности.

Белорусские власти ведут активную работу над цифровой трансформацией отечественной экономики и общественной жизни еще с начала XXI в.

Основу нормативного сопровождения информатизации и развития цифровой экономики составляют: Закон Республики Беларусь “Об информации, информатизации и защите информации” от 10 ноября 2008 г. № 455-3 [5]; Указ Президента Республики Беларусь “О некоторых вопросах информатизации” от 2 декабря 2013 г. № 531 [6]; Декрет Президента Республики Беларусь “О развитии цифровой экономики” от 21 декабря 2017 г. № 8 [7].

Изучение позиций Республики Беларусь в международных рейтингах оценки развития цифровой экономики позволяет отнести ее к перспективной группе стран по уровню цифровой трансформации экономики и общества. Отдельные невысокие международные показатели требуют более детального изучения причин, так как может быть реализован риск перехода экономики в состояние “отстающего развития” в цифровой среде. Соответственно, в настоящее время минимизация рисков развития цифровой экономики в Республике Беларусь должна быть одним из приоритетных направлений в осуществлении экономического, политического, социального и культурного развития страны.

Безусловным драйвером цифровой трансформации является сектор ИКТ. Одним из результатов функционирования данного сектора является патентная и исследовательская статистика, представленная в таблице 1.

Таблица – Национальные показатели развития цифровой экономики в Республике Беларусь за 2016-2022 гг.

Показатель	Значения по годам						
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Количество патентов, выданных национальным заявителям на изобретения в сфере ИКТ, единиц	10	7	10	6	9	10	13
Удельный вес выданных национальным заявителям патентов на изобретения в сфере ИКТ в общем числе выданных национальным заявителям патентов на изобретения, %	1,1	0,9	1,9	1,5	2,3	3,8	5,5

Примечание – Источник: [8, с. 20]

Исходя из данных, приведенных в таблице 1, можно сделать вывод, что в анализируемый период заметны резкие колебания по выдаче патентных разработок в сфере ИКТ, стремящиеся к снижению. Анализ статистических данных о патентной активности в Беларуси свидетельствует об интеллектуальной и бизнес-миграции, функционировании сектора ИКТ по аутсорсинговой модели.

Наряду с традиционными видами “утечки” возникли ее скрытые формы: сотрудничество с иностранными компаниями, находящимися на территории Беларуси, и работа в интересах зарубежных заказчиков. Следовательно, научные таланты “эмигрируют”, не выезжая за границу, а результаты их разработок становятся собственностью иностранного работодателя. Аутсорсинговая модель функционирования в Беларуси данного сектора не позволяет в полной мере воспользоваться накопленным потенциалом для проведения активной цифровизации национальной экономики.

Чтобы ликвидировать отставание Республики Беларусь в мировом тренде цифровизации, необходимо предпринять следующие меры:

- модернизировать правовую базу для улучшения функционирования научно-исследовательской системы сферы ИКТ;
- составить и реализовать программы управления преимуществами цифровизации;
- активизировать информационно-пропагандистскую деятельность для повышения уровня информированности и просвещения общества;
- развивать услуги, основанные на широком использовании и распространении знаний: услуги информационно-вычислительного обслуживания, консалтинговые, финансовые, банковские, страховые, логистические, правовые;
- активно вовлекать малый бизнес в процесс реализации политики цифровизации. Его удельный вес в секторе ИКТ, как сферы торговли и интеллектуальных услуг, выше, чем в среднем в экономике;
- выявить вызовы, угрозы, проблемы, возможные отрицательные последствия цифровизации, и, как следствие, составить и реализовать программы управления соответствующими рисками, что позволит усилить положительный результат цифровизации.

Компетентное использование государственной политики в вопросах цифровой трансформации санкционирует создание необходимой основы для развития новых видов сервисов и продуктов, ориентированных на нужды и потребности конкретного человека, прогрессивных технологий и инновационных методов хозяйствования, позволит укрепить позиции страны на мировом ИКТ-рынке, повысить экономическую мощь и статус Республики Беларусь в рейтинге стран мира.

Список использованных источников

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года - [Электронный ресурс]/ Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 148 с. – Режим доступа: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf. – Дата доступа: 04.04.2024.
2. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021 – 2025 годы - [Электронный ресурс]/ Министерство связи и информатизации Республики Беларусь. – Минск, 2022. – 73 с. – Режим доступа: https://mpt.gov.by/ru/gosudarstvennaya-programma-cifrovoe-razvitie-belarusi-na-2021-2025-gody. – Дата доступа: 04.04.2024.
3. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021 – 2025 годы - [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22000143. – Дата доступа: 04.04.2024.
4. Ковалев, М. М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск : Изд. Центр БГУ, 2018. – 327 с.
5. Закон Республики Беларусь “Об информации, информатизации и защите информации” от 10 ноября 2008 г. № 455-З – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800455. – Дата доступа: 04.04.2024.
6. Указ Президента Республики Беларусь “О некоторых вопросах информатизации” от 2 декабря 2013 г. № 531 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800455. – Дата доступа: 04.04.2024.
7. Декрет Президента Республики Беларусь “О развитии цифровой экономики” от 21 декабря 2017 г. № 8 - [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700008. – Дата доступа: 04.04.2024.
8. Информационное общество в Республике Беларусь. Статистический сборник 2023 г. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/231/unbxahp475kxqxdfrz-kiauewx5zv7gtv.pdf. – Дата доступа: 04.04.2024.

УДК 331.1

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

П.С. Эльснер, магистрант,

Научный руководитель – **О.В. Володько**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Интернет-маркетинг – это использования всех методов традиционного маркетинга в интернете, затрагивающая основные элементы маркетинга:

- цена,
- продукт,
- место продаж,
- продвижение.

Основной целью этого вида маркетинга является получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта [1].

Сегодняшняя эффективность интернет-маркетинга находится на высоком уровне, особенно в отношении тех товаров, которые ориентированы на молодежь, проживающую в крупных городах. Количество новых пользователей в социальных сетях растет в арифметической прогрессии. Даже деловые общения все больше переходят в онлайн-формат. Интернет-маркетинг все чаще становится реальным и эффективным инструментом воздействия.

Актуальность данной темы подтверждается растущим числом пользователей интернета как во всем мире, так и в Республике Беларусь.

Интернет-маркетинг также стал неотъемлемой частью при продвижении белорусских брендов. Цифровой маркетинг подразумевает под собой осуществление рекламных акций, которые реализуются через Интернет, включая электронный маркетинг, блоги, SEO и социальные сети.

За последние 20 лет бизнес-сфера Беларуси претерпела множество трансформаций. Условия для ведения предпринимательской деятельности в республике постоянно совершенствуются. Интернет-маркетинг дает возможность расширить аудиторию для продвижения товаров (в начале 2023 года в Беларуси было 8,27 миллиона пользователей интернета, и около 45% граждан Беларуси зарегистрированы в социальных сетях). Компании используют различные каналы для продвижения своих товаров и услуг, включая интернет-магазины, блоги, корпоративные сайты и т.д.

Но все это ведет к значительной конкуренции в области интернет-торговли и интернет-рекламы. В связи с этим возникает потребность в непрерывном совершенствовании своего продукта и, конечно, его рекламы, которая должна делать товар заметным среди конкурентов.

Рассмотрим ситуацию на рынке интернет-рекламы в Беларуси. В 2023 году доля интернет-рекламы в общем объеме в Беларуси составила 54%, что на 8% больше, чем в предыдущем году. Однако эти проценты не полностью отражают реальное положение дел, так как если принять во внимание денежное выражение, то мы видим уменьшение рынка интернет-рекламы. За прошлый год он сократился на 10% и составил 89,4 млн рублей, но это не помешало интернет-рекламе занять более чем половину всего рекламного рынка Беларуси [2].

Эта ситуация была вызвана введением санкций, что привело к исчезновению многих крупных транснациональных корпораций с рынка нашей страны и, как следствие, к прекращению их рекламных кампаний. Это особенно сильно повлияло на государственное телевидение, поскольку около 60% рекламы приходилось на ТНК. Значительное сокращение рекламы на телевидении уменьшило его долю в общем объеме рекламы. ТНК прекратили транслировать рекламные кампании на телевидении и в средствах наружной рекламы, но продолжили рекламную активность в цифровом сегменте, в частности, на YouTube. Те же ТНК перераспределили освободившийся бюджет в трейд-маркетинг и ритейл-медиа, где не действуют законодательные ограничения. Возможно, некоторые потребители воспримут снижение объема рекламы как положительное изменение, учитывая, что большинство людей не приветствуют постоянно растущий поток рекламных материалов. Однако, негативные аспекты текущей ситуации являются более значимыми. Уменьшение количества белорусских онлайн-платформ привело к росту спроса на продвижение в поисковых системах и социальных сетях за пределами страны.

Большой объем бюджета, выделенного на интернет-рекламу, был направлен на иностранные платформы. После уплаты НДС, эти средства покинули пределы нашей страны, что означает, что они не способствовали развитию экономики Беларуси и не вносили вклад в улучшение экосистемы рекламного рынка. Это привело к уменьшению числа рабочих мест, сокращению налоговых поступлений, уменьшению количества программных продуктов и т.д.

Отток зарубежных брендов и рекламодателей также повлиял на белорусские предприятия. В связи с тем, что количество предложений уменьшилось, а спрос остался прежним, многие потребители стали выбирать отечественную продукцию. Это указывает на то, что конкуренция на белорусском рынке стала менее интенсивной.

Интернет-маркетинг, особенно интернет-реклама, играют ключевую роль в формировании конкурентоспособности компаний. Следовательно, государству необходимо активно вовлекаться в их развитие и предоставлять поддержку, создавая благоприятные условия для их прогресса.

Список использованных источников

1. Халлиган, Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган. – М. : «Диалектика», 2010. – 456 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 04.04.2024.

В.В. Якимук, 1 курс

Научный руководитель – А.А. Василевска, ассистент кафедры экономики и бизнеса

Полесский государственный университет

В современных условиях развитие малого бизнеса становится одним из ключевых факторов устойчивого экономического роста и социальной стабильности для многих стран. В Республике Беларусь вопрос развития сектора малого и среднего предпринимательства приобретает особую актуальность и значимость в контексте стремительных изменений, происходящих как на мировой арене, так и внутри страны.

Сегодня белорусская экономика стоит перед вызовами, требующими активной поддержки и стимулирования предпринимательской активности на всех уровнях. В свете этих вызовов и потребностей малый бизнес выступает важным катализатором экономического роста, способствуя инновациям, увеличению занятости, развитию региональных экономических потенциалов и сокращению социальной неравенства.

В Беларуси существует множество вариантов поддержки малого и среднего бизнеса. В данный момент действует государственная программа «Малое и среднее предпринимательство» на 2021–2025 годы. Она направлена на создание благоприятной деловой среды для развития предпринимательства, стимулирование инициативности и предприимчивости граждан. К основным приоритетам этой программы относят:

- стимулирование деловой инициативы граждан;
- улучшение деловой среды для роста предпринимательской активности;
- стимулирование субъектов малого и среднего предпринимательства к созданию высокопроизводительных, экспортоориентированных и инновационных организаций [1].

На рисунке 1 представлена динамика изменения расходов по финансированию государственной программы на период ее действия.

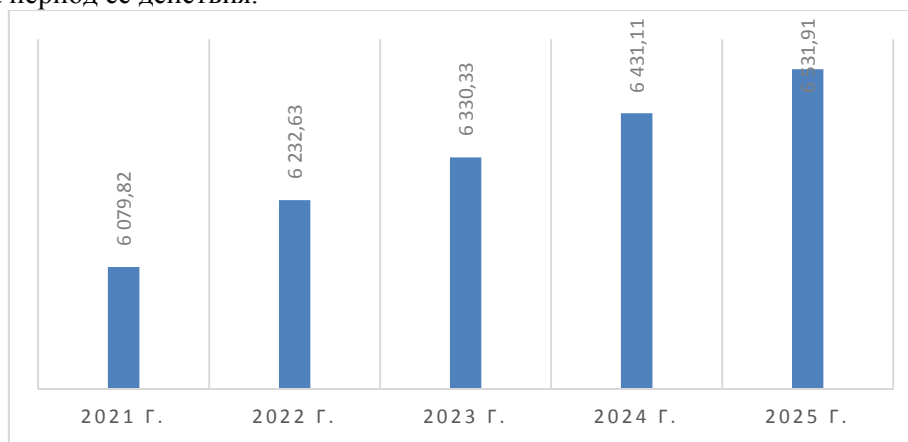


Рисунок – Планируемый объем расходов по финансовому обеспечению реализации государственной программы за 2021-2025 гг, млн.р.

Примечание – Источник: разработано автором на основании [3]

Как видно из рисунка, планируемый объем финансирования растет с каждым годом, что показывает заинтересованность государства в развитии малого и среднего предпринимательства. В 2022 году было реализовано 9 905 241 988,9 рублей на реализацию программы поддержки, что в 1,5 раз больше запланированной суммы [1].

В таблице представлены варианты предоставления финансовой помощи субъектам МСП и условия их получения в нашей стране.

Таблица – Способы получения финансовой помощи субъектами малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь

Способы получения финансовой помощи	Вид	Условия	Кто предоставляет
На возмездной основе	Кредитование	Быть субъектом МСБ, предоставление бизнес-плана к кредитованию определённого проекта.	Беларусбанк
На безвозмездной основе	Банковская гарантия	Заключение с кредитором клиента соглашения о том, что в случае невыплаты долга клиентом, возьмет эти обязательства на себя.	Беларусбанк
	Финансирование	Предоставление хорошего бизнес-плана, наличие прогрессивных идей, а также особенно приветствуются проекты, имеющие научно-техническую направленность	Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство», Республиканский централизованный инновационный фонд и местные инновационные фонды.
	Субсидии	Быть зарегистрированным в качестве безработных в службе занятости, наличие бизнес-плана. Субсидия предоставляется безвозвратно, ее размер составляет 11 бюджетов прожиточного минимума	Государство
	Гранты	Нужно подать заявку, где вы детально описываете свою идею. Если проект актуален, вы получаете грант на него.	Белорусский инновационный фонд, крупные предприятия.

Примечание – Источник: разработано автором на основании [3]

Исходя из представленной информации, можно отметить разнообразие доступных способов получения финансовой помощи для малого и среднего бизнеса в Беларуси. Начинающие предприниматели имеют доступ к различным финансовым инструментам, что способствует развитию и поддержке малого и среднего бизнеса в стране.

Помимо финансовой помощи, важно отметить предоставление государством и нефинансовой помощи. Например, Белорусский инновационный фонд предоставляет инновационные ваучеры. Другими словами, это сертификат, который дает право предпринимателю получить определенные услуги. Например, бизнес-планирование и патентованием разработок.

В Беларуси созданы центры поддержки предпринимательства и бизнес-инкубаторы. Их основная цель – снизить безработицу за счет повышения привлекательности частного бизнеса. Они проводят курсы по обучению, предоставляют оборудование, технику, предоставляют помещения для осуществления предпринимательской деятельности, помогают бизнесменам найти партнеров. Центры рассредоточены по всей Беларуси, что позволяет раскрывать бизнес-потенциал регионов.

Так же для поддержки субъектов МСП существует «Карта инфраструктуры поддержки предпринимательства» [2]. Данный веб-ресурс запущен Министерством экономики РБ в партнерстве с ПРООН. Данная карта помогает найти информацию о действующих в Республике Беларусь инкубаторах малого предпринимательства и центрах поддержки предпринимательства, а также о той поддержке, которую оказывают эти организации по вопросам осуществления предпринимательской деятельности. Данная карта представляет собой удобный инструмент для старта в предпринимательстве и демонстрирует работу государства над снижением барьеров входа в малый и средний бизнес для граждан.

Обобщая информацию выше, можно сделать вывод о разнообразии инструментов поддержки и создании благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса в Беларуси.

Список использованных источников

1. Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/gos-progr-2021-2025/Postanovlenie-Soveta-Ministrov-Respubliki-Belarus-ot-29.01.2021-56-v-red.-ot-20.11.2023.pdf> – Дата доступа: 06.04.2024.
2. Минэкономики запустило новый веб-ресурс для поддержки субъектов МСП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/news-ru/view/minekonomiki-zapustilo-novyj-veb-resurs-dlja-podderzhki-subjektov-msp-48072-2023> – Дата доступа: 06.04.2024.
3. Большая поддержка малого бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/bolshaya-podderzhka-dlya-malogo-biznesa> – Дата доступа: 06.04.2024.

УДК 338.1

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

А.А. Яцына, 2 курс

Научный руководитель – В.А. Якимович, преподаватель
Белорусский национальный технический университет

В развитии экономики немаловажно играет малый и средний бизнес. Когда речь идет о малых и средних бизнесах, подразумевают коммерческую организацию или индивидуального предпринимателя, которые занимаются деятельностью, направленной на получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, оказании услуг и т.д. В зависимости от размера доходов и численности сотрудников выделяет микро, малый, средний и крупный бизнес. Малый и средний бизнес участвует как в формировании сбалансированного социально-экономического роста, а также в создании условий для оптимальной конкурентной среды. Несмотря на постоянную активность, направленную на ведение бизнеса и улучшение экономических показателей в стране, показывают незначительные изменения как уход в теневой сектор.

Теневой бизнес представляет собой весьма разностороннее явление, которые затрагивают все сферы жизнедеятельности. Экономические отношения, совершаемые субъектами бизнеса в теневом поле, полностью или частично являются неконтролируемыми и неправовыми, которые не учитываются в официальных оценках ВВП. Бобкова И.Н, привела данные, что «по статистике 2023года, удельный вес теневой экономики в Беларуси оценивается примерно в 20–22 % ВВП: около 13 % приходится на ненаблюдаемую экономику, объем которой оценивается по методикам ООН и международных финансовых организаций, и 7–9 % формируется за счет сектора экономики, имеющего деструктивный характер, связанный с игнорированием официальных механизмов налогообложения, принятого в стране законодательства» [1, с.13]. К занятым в теневом секторе относятся люди, которые работают на предприятиях и не зарегистрированы в качестве юр. лица. Такие виды деятельности могут быть само занятые, индивидуальные предприниматели и лица работающие у них по найму. Согласно данной классификации, в число занятых в неформальном секторе экономики не включаются работники предприятий, не зарегистрированных в трудовой договор или получающие «серую» зарплату. Одной из главных причин, почему бизнес уходит в теневую экономику - являются уклонения от налогов. Гамза выделил «уклонение от уплаты налогов стало нормой поведения многих хозяйствующих субъектов. В результате нарушаются правила честной конкуренции, происходит получение выгод уклоняющимися от налогов, растёт коррупция, капиталы, полученные таким образом, уходят за рубеж» [2, с.207-208]. Участие в теневой экономике приводит к снижению налоговых поступлений и ослабление финансовой стабильности государства, что влияет на экономическую среду и бизнес. Второй причиной Бобкова описала, «что в условиях экономического кризиса теневая экономика поглощает большое количество бизнесов предоставляя им возможность получать средства к существованию. Следовательно, уменьшается давление на рынок труда и снижается безработица. При этом более высокая, чем в среднем по общественному производству, заработная плата привлекает в теневую экономику многих квалифицированных и деятельных работников. Кроме того, теневая экономика увеличивает общие объемы производства товаров и услуг, стимулирует ценовую конкуренцию» [1, с.13]. Существует множество факторов ухода бизнесов в тень, на данный момент не имеется методологических решений по борьбе с теневой экономикой, которые предусматривают региональные особенности, рассматривают в действительности всевозможные её проявления. Сокращение уровня теневого

оборота невозможно решить единичными методами. Исследованные страны, добившиеся понижение доли теневой экономики в производстве ВВП, свидетельствует, что сосредоточенные в ней огромные капиталы могут быть использованы для инвестиций в легальную экономику.

Необходимые знания взаимосвязей между теневой экономикой и бизнесом улучшает понимание проблемы, с которыми могут сталкиваться предприниматели. Для того чтобы сократить масштабы теневой экономики в деятельности субъектов в сфере бизнеса, государству как регулятор деятельности необходимо разработать и внести условия, чтобы реализовывать хозяйственную деятельность в секторе теневого оборота было невыгодно для бизнесов.

Список использованных источников

1. Бобкова, И. Н. Теневая экономика как угроза экономической безопасности государства / И. Н. Бобкова // *Экономико-правовые вопросы обеспечения экономической безопасности Республики Беларусь* : респ. Науч.-практ. Конф. (Минск, 27 нояб. 2020 г.) : тез. Докл. / УО «Акад. М-ва внутр. Дел Респ. Беларусь»; [редкол.: А. А. Вишневикий (отв. Ред.), О. В. Маркова, А. В. Дешук]. – Минск, 2020. – С. 11 – 14.

2. Гамза, Я.В. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в контексте теневой экономики/ Я.В. Гамза // *Общественные науки: Экономика и экономические науки*.- Минск: БГУ, 2020.-С. 206-209.

3. Бокун, Н.Ч., Кунцевич, В.П. Проблемы измерения и ограничения нелегальной экономической деятельности / Н.Ч. Бокун , В.П. Кунцевич // *Экономика .Управление. Инновации*.-Минск, 2019.-№2(6). -С.16-25.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

УДК 334.021: 338.46

РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК БЕЛАРУСИ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТРЕНДЫ 2024 ГОДА

В.В. Белянова, магистрант
Научный руководитель – **В.Ю. Друк**, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Рынок рекламы традиционно привлекает исследователей, поскольку он является индикатором не только бизнес-процессов, складывающихся в экономике, но и поведенческих предпочтений потребителей, а также разнообразных кругов рекламодателей в стране и мире. Рынок глобализован, в связи с чем национальные рынки весьма отзывчивы на глобальные тенденции и следуют им. На рисунке представлена структура рекламного рынка Республики Беларусь по используемым средствам рекламы, которая хорошо демонстрирует следующие глобальные тенденции:

- ускоренный рост Интернет-рекламы, доля этого сегмента за десять с небольшим лет вырос практически в 8 раз;

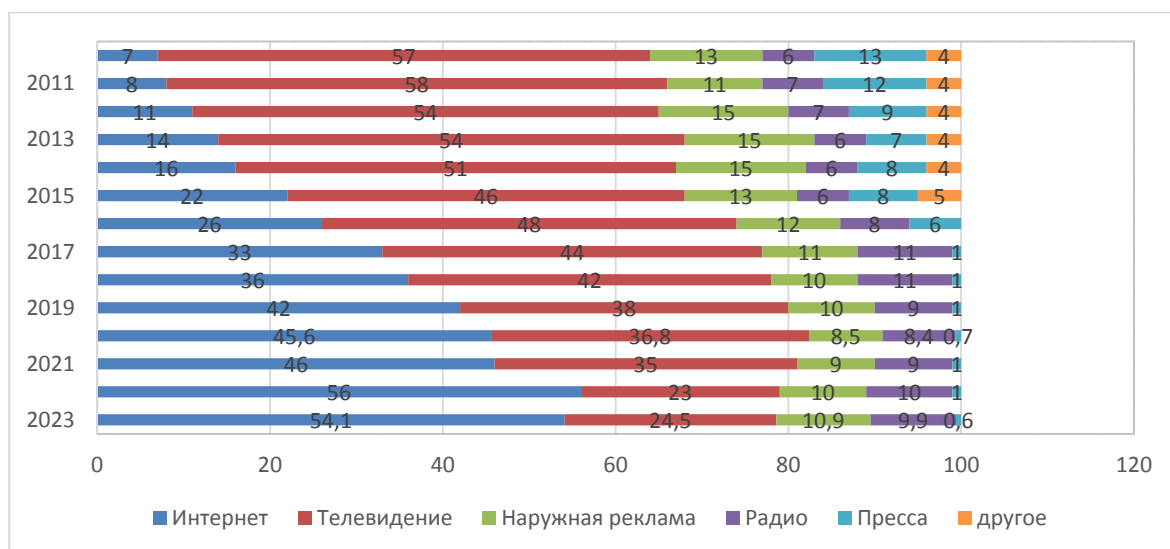


Рисунок – Структура рынка рекламы Беларуси по средствам размещения в 2010-2023 гг.

Источник: составлено по данным АРО [1]

- резкое падение значимости печатной рекламы – за анализируемый период снижение доли сегмента более чем в 13 раз;

- относительно стабильной, хотя и небольшой, сегмент радиорекламы и наружной рекламы;

- наличие как минимум двух пар конкурирующих сегментов: первая – это Интернет и телереклама, совокупный удельный вес этой пары на рекламном рынке находится на уровне 65-80% всего рынка, наиболее острая конкуренция идет внутри этого сегмента; вторая – это сегменты радиорекламы и наружной рекламы, этой паре принадлежит 20-22% всего рекламного рынка.

По последним данным Digital Report 2024, в начале текущего года в Беларуси насчитывалось 8,48 млн интернет-пользователей, интернет занимает большую часть в структуре расходов на рекламу (54% по оценкам АРО за 2023 год).

Рынок рекламы в Беларуси пережил непростой период в 2022-2023 годах. Сначала в 2022 году он испытал ряд шоков, в результате чего объем рынка сократился почти на 25%. По оценке экспертов, объем рынка ТВ-рекламы в 2022 году упал на 49% по отношению к 2021 году. Главными

рекламодателями на «голубом экране» стали производитель продуктов питания PepsiCo (с долей в 9%), ритейлер «Санта» (8%), мобильные операторы А1 (8%) и МТС (6%). Из-за санкционного давления с телерекламного рынка Беларуси ушли или остановили рекламные кампании многие крупные транснациональные корпорации (ТНК) P&G, Mars, McDonald's, JYSK, Jacobs, Ferrero, Nestle, L'Oreal, Berlin-Chemie, Sanofi и другие. Это имело существенное влияние именно на государственное ТВ, поскольку доля ТНК там изначально была наибольшей – около 60%.

По итогам 2022 года падение рынка радиорекламы эксперты АРО оценили в минус 12% по отношению к 2021 году. Крупнейшими рекламодателями сегмента стали А1 (4%), Лекфарм (3%), МТС (3%), ритейлеры Патио (2%) и Беловелиторг (2%). Схожую динамику с рынком радиорекламы показали наружная реклама (снижение на 11%) и реклама в печатных СМИ (минус 15%).

Прекратив рекламные кампании на ТВ и в средствах наружной рекламы иностранные торговые марки сохранили рекламную активность в digital-сегменте, в частности, — в YouTube, отметили в АРО. Наблюдался активный рост бюджетов, направленных теми же ТНК в трейд-маркетинг, ритейл-медиа, в размещение рекламы на мониторах АЗС и в бизнес-центрах, где не действуют законодательные ограничения и транслируется реклама от детских товаров до алкогольной продукции.

При этом рынок интернет-рекламы за 2022 год сократился всего на 10%, что позволило ему занять большую половину всего рекламного рынка Беларуси. На фоне сокращения белорусских онлайн-ресурсов вырос спрос на продвижение в зарубежных поисковых системах и в социальных сетях. Правда, ряд бизнесов в Беларуси меньше пользовались Яндексом и Google, а нарастили размещение в Meta (Facebook и Instagram), myTarget (платформы для рекламы на проектах VK), TikTok, LinkedIn. Тестирование разных площадок и их возможностей позволяет бизнесам эффективно расходовать средства с максимальными результатами. Из-за того, что наибольший объем бюджетов в digital-сегменте пришелся на зарубежные площадки, то это означает, что после уплаты НДС деньги ушли из страны, не работали на экономику Беларуси и не участвовали в создании внутренней экосистемы рекламного рынка.

Помимо ухода большого количества иностранных рекламодателей к сжатию рынка Беларуси привели ослабший потребительский спрос, введение сбора с рекламодателей и приостановка рекламной активности некоторыми белорусскими бизнесами.

Более стабильным оказался 2023 год. Бизнес-среда перестроилась на новый формат работы с персональными данными, некоторые рекламодатели сокращали бюджеты, другие, наоборот, увеличивали; происходила ротация брендов и замещение одних компаний другими. Часть технического инвентаря, которая была привычна для рынка, стала недоступна для закупки (по экономическим, географическим и юридическим причинам), в итоге рынок смог перестроиться и найти альтернативы (появился запрос на промо от российских брендов – они рассматривают Беларусь как возможность расширить рынок сбыта и прирасти новой аудиторией). Из последнего отчета АРО следует, что в 2023 году намечилось восстановление: объем рынка составил 204,5 млн рублей и увеличился более чем на 20% в рублевом выражении и на 6% - в долларом.

Эксперты прогнозируют, что на рекламный рынок в 2024 году будет влиять несколько факторов.

1) дальнейшая реализация норм Закона о персональных данных: влияние будет заметно как на уровне настройки и сбора согласия с аудитории, так и на уровне технического инвентаря. Ожидается, что на сайты вернутся статичные баннеры «для всех» или возникнет какое-то новое технологическое решение – без использования cookies. Маркетологам станет сложнее находить аудиторию на основе интересов, площадки будут вводить решения, которые позволят показывать рекламу не по принципу сегментации аудитории, в выигрыше окажутся площадки, которые могут определить интерес пользователя на своих данных, по поведению в определенных категориях: маркетплейсы, классифайды, тематические сайты и приложения.

2) активное использование возможностей искусственного интеллекта. Самый известный пример – это нейросети, на основе которых построен поиск рекламных систем Яндекса. ИИ позволяет получить глобальные преимущества, поскольку он обеспечивает: 1) высокую скорость обработки большого количества данных (появилась возможность быстрее оказывать услугу, используя ИИ); 2) большие возможности; 3) качество (при правильном использовании алгоритмов и грамотном подходе повышается качество услуг); 4) отсутствие языковых ограничений; 5) снижение трудоза-

трат (потребность в новых сотрудниках отпадает, число уже работающих можно оптимизировать и ускорить их работу);

3) Изменения в законе о рекламе. В январе 2024 года приняты новые поправки в закон о рекламе, которые повлияют на рекламный рынок как в офлайне, так и в онлайн. Все площадки, которые размещают рекламу онлайн, будут обязаны до 12 июля зарегистрироваться в Реестре рекламодателей. Кроме того, индивидуальным предпринимателям запретили размещать рекламу третьих лиц. Из-за запрета на размещение рекламы некоторых видов услуг (например, обучения за рубежом) рекламодателям и рекламодателям нужно будет еще более внимательно относиться к размещению информации на сайтах, наружную рекламу теперь необходимо будет согласовывать с исполкомами, увеличено время, когда можно рекламировать слабоалкогольные напитки и пиво на радио и телевидении.

Список использованных источников

1. Рекламный рынок Беларуси: экспертная оценка Ассоциации рекламных организаций [электронный ресурс]. Режим доступа: https://aro.by/?page_id=354

2. Что ждет рекламный рынок Беларуси? [электронный ресурс]. Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/cto-zdet-reklamnyj-rynok-belarusi-o-trendah-novaciach-i-prognozah-rasskazal-ekspert>

УДК 33.339.138

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING

А.В. Борисевич, А.А. Федечко, 3 курс
Научный руководитель – **Л.А. Изотова**
Полесский государственный университет

Artificial intelligence (AI) was established as a separate field of study in 1956 due to the work of four scientists: John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester, and Claude Shannon. In 1958, the first programming languages were developed for creating AI, which have been used and improved ever since.

Artificial intelligence (AI) is a technology that allows systems, machines, or computers to perform creative tasks that require intelligent thinking. It simulates human behavior by analyzing data and making decisions based on patterns [1].

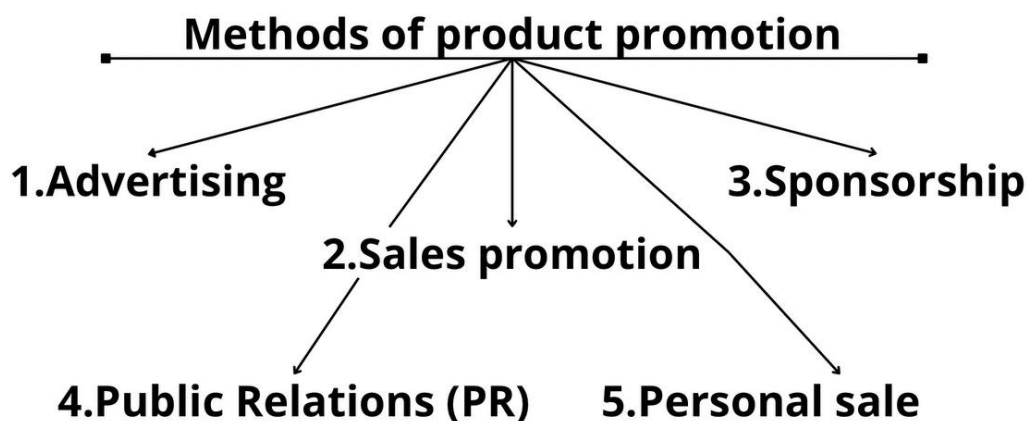
Artificial intelligence has several advantages such as automation and process optimization, improved decision-making and performance enhancement. Besides the development of new technologies is facilitated by AI research, artificial intelligence can help detect cyber attacks, protect information and prevent security threats. What is more, creating personalized products and services using AI allows you to tailor products and services to meet the unique needs of individual customers, leading to increased customer satisfaction.

Artificial intelligence has become widely used and possesses such abilities as generating text documents, creating artistic designs, entering data, analyzing data, editing videos, finding information, crafting presentations and editing music and more.

Marketing is a set of goals, objectives, functions, methods and strategies for the successful development, promotion and distribution of products or services to customers [2]. It also includes managing relationships with customers, employees, suppliers and other stakeholders in order to benefit the company. Marketing uses a variety of methods to promote products, including advertising, public relations, sales and social media. These efforts aim to increase awareness of the product, generate interest and ultimately drive sales (picture).

Also in the modern world non-traditional promotion methods are becoming increasingly popular: ambient media, product placement, creative PR, storytelling, merchandise, targeted marketing, identity marketing, viral marketing and shockvertising.

Artificial intelligence in marketing can reduce costs by replacing human operators with AI chatbots and increase efficiency by analyzing large amounts of data to personalize content more accurately and quickly than humans can do.



Picture 1 – Methods of product promotion

Thus, artificial intelligence plays an important role in marketing, helping not only with basic tasks, but also as an assistant to advertising, public relations and sales promotion specialists. For example, AI can create unique images for advertising campaigns, optimize PR tasks, automate production and logistics processes and analyze the market to determine the best price for products. In addition, artificial intelligence helps create databases of potential customers and provides graphic support for the presentation of goods and services.

The use of artificial intelligence has led to the development of a new approach in marketing known as AI marketing it is a method that uses consumer data and artificial intelligence techniques such as machine learning to optimize the path to purchase for each individual [3].

New marketing strategies based on artificial intelligence the most effective ones are include pay-per-click (PPC) advertising that attracts the target audience to a website; personalized messages and advertisements that increase the attractiveness of products or services to consumers; predictive analytics using data used to understand the behavior of potential customers and create more effective marketing campaigns; and deep learning that which applies machine learning algorithms to extract meaningful insights from large amounts of data and can help improve the effectiveness of these campaigns [4].

More companies around the world are taking an innovative approach to their development which has led to the emergence of new business models including the use of artificial intelligence.

According to Gartner’s statistics, from 2015 to 2019, the number of companies using AI grew by 270%. These include some of the world’s largest companies, such as Alibaba, Google, Amazon, Apple, and Facebook, as well as many others.

Projects on the introduction of artificial intelligence (AI) into production are actively being developed in the Republic of Belarus and? What is more? It is planned to create a national AI system. The Interdisciplinary Research Center for AI has gathered experts from various fields to conduct researches in this area, both through government research programs and with private investments. One notable example of AI use in Belarus is Mirosha, a robot that was created in 2021 as a guide for the Museum of Local Lore as a part of the Cyber Museum project. Mirosha uses AI to provide information and answer questions about the museum’s exhibits.

Thus, artificial intelligence (AI) in marketing has become increasingly important in solving complex and critical business tasks. It relies on machine learning and programming to optimize company processes based on data analysis allowing it to analyze large amounts of information, to verify decisions, and to communicate with customers. Besides, AI can make high-quality predictions for decision-makers. Artificial intelligence (AI) is being increasingly used to solve complex problems and optimize business processes. By using machine learning and programming AI analyzes vast amounts of data and interacts with customers. It also makes forecasts and assists in making informed decisions. AI is a powerful marketing tool that has the potential to revolutionize the industry.

Список использованных источников

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 527 с.

2. Басовский, Л.Е. Маркетинг: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 300 с.
3. Ньюэл, А., Саймон, Г. GPS – программа, моделирующая процесс человеческого мышления. – М., 2015. – 301 с.
4. Потапов, А.С. Технологии искусственного интеллекта. – СПб: СПбГУ ИТМО, 2010. – 218 с.

УДК 332.143

РОЛЬ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Е.А. Бриштен, К.С. Веселкина, 2 курс

Научный руководитель – **А.А. Василевска**, ассистент кафедры

Полесский государственный университет

Туризм часто воспринимается как средство для стимулирования экономического прогресса в регионах, предлагая решение для создания новых рабочих мест и увеличения доходов, привлечения инвестиций и предотвращения миграции населения благодаря формированию благоприятных социально-экономических условий для будущего. Тем не менее, часто высокие ожидания не оправдываются из-за недостаточного количества туристов или недостаточного экономического эффекта от туризма. Для более точного прогнозирования и выбора эффективных стратегий развития необходимо лучше понимать, какие факторы влияют на экономические итоги туристической индустрии и возможно ли использовать эти знания для принятия обоснованных решений. Однако перед этим важно определить реальное экономическое воздействие туристической деятельности.

К тому же, сложность структуры туристической индустрии требует значительных усилий для оценки её экономического вклада в различные подсекторы и в экономику страны или региона в целом. В данном исследовании рассматривается экономическое воздействие туризма и определяются ключевые аспекты его влияния на туристические направления.

Целью исследования является оценка вклада туристического сектора в экономику Брестской области и разработка предложений для усиления его роли в социально-экономическом прогрессе региона.

Туризм в Брестской области представлен разнообразными видами, каждый из которых привлекает туристов своими уникальными возможностями.

Развитие туризма в Брестской области активно поддерживается за счет участия в международных туристических форумах и постоянного расширения инфраструктуры, включая гостиницы, санатории, агротуристических объектов и маршрутов.

Туризм оказывает значительное влияние на экономику Брестской области, способствуя созданию рабочих мест, привлечению инвестиций и развитию местной инфраструктуры. Он также играет важную роль в сохранении культурного и исторического наследия региона, привлекая туристов к его уникальным достопримечательностям.

В соответствии с указом № 300 "Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан" от 7 августа 2019 года, была образована зона без виз для иностранцев "Брест-Гродно", которая дает возможность гражданам из 73 стран посещать определенные районы Брестской и Гродненской областей без необходимости визы. Это привело к тому, что большая часть туристического потока в году сосредоточилась в Минске, а также Гродненской и Брестской областях, причем на последнюю приходилось 31,3% всех прибытий [1].

Благодаря своему удобному географическому положению на границе, доступности транспорта, особенно учитывая расположение европейского транспортного коридора, а также благодаря развитой инфраструктуре для туристов и узнаваемому бренду, Брестская область привлекает множество посетителей как из других регионов страны, так и из-за рубежа. Согласно информации от Национального статистического управления Республики Беларусь, в 2022 году регион посетило 873,7 тысячи туристов и экскурсантов, в том числе численность организованных иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь и обслуженных туристическими организациями Брестской области, – 80,1 тыс. человек [2].

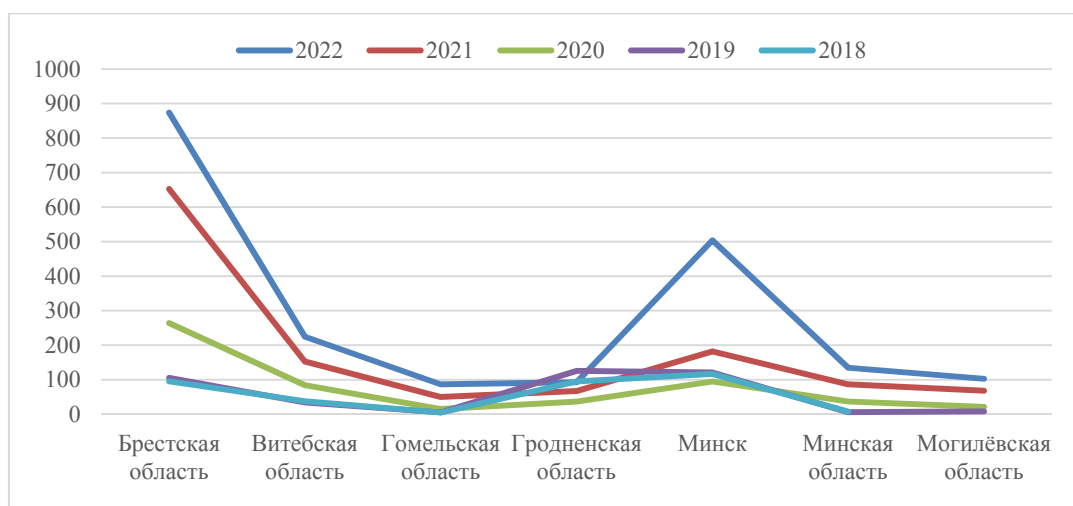


Рисунок – Численность туристов и экскурсантов, обслуженных организациями, осуществляющими туристическую деятельность по областям и г. Минску в 2018-2022 гг. (тыс. чел.)

Примечание — Источник: Собственная разработка на основании [1].

Динамику развития туризма в области отражает также агроэкотуризм. В 2023 году число субъектов в этой сфере достигло отметки в 356, что на 73 меньше, чем в предыдущем году. Количество агротуристов уменьшилось на 11,7 тысяч человек, или на 4,9%, и достигло 91,3 тысячи, среди которых 1,7 тысячи составили иностранцы. Агроусадыбы расположены по всей территории области, причём наибольшее их количество находится в Брестском (79), Каменецком (73), Кобринском (38) и Барановичском (29) районах [3].

В качестве ключевых задач для улучшения туристической отрасли в Брестской области выделяются создание и внедрение инновационных проектов, направленных на укрепление внутреннего туризма через сеть туристических маршрутов и кластеров, улучшение навигационной и информационной систем, внедрение туристического брендинга, а также защита природных и историко-культурных ценностей региона. Эти инициативы предполагают использование новаторских методов развития территорий, усиление межведомственного и частного сотрудничества, а также применение маркетинговых стратегий для продвижения Брестской области как привлекательного направления для туристов и важности историко-культурного наследия.

Реализация пилотного проекта по развитию внутреннего туризма в туристическом регионе "Припятское Полесье", охватывающем Дрогичинский, Ивановский, Лунинецкий, Пинский и Столинский районы, а также город Пинск, успешно продолжается.

В контексте данного проекта было разработано 15 новых маршрутов для туристов и экскурсантов. Среди них - велосипедный маршрут "Янаўскі ровар" и водные трассы для каякинга "Днепр-Бугский рубеж" и "Буг объединяет нас". Туристам предоставляется возможность безвозмездно взять в аренду каяки и всё необходимое снаряжение, а также посетить обучающие мастер-классы по водным видам спорта. Для обучения и тренировок в безводной среде предусмотрен специальный каяк-симулятор, доступный для молодежи, пожилых и лиц с ограниченными возможностями. Кроме того, все туристические центры оснащены портативными электронными устройствами для перевода, что делает их доступными для иностранных гостей.

Принимая во внимание постоянно увеличивающийся поток отечественных и иностранных туристов, а также значительный рост числа объектов туристической инфраструктуры, можно с уверенностью сказать, что туризм в Брестской области развивается динамично, и данное направление в экономике области является перспективным.

Список использованных источников

1. Национального статистического управления Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/219/en241aiux1s1pbgn1xrk472s43q20j7p.pdf>. – Дата доступа: 16.03.2024.

2. Национальный центр правовой информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/>. – Дата доступа: 21.03.2024.

УДК 374.33

АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННЫХ МОЛОДЕЖНЫХ ПРОГРАММ В СФЕРЕ ТУРИЗМА РОССИИ И БЕЛАРУСИ

Е.В. Воронкова, 1 курс

Научный руководитель – **К.С. Гернега**, директор Центра профилактики
асоциального поведения

Южно-Уральский государственный университет

Сегодня в России ведётся активная работа для укрепления российского образовательного и «свободного» туризма, приближения его к общемировым стандартам. В частности, Комитет АТОР по образовательным поездкам и детскому туризму ведёт переговоры с дипломатическими представительствами разных стран для упрощения визового режима, занимается информированием российских туристов об их правах и возможностях и т. д. И конечно, представители Комитета АТОР надеются, что количество российских путешественников, выбирающих импровизированные и полезные поездки, в ближайшее время возрастет [3].

«Сегодня, исходя из законодательно установленного ценза 14-35 лет, эта категория в РФ составляет 37 миллионов человек, почти четверть населения страны. Благодаря такой численности развитие молодёжного туризма является весьма актуальной тенденцией для российского бизнеса [1].

В России существует ряд государственных программ и инициатив, направленных на развитие молодёжного туризма. Молодежные туристические форумы и фестивали активно проводятся на региональном и муниципальном уровне. На 2024 год Программой молодёжного и студенческого туризма (Студтуризм) запланировано проведение восьми Окружных образовательных форумов «Студтуризм-2024». Цель проведения мероприятий — объединение активных представителей молодёжного и студенческого туризма из разных регионов в единое сообщество в каждом федеральном округе Российской Федерации и повышение их профессиональных компетенций. А также презентация новых проектов и векторов развития Программы Студтуризм в 2024 году.

В 2021 году как система поощрения талантливой молодежи за выдающиеся достижения в различных сферах была создана программа «Больше, чем путешествие». Она предоставляет участникам возможность изучать различные регионы России, погружаться в их уникальную атмосферу, общаться с местными жителями и развивать свои навыки. Программа открывает широкие возможности для молодежи в плане культурного обогащения, познания родной страны, а также укрепления патриотических чувств и понимания разнообразия культурного наследия. Этот проект акцентирует внимание на значимости путешествий не только как отдыха и развлечения, но и как инструмента для образования, саморазвития и расширения кругозора молодого поколения. Российская программа «Больше, чем путешествие» способствует формированию позитивного отношения к своей стране и познанию ее богатств.

В Беларуси существует ряд туристических компаний, специализирующихся на образовательном туризме. Это, например, «STEP BY STEP», «Анбоста», «BEARS TRAVEL» и др. Наиболее популярные направления – языковые и образовательные курсы в сочетании с отдыхом. Для языковых курсов туристы часто выбирают Великобританию, Францию, Испанию (в зависимости от изучаемого языка). На сегодняшний день таких туристических компаний в Беларуси пока мало [4]. Так, Варшавский университет ежегодно принимает 200–300 белорусских студентов, на учебу в Германию каждый год уезжают 100–150 белорусов.

Одной из форм путешествия, которые, на первый взгляд, напрямую не относятся к образовательным, могут считаться поездки студенческой молодежи с целью работы в летний период. Так, например, большой популярностью у студентов многих стран пользуются программы «work and travel». Предложения Репозиторий БГУФК «работать и путешествовать» привлекают молодых людей возможностью приобретения каких-либо профессиональных навыков [4].

В Беларуси запланировано проведение инструктивно-методического совещания по вопросу совершенствования деятельности в сфере образовательного туризма в учреждениях высшего образования Республики Беларусь и республиканского семинара для специалистов, курирующих вопросы организации образовательного туризма в регионах «Туристско-экскурсионная деятельность как один из ресурсов патриотического воспитания детей и молодежи». Также в целях популяризации образовательного туризма Министерство спорта и туризма и Министерство образования утвердили План мероприятий по проведению в Республике Беларусь месяца образовательного туризма.

Чтобы углубиться в данную тему, среди студентов ЮУрГУ был проведён опрос «Анализ государственных молодежных программ России и Беларуси» на тему развития молодежного туризма России и Беларуси. Первый вопрос показывает, знают ли студенты о существовании государственных молодежных программ в сфере туризма в России и Беларуси. В ходе исследования было выявлено, что большинство респондентов (71% молодых людей) не знают о существовании образовательных программ.

Почти все опрашиваемые (96%) никогда не участвовали в подобных программах. Большинство студентов (63%) оценивают среднюю эффективность и доступность таких программ, а четверть респондентов (25%) отмечают низкую эффективность и доступность.

Анализ данных показывает, что большинство респондентов (87%) позитивно относятся к возможности посещения Беларуси в рамках программы России. Только 13% отказались бы от участия. Это говорит о том, что большинство людей заинтересованы в расширении географии программы и готовы принимать участие в новых мероприятиях за пределами России.

Большинство опрошенных, а именно 88%, считают, что участие в государственных молодежных программах в сфере туризма способствует развитию молодежи и туризма в целом. Это может говорить о том, что подобные программы действительно имеют положительное влияние на молодежь и способствуют развитию туризма. Однако 8% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос, что может указывать на нехватку информации или наличие сомнений по этому поводу.

Исходя из данных, следует сосредоточить усилия на информационных кампаниях и организации привлекательных мероприятий для участников, так как большинство опрошенных указали эти меры как наиболее важные для увеличения числа участников в государственных молодежных программах в сфере туризма (32% и 29% соответственно). Улучшение условий участия (25%) и расширение партнерских возможностей (14%) также имеют значение, но менее значительное.

Среди студентов удалось выявить очень высокий спрос молодежи на льготы на путешествия и проживание (62%). Программы обмена опытом с молодежными организациями из других стран (19%) также пользуются значительным интересом. Обучающие мероприятия и курсы (11%) тоже имеют свое значение, хотя и в меньшей степени.

Для большинства респондентов наиболее важным аспектом при путешествии является безопасность (86%). Также большое значение придается компании людей (69%), разнообразию программы путешествия (76%), наиболее удобному виду транспорта (56%) и разнообразию питания (52%).

Для создания удовлетворительного опыта путешествия важно обеспечить высокий уровень безопасности, разнообразие программ и питания, удобный транспортный режим и иметь возможность наслаждаться путешествием в приятной компании (рисунок).

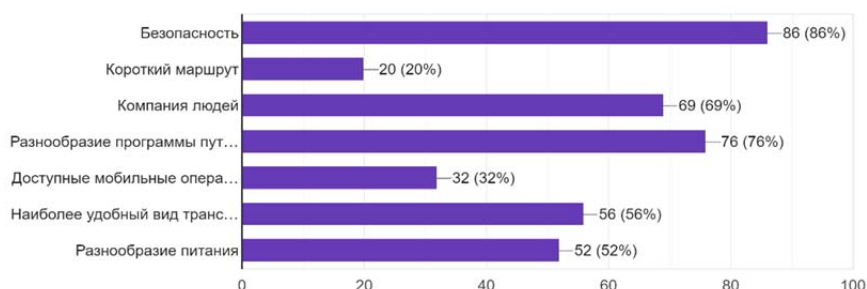


Рисунок – Распределение респондентов по отношению к наиболее важным аспектам при путешествии

Подводя итоги, можно сказать, что Государственные молодежные программы в сфере туризма в России и Беларуси имеют значительный потенциал для культурного обогащения, патриотического воспитания и разностороннему развитию личности у молодого поколения. Однако, выявленные ограничения в финансировании, неравный доступ к программам и ограниченный выбор направлений указывают на необходимость улучшения и дальнейшего развития данных программ. Следует продолжать стремиться к расширению выбора направлений, повышению безопасности участников и увеличению доступности для всех социальных групп.

Список использованных источников

1. Маркетинговое исследование предпочтений молодёжи в области туризма / С. В. Булганина, К. В. Анянueva, Н. С. Тюмина, Ю. Г. Шутова // Интернет-журнал Науковедение. – 2016. – Т. 8, № 4(35). – С. 6. – EDN WRLAQX.
2. Гриц, Е. Н. Современные тенденции и проблематика развития молодежного туризма в Республике Беларусь / Е. Н. Гриц, К. С. Грипич // Туризм и гостеприимство. – 2019. – № 2. – С. 3-8. – EDN LZYWGW.
3. Иванов, В. Д. Образовательный туризм как перспективное направление молодежного туризма / В. Д. Иванов // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2019. – Т. 4, № 1. – С. 98-102. – EDN LQYZTF.
4. Филипович, И. В. Особенности реализации программ международного образовательного туризма в Республике Беларусь / И. В. Филипович, В. В. Праведный // Ученые записки Белорусского государственного университета физической культуры. – 2020. – № 18. – С. 61-69. – EDN VKBMBE.

УДК 004.738.5:339.138

МЕТОДЫ АНАЛИЗА АССОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЯ

И.А. Герасимюк, магистрант

Научный руководитель – **Ю.В. Игнатенко**, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В современных условиях рынка потребители имеют определяющее влияние на игровые правила, включая выбор продуктов и услуг, которые обеспечат компании необходимый уровень конкурентоспособности.

Н.Я. Колюжнова, А.Я. Якобсон считают, что "ассортимент – это набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности" [1].

В.Н. Еремин при определении "ассортимента" использует понятия "товарная номенклатура" и "ассортиментные группы". Под товарной номенклатурой фирмы понимается совокупность товаров (услуг), производимых фирмой. А товарная номенклатура состоит из ассортиментных групп (товарных линий), объединенных по принципу схожести маркетинговых характеристик. Совокупность всех ассортиментных групп фирмы называют ее товарным ассортиментом [2].

Эффективно спроектированный ассортиментный портфель оказывает непосредственное воздействие на сбытовую деятельность, управление маржинальным доходом и, соответственно, на долю чистой прибыли в общей выручке компании. Несбалансированность в структуре ассортимента приводит к убыванию прибыли, утрате конкурентных позиций на перспективных рынках и, как следствие, снижению экономической устойчивости предприятия.

Для осуществления всестороннего анализа ассортимента целесообразно объединить несколько широко применяемых и универсальных методов, адаптировав их к конкретной ситуации организации. Результаты анализа продуктового портфеля, полученные с применением различных методов, подлежат сравнению, после чего на основе полученной информации формулируются предложения по внесению изменений в ассортимент.

1 ЭТАП: ABC анализ.

ABC-анализ базируется на принципе Парето, известном как "правило 80 на 20", подразумевающим, что небольшое количество причин ответственно за большинство результатов. Этот метод анализа приобрел широкое распространение благодаря своей универсальности и эффективности.

С помощью ABC анализа продукция группируется по степени влияния на общий результат, используя критерии такие как: выручка, объем продаж и другие. Часто выручка является более

предпочтительным критерием для группировки. Например, розничные продажи могут быть разделены на группы «А» (продукты, составляющие первые 50% от общей суммы параметров), «В» (продукты, составляющие от 50% до 80% от общей суммы параметров) и «С» (продукты, составляющие от 80% до 100% от общей суммы параметров).

После проведения ABC анализа для групп продукции, проводится анализ внутри каждой группы, например, только для групп «А» и «В». Жесткий контроль рекомендуется для товаров класса «А», текущий контроль для товаров класса «В» и периодический для товаров класса «С».

В ходе ABC-анализа формируется ABC-рейтинг товаров, который помогает определить, какие товары требуют особого внимания. Однако важно помнить о возможных последствиях непроизвольного сокращения товаров из группы «С», что может привести к снижению общего дохода компании. Таким образом, необходимо принимать во внимание не только выручку, но и другие факторы, такие как запасы и использование складского пространства, при принятии решений о сокращении ассортимента.

Можно сказать, что ABC-анализ является мощным инструментом для управления ассортиментным портфелем компании. Путем идентификации ключевых товаров и правильной стратегии контроля можно оптимизировать ассортимент, увеличивая общий доход и сохраняя конкурентоспособность компании на рынке. Однако необходимо быть осторожными при сокращении ассортимента, чтобы избежать негативных последствий для бизнеса.

2 ЭТАП: Анализ по адаптированной матрице BCG.

Матрица Бостонской консалтинговой группы (BCG) – это классический инструмент для анализа ассортиментного портфеля организации. Однако часто возникают сложности при построении классической матрицы BCG из-за отсутствия необходимых данных или сложностей в определении доли рынка конкурентов и других факторов. Адаптированная матрица BCG позволяет провести анализ на основе внутренней информации компании, что делает его более доступным и полезным для принятия решений.

Адаптированная матрица BCG строится на основе следующих принципов: по оси X отображается доля продаж компании, а по оси Y – темпы роста продаж продукта. В случае отсутствия данных о продажах продукта в предыдущем периоде, его темп роста принимается за 100%. Точка разделения товаров по темпам роста определяется как средний темп роста всех продуктов компании за анализируемый период.

После построения матрицы BCG выделяются четыре группы товаров: "звезды", "дойные коровы", "дикие кошки" и "собаки". Для каждой из этих групп существует приоритетная стратегия. "Звезды" – это товары с высокими темпами роста и большой долей рынка, требующие значительных инвестиций для поддержания роста. "Дойные коровы" – это товары с большой долей рынка и низкими темпами роста, приносящие стабильный доход и служащие источником средств для развития компании.

"Собаки" – это товары с малой долей рынка и низкими темпами роста, чье производство может быть невыгодным и требующим дополнительных инвестиций. "Дикие кошки" – товары с высокими темпами роста, но малой долей рынка, которые могут стать "звездами" при достаточном финансировании.

Построение матрицы BCG позволяет не только классифицировать товары, но и отслеживать их динамику во времени. Регулярный анализ по матрице BCG позволяет выявлять изменения в ассортименте и разрабатывать стратегии его управления. Идеальный ассортиментный портфель должен содержать товары с разными уровнями риска и потенциала прибыли, обеспечивая стабильность и долгосрочную прибыльность компании.

Следовательно, анализ по адаптированной матрице BCG является неотъемлемой частью стратегического управления ассортиментным портфелем компании. Путем классификации товаров и выявления их потенциала можно оптимизировать ассортимент и обеспечить долгосрочный успех на рынке. Однако необходимо помнить о необходимости регулярного обновления анализа для адаптации к изменяющимся условиям рынка и сохранения конкурентоспособности компании.

3 ЭТАП: Анализ по методу Дибба-Симкина.

Данный анализ позволяет классифицировать товары и определить основные стратегические направления развития ассортимента компании. Используя информацию о динамике продаж и себестоимости продукции, метод Дибба-Симкина помогает оценить эффективность структуры ас-

ассортимента и идентифицировать товарные группы с наибольшим потенциалом для увеличения прибыли.

В рамках этого метода товары классифицируются на четыре группы в зависимости от их финансового вклада в покрытие затрат:

– Группа А: товары с наибольшим финансовым вкладом, которые являются ключевыми для компании и могут служить эталонами для выбора новых товаров для ассортимента. Стремление к увеличению числа товаров в этой группе имеет наибольшее влияние на общую прибыль компании.

– Группа В1: товары с высокими объемами продаж, требующие стратегий для повышения их доходности, например, увеличение цен или снижение себестоимости.

– Группа В2: товары, для которых необходимо активно искать возможности увеличения объемов продаж, например, через проведение рекламных акций.

– Группа С: товары с наименьшим финансовым вкладом, требующие особого внимания к их замене или исключению из ассортимента.

При анализе ассортимента также важно учитывать следующие аспекты:

1. Время присутствия товара на рынке, так как это влияет на его узнаваемость и спрос у потребителей.

2. Представленность данной продукции у конкурентов, так как более широкий ассортимент у конкурентов может привлечь внимание потребителей.

3. Рыночные тенденции, например, спрос на продукцию, соответствующую здоровому образу жизни, что может указывать на необходимость включения таких продуктов в ассортимент.

Таким образом, анализ ассортимента по методу Дибба-Симкина позволяет предприятиям оптимизировать свой ассортиментный портфель, увеличивая прибыль и конкурентоспособность. Регулярное применение этого метода позволяет им адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и эффективно управлять своими товарными группами.

Проведя такую диагностику своего ассортимента, организация может определить перспективы развития на ближайший период и выявить возможности для повышения его прибыльности. Это позволит ей разработать различные стратегии поддержания или восстановления баланса своего продуктового портфеля. Исследования показывают, что ассортимент оказывает значительное влияние на производственные затраты. Например, сокращение ассортимента наполовину может увеличить производительность на 30% и снизить издержки на 17%, а также существенно снизить точку безубыточности. Повторное сокращение ассортимента дополнительно повышает производительность и дальше снижает издержки, что доказывает эффективность оптимизации ассортимента.

Однако, в большинстве случаев увеличение ассортимента приводит к увеличению издержек на единицу продукции, обычно на 20-35% при удвоении ассортимента. Хотя эта теория проверена на практике, чрезмерное сокращение ассортимента может также привести к резкому снижению продаж из-за недостаточного удовлетворения потребностей потребителей. Поэтому важно сбалансировать ассортимент таким образом, чтобы организация не несла лишних производственных затрат, а потребители оставались довольны предлагаемой продукцией. В итоге, описанная методика анализа и управления ассортиментом должна привести к оптимальному результату, способствуя эффективному управлению ассортиментом и увеличению прибыли компании.

Изучив представленные методы анализа ассортиментного портфеля, целесообразно сбалансировать ассортимент таким образом, чтобы организация не терпела лишних производственных затрат. Важно помнить, что сбалансированный ассортимент не только оптимизирует производство, но также влияет на удовлетворенность потребителей, что прямо связано с выручкой и конкурентоспособностью организации. Имея сбалансированный ассортимент, предприятие может эффективнее управлять маржинальным доходом, что в конечном итоге влияет на общую прибыль и финансовое состояние предприятия.

Также целесообразно объединить различные методы анализа, такие как ABC-анализ и матрица BCG, что в свою очередь позволит организации получить более полное представление о структуре ассортимента. Это важно, поскольку каждый метод фокусируется на разных аспектах ассортиментного портфеля, а их взаимодействие может предоставить комплексный обзор и более ясное представление о ситуации. Помимо этого, важно учитывать не только потребительский спрос, но и показатели рентабельности по видам продукции. Этот подход позволит предприятию оптимизиро-

вать ассортимент, а также позволит не только удовлетворить потребности клиентов, но и максимизировать прибыль с учетом рентабельности каждого товара.

За счет объединения методик анализа и учета рентабельности организация сможет более эффективно управлять своим ассортиментом, принимая более обоснованные решения об ассортиментном портфеле, что напрямую влияет на конкурентоспособность и финансовые показатели.

Список использованных источников

1. Под ред. Н.Я. Колужновой, А.Я. Якобсона. Маркетинг: общий курс [Текст]: Учеб. пособие / Под ред. Н.Я. Колужновой, А.Я. Якобсона. – М.: Изд-во Омега-Л, 2009. – 476 с.
2. Еремин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации [Текст]: учебник / В.Н. Еремин. – М.: КНОРУС, 2009. – 656 с.
3. Анализ ассортиментного портфеля компании: BCG-матрица и другие. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finlevels.ru/analiz-assortimentnogo-portfelya-kompanii-bcg-matricza-i-drugie/> - (дата обращения: 18.04.2024)

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА КАЗАХСТАНА

Л. Гузеев, студент

Научный руководитель – **А.Е. Жансагимовой**, доктор, ст.преподаватель
Казахский национальный университет им.АльФараби, Алматы

Роль Маркетинга в Устойчивом Бизнесе

1. Понимание Потребностей и Ожиданий Рынка: Маркетинговые исследования позволяют бизнесу лучше понять потребности и ожидания рынка относительно устойчивых продуктов и услуг. Это включает в себя предпочтения потребителей по отношению к экологическим аспектам, социальной ответственности и качеству продукции.

2. Формирование Бренда с Устойчивыми Ценностями: Маркетинг может помочь бренду выразить свои устойчивые ценности и принципы, такие как экологическая ответственность, социальная справедливость и качество продукции. Это помогает привлечь клиентов, разделяющих эти ценности, и создать лояльное сообщество вокруг бренда.

3. Продвижение Устойчивых Практик: Маркетинг может стимулировать устойчивое потребление, привлекая внимание к продуктам и услугам, которые способствуют сохранению окружающей среды и социальной справедливости. Это включает в себя использование экологических упаковок, снижение отходов и участие в социальных инициативах.

4. Создание Сообщества и Движения: Маркетинг может помочь создать сообщество вокруг бренда, которое поддерживает устойчивые ценности и участвует в общественных инициативах. Это способствует формированию позитивного общественного восприятия бренда и укреплению его позиций на рынке.

Значение маркетинга для устойчивого бизнеса

1. Создание Долгосрочной Ценности: Маркетинг, ориентированный на устойчивость, помогает бренду создавать долгосрочную ценность для своих клиентов и общества в целом. Это способствует укреплению позиций бренда на рынке и повышению его конкурентоспособности.

2. Укрепление Брендовой Лояльности: Устойчивый маркетинг способствует формированию более глубокой связи между брендом и его клиентами, что приводит к увеличению брендовой лояльности и повторным покупкам.

3. Повышение Конкурентоспособности: Бренды, интегрирующие устойчивость в свои маркетинговые стратегии, могут выделиться на рынке и привлечь внимание целевой аудитории. Это дает им конкурентное преимущество и способствует долгосрочному росту и успеху.

Практики устойчивого маркетинга

1. Экологические Инициативы: Использование экологически устойчивых материалов, уменьшение выбросов и энергопотребления, поддержка программ по охране окружающей среды.

2. Социальная Ответственность: Участие в общественных инициативах, поддержка благотворительных организаций, борьба с неравенством и дискриминацией.

3. Прозрачность и Коммуникация: Открытость по отношению к своим практикам и политикам, общение с клиентами и заинтересованными сторонами о своих устойчивых инициативах и достижениях.

4. Образование и Вовлечение: Проведение образовательных мероприятий и кампаний, направленных на повышение осведомленности и вовлечения общества в устойчивые практики и потребление.

В условиях современного мира Казахстан стремится к развитию устойчивого бизнеса, который не только обеспечивает экономический рост, но и учитывает социальные и экологические аспекты. Маркетинг играет ключевую роль в достижении этой цели, привлекая внимание к устойчивым практикам и стимулируя спрос на продукты и услуги, соответствующие принципам устойчивого развития.

Казахстанский опыт в области устойчивого бизнеса:

1. Экологическая устойчивость: Казахстан сталкивается с вызовами в области экологии, включая проблемы загрязнения воздуха, управления отходами и сохранения природных ресурсов. В этом контексте маркетинг может помочь компаниям и организациям привлечь внимание к экологически устойчивым практикам, таким как использование альтернативных источников энергии, уменьшение выбросов и внедрение эффективных методов управления ресурсами.

2. Социальная ответственность: Казахстан также активно развивает концепцию социальной ответственности бизнеса (CSR). Маркетинг может быть использован для коммуникации о социальных инициативах, поддержке благотворительных программ, а также создания позитивного образа компаний среди потребителей, учитывающих социальные аспекты при выборе товаров и услуг.

3. Развитие устойчивого туризма: Казахстан обладает богатым природным и культурным наследием, что делает туризм важным направлением для развития экономики. Маркетинг может помочь развивать устойчивый туризм, привлекая внимание к экологической и культурной ценности регионов, содействуя сохранению природы и традиций народов Казахстана.

4. Стимулирование инноваций: Маркетинг может играть роль в стимулировании инноваций, направленных на устойчивое развитие. Это включает в себя разработку новых экологически чистых технологий, улучшение энергоэффективности, а также создание продуктов и услуг, способствующих улучшению качества жизни населения.

Однако, на пути к устойчивому бизнесу могут возникать определенные вызовы, включая отсутствие осведомленности о преимуществах устойчивого развития, экономические ограничения на внедрение инноваций и нехватку ресурсов для реализации устойчивых практик. В этом контексте маркетинг играет ключевую роль в преодолении этих вызовов путем образования и информирования общества о преимуществах устойчивого развития бизнеса, создания позитивного восприятия устойчивых продуктов и услуг, а также мобилизации ресурсов и партнерств для реализации устойчивых проектов.

Инновации в маркетинге устойчивого развития бизнеса в Казахстане могут включать в себя ряд подходов и стратегий, направленных на создание долгосрочной стабильности и увеличение конкурентоспособности компаний в условиях изменяющейся экономической среды и социальных требований. Вот некоторые из них:

Социально ответственный маркетинг: Компании могут активно включаться в решение социальных и экологических проблем, связанных с их бизнесом. Это может включать в себя участие в программах по охране окружающей среды, поддержке местных сообществ, социальным проектам и т.д. При этом маркетинговые компании должны акцентировать внимание на таких инициативах в своих коммуникациях с потребителями.

Развитие зеленых и инновационных продуктов: Компании могут инвестировать в разработку и продвижение экологически чистых продуктов и услуг, которые отвечают требованиям устойчивого развития. Это может включать в себя использование энергосберегающих технологий, уменьшение выбросов, упаковку с низким воздействием на окружающую среду и т.д.

Образовательные и информационные кампании: Компании могут проводить информационные кампании, направленные на повышение осведомленности о проблемах устойчивого развития и о том, как их продукция и услуги способствуют решению этих проблем.

Использование цифровых технологий: Внедрение современных цифровых маркетинговых стратегий и инструментов помогает компаниям эффективно достигать своей целевой аудитории,

минимизировать издержки и улучшить свою конкурентоспособность. Также цифровые технологии могут быть использованы для мониторинга и управления экологическими показателями бизнеса.

Партнерство и сетевое взаимодействие: Компании могут сотрудничать с другими организациями, правительственными и неправительственными организациями для реализации проектов по устойчивому развитию. Это может быть взаимовыгодным как с точки зрения ресурсов, так и с точки зрения увеличения воздействия.

Анализ и измерение результатов: Оценка эффективности маркетинговых кампаний и стратегий устойчивого развития позволяет компаниям адаптировать свои подходы и улучшать свои результаты в будущем.

Инновации в маркетинге устойчивого развития представляют собой важный элемент для достижения целей бизнеса в Казахстане, способствуя не только экономическому росту компаний, но и социальной и экологической ответственности.

Таким образом, маркетинг играет центральную роль в создании и поддержании устойчивого развития бизнеса. Интеграция устойчивых принципов в маркетинговые стратегии позволяет брендам не только удовлетворять потребности рынка, но и продвигать социальную и экологическую ответственность, создавая долгосрочную ценность для своих клиентов и общества в целом.

Список использованных источников

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. - 5-е европейское издание. - ИД Вильяме, 2014.
2. Понятие эффективности маркетинга [Электронный ресурс] // <http://www.marketingway.ru> Интернет-портал - URL: <http://www.marketingway.ru/maws584-1.html> (дата обращения: 05.03.2016).
3. Анфиногенова, Е. Б. Методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий / Е. Б. Анфиногенова. — Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы I Международ. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, апрель 2012 г.). — Санкт-Петербург : Реноме, 2012. — С. 147-149. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/15/2016/>
4. Мусиенко, Д. О. Сущность маркетинговой деятельности на предприятиях / Д. О. Мусиенко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2013. — № 6 (53). — С. 383-386. — URL: <https://moluch.ru/archive/53/6990/>
5. Мобильный маркетинг / А. С. Селиверстов, Д. Е. Митрофанов, А. А. Буцкая [и др.]. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 6 (140). — С. 293- 295. — URL: <https://moluch.ru/archive/140/39452/>

УДК 658.562

СИСТЕМА КАЙДЗЕН И ЕЕ ХАРАКТЕРИСТИКА

Е.Н. Гурина, 3 курс

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

Система Кайдзен (kaizen), что в переводе с японского означает "постоянное улучшение" или "изменение к лучшему", представляет собой методологию, направленную на постепенное улучшение процессов и условий труда в организации. Впервые концепция Кайдзен была внедрена в ряде японских компаний при восстановлении экономики после Второй мировой войны и стала важной частью японской корпоративной культуры. Основные принципы Кайдзен были использованы во многих японских компаниях, таких как Toyota, и позднее были адаптированы и внедрены в организации по всему миру [1].

Ключевые слова: система "Кайдзен", бережливое производство, постоянное улучшение, вовлечение персонала, мотивация, ориентация на потребителя.

В современном понимании кайдзен – это метод управления, который направлен на улучшение бизнес-процессов, увеличение эффективности и сокращение времени, необходимого для выполнения операций.

Основные характеристики системы кайдзен включают в себя:

1. Принцип постоянного совершенствования: основной идеей кайдзен является непрерывное улучшение процессов и результатов работы организации. Это достигается путем мелких, но по-

стоянных изменений в процессах и методах работы. Независимо от того, насколько хороши результаты сегодня, всегда есть место для роста и развития.

2. Участие всех сотрудников: система Кайдзен подчеркивает важность привлечения сотрудников на всех уровнях организации к процессу улучшения. Работники на предприятии признаются экспертами в своих процессах и имеют право делать предложения по их улучшению.

3. Проактивное мышление: кайдзен поощряет проактивное мышление и поиск проблем до их возникновения. Люди с проактивным мышлением обычно более успешны в достижении своих целей, так как они не ждут, когда проблемы возникнут, а уже заранее находят способы их предотвращения или решения. Они активно иницируют изменения, а не просто реагируют на ситуацию. Сотрудники организации должны быть готовы к постоянной аналитике и исследованию процессов с целью выявления слабых мест и предложения методов их оптимизации.

4. Стабильность и непрерывность: для успешной реализации принципов кайдзен важно обеспечить стабильность процессов и длительное сотрудничество между участниками. Только так можно достичь постоянного совершенствования и улучшения результатов в организации.

Система Кайдзен активно применяется в различных отраслях бизнеса, таких как производство, логистика, здравоохранение, образование и другие. Многие компании используют принципы Кайдзен для улучшения операций, увеличения качества продукции, сокращения времени производства и обеспечения более безопасных условий труда.

Сравнение системы Бережливого производства и системы Кайдзен.

Бережливое производство фокусируется на устранении потерь в производственных процессах, минимизации запасов и улучшении эффективности производства. В то время как система Кайдзен сосредоточена на прогрессивном улучшении процессов, вовлечении сотрудников и поиске оптимизации во всех областях бизнеса.

Обе системы стремятся к оптимизации производства, улучшению качества продукции и минимизации издержек, но Бережливое производство уделяет больше внимания устранению потерь и оптимизации производственных цепочек, а система Кайдзен больше ориентирована на культурные изменения и изменения в повседневных рабочих практиках.

Бережливое производство часто применяется в контексте производства и логистики, в то время как система Кайдзен может быть использована в широком спектре областей, включая бизнес-процессы, административные функции и так далее.

Оба процесса нацелены на улучшение, но с разными уклонами: бережливое производство сосредоточено на производственной эффективности, в то время как Кайдзен более ориентирована на культурные и управленческие изменения.

Современная белорусская система менеджмента сформирована на базе директивной модели управления, установленной еще в рамках плановой экономики, в связи с этим преобладающей является концепция стремления не "зарабатывать, а получать". Безусловно, любая модель управления базируется на мировоззрении и системе ценностей народа. Для улучшения белорусской модели менеджмента и подготовки более профессиональных кадров с новым мышлением, необходимо воспользоваться опытом крупных компаний и перенимать прогрессивные технологии управления [2].

Так как кайдзен начинается с осознания того, что у каждой компании есть проблемы, рассматриваемая система управления должна их решать, возвращая такую корпоративную культуру, когда любой сотрудник может, смело высказываться о нерешенных проблемах. Проблемы могут возникать как в одном структурном подразделении, так и сразу во многих. В западном менеджменте межфункциональные проблемы часто оценивают с точки зрения разрешения конфликтов, тогда как стратегия Кайдзен помогает менеджерам рассчитывать именно на взаимодействие всего персонала для совместного решения проблем. В основе стратегии Кайдзен находится осознание того, что, если компания хочет процветания в бизнесе и рост прибыли, ей необходимо приложить все усилия на удовлетворение и обслуживание потребителя [3].

В качестве положительного примера компании активно применяющей принципы кайдзен в своем производстве можно привести ОАО "КамАЗ" (как одного из лидеров в этой области) [4]. Так по данным комитета развития производственной системы ОАО "КамАЗа" в 2021 году в общей сложности было подано более 40000 кайдзен-предложений и открыто более 1400 кайдзен-проектов. В компании отчитались о 39600 внедрённых предложениях по улучшениям и о реализа-

ции почти 1400 кайдзен-проектов. Экономический эффект по улучшениям в целом за год превысил два миллиарда рублей. Этот результат почти на полмиллиарда рублей больше по сравнению с прогнозами специалистов ОАО "КамАЗа".

Благодаря внедрению методов и инструментов бережливости за последние десять лет сэкономил в общей сложности 35 миллиардов рублей. В течение указанного периода специалисты подали и внедрили более миллиона кайдзен-предложений, открыли свыше 24 000 кайдзен-проектов (из них было реализовано 18 500). Своим позитивным опытом компания делится со всеми желающими производственными системами, проводя соответствующие семинары, мастер-классы и экскурсии.

Таким образом, для улучшения белорусской модели менеджмента и внедрения в нее системы кайдзен необходимо:

1. Высшему менеджменту пересмотреть подход к системе управления и помнить, что гораздо проще добиться результатов через личный пример, чем через принуждение.

2. Пересмотреть систему мотивации и вовлечения сотрудников в улучшения процессов жизнедеятельности компании.

3. Реализовывать принципы социально-ответственного управления.

4. При внедрении опыта обязательно учитывать менталитет.

5. Всегда ориентироваться на потребителя.

В заключение, система кайдзен является мощным инструментом управления, который позволяет компаниям достигать высоких результатов благодаря непрерывному улучшению процессов и вовлечению всех сотрудников в этот процесс. Правильно примененная, эта методология способна превратить любое предприятие в успешную и конкурентоспособную организацию.

Список использованных источников

1. Применение Кайдзен – Электронный ресурс: Режим доступа: <https://neiros.ru/blog/business/primenenie-metodov-v-ego-kontseptsi/> Дата доступа: 03.04.2024

2. Жильников А.Ю., Комаров И.В. 10 способов улучшить модель управления. - Журнал "Территория науки" No5, 2021 г. – Электронный ресурс: Режим доступа: [//cyberleninka.ru/artikle/n/primenenie-kaydzen-kak-tehnologii-nererugv-nogo-vnedreniya-innovatsiy](http://cyberleninka.ru/artikle/n/primenenie-kaydzen-kak-tehnologii-nererugv-nogo-vnedreniya-innovatsiy) Дата доступа: 04.04.2024

3. Молчанов И.П. Инновационный процесс. СПб., 2021 – 368 с.

4. "КамАЗ" получил экономический эффект от кайдзен-проектов – Электронный ресурс: Режим доступа: <http://ati.su/Media/News.aspx?ID=118641&HeadingID=7> Дата доступа: 04.04.2024

УДК 338.48

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д.В. Ермашевич, 2 курс

Научный руководитель – **А.А. Василевска**, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

В настоящий момент одним из наиболее быстроразвивающихся направлений в современном туризме является агроэкотуризм. Этому содействовали не только внешние мировые факторы, например пандемия Covid-19 в 2020-2023 гг., но и тенденция экологизации, спрос на экологическое потребление. Так, агроэкотуризм стремительно набирает популярность, не только из-за соотношения цены и качества услуг, но и путем предоставления уникальных туристических предложений.

В Республике Беларусь агроэкотуризм – достаточно новое явление, но тем не менее уже получившее серьезную государственную поддержку. Согласно кандидату сельскохозяйственных наук Клицуновой В.А. понятию «агроэкотуризм» дается определение, под которым понимается деятельность, направленная на ознакомление агроэкотуристов с природным, сельскохозяйственным и культурным потенциалом республики, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агроэкоусадебках [1, с.11]. Именно данный вид туризма стал популярным типом отдыха среди белорусов в период пандемии. Кроме того, он является одним из главных преимуществ Беларуси как туристического направления, благодаря ее уникальным пей-

зажам, живописной природе, белорусским традициям, исключительной национальной кухне, а также великолепному радушию и гостеприимству.

В Республике Беларусь с момента принятия Указа №365 «О развитии агротуризма» от 2017 г. количество субъектов агротуризма постоянно увеличивалось до 2021 г. [2]. Представленный на рисунке 1 график отражает количество единиц агротуризма: число субъектов в 2023 г. уменьшилось на 3% по сравнению с 2018 г.

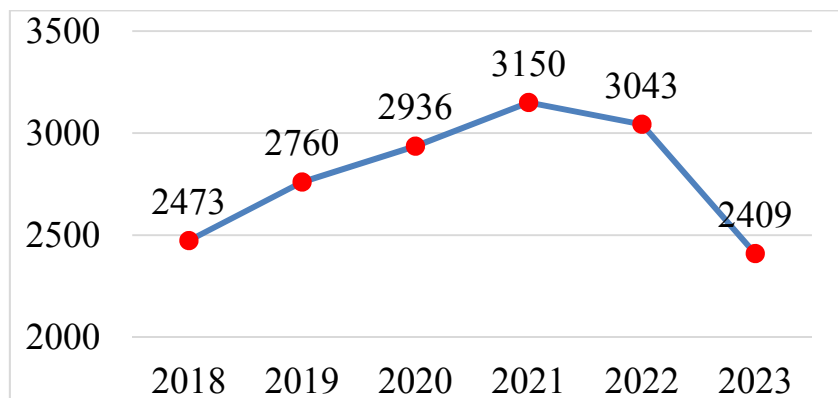


Рисунок 1. – Количество субъектов агротуризма в период с 2018 по 2023 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3]

Также наблюдался постоянный рост численности туристов, обслуженных субъектами агротуризма (рисунок 2). Например, на начало 2023 г. было обслужено 450,4 тыс. человек, что на 6% больше чем в 2018 г. (432,8 тыс.) Из них, 96% составили граждане Республики Беларусь .



Рисунок 2. – Численность туристов, обслуженных субъектами агротуризма, в период с 2018 по 2023 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [3]

В то же время, за последние 2 года, можно заметить, снижение количества субъектов агротуризма и обслуженных туристов (как граждан РБ, так и за 1 год – граждан других стран). Данное явление можно объяснить, тем, что пандемия COVID-19 пошла на спад, а к концу 2023 г. закончилась, тем самым снижается спрос на внутренний туризм для белорусов и на въездной – для иностранцев. Из-за этого несут убытки различные сельскохозяйственные организации и физиче-

ские лица, вдобавок к этому были осуществлены некоторые ограничительные меры и повышение налогов, поэтому их количество также сократилось.

В итоге, чтобы поддерживать развитие агроэкотуризма на высоком уровне, а в перспективе еще более повысить привлекательность данного направления, нужно решить одну из главных проблем его развития: недостаточный уровень распространения информационных технологий. Повышение же этого уровня приведет к расширению рынка агротуризма. Применение таких технологий позволит агроусадьбам создавать потребительский спрос, размещать рекламу в СМИ и интернете, и таким образом сделать рынок агроэкотуризма более развитым и масштабным. Помимо прочего стоит обратить внимание на пути повышения эффективности маркетинговой политики, так как в современном мире это является критически важным аспектом. Особенно значимо будет создать увлекательную идею и слоган для агроусадьбы, так как это поможет привлечь внимание потребителей/туристов и установить положительные ассоциации с именем агроусадьбы. Проблему с въездным туризмом можно решить, сделав безвизовый режим или же устроив масштабный фестиваль-праздник в сфере агроэкотуризма

В Республике Беларусь существует значительный потенциал для дальнейшего развития агроэкотуризма. В современных экономических условиях агроэкотуризм является перспективным инструментом как для привлечения валюты через приезд иностранных туристов, так и для ее экономии путем перераспределения части туристов с зарубежных курортов на местные объекты агроэкотуризма. Реализация предлагаемых мероприятий позволит преодолеть текущие трудности и будут способствовать динамичному развитию данной сферы деятельности.

Список использованных источников

1. Агроэкотуризм: учеб.-метод. пособие / В. А. Клицунова, Н. М. Борисенко, Я. И. Аношко. – Минск: РИПО, 2014. – 132 с.

2. Указ Президента Республики Беларусь «О развитии агроэкотуризма» №365 от 09.10.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/kommentarij-k-ukazu-365-ot-09102017-17269> – Дата доступа: 20.03.2024.

3. Туризм и туристические ресурсы в республике Беларусь. Статистический буклет / Нац. Стат. Комитет. – Минск: Белстат, 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/09f/tmi5o710ihutdndelabmir8b4lgmd39n.pdf> – Дата доступа: 21.03.2024

УДК 65.018

КАЧЕСТВО – ПУТЬ К СОВЕРШЕНСТВУ И УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ОРГАНИЗАЦИИ

П.Ю. Ершова, А.С. Черняк, 2 курс

Научный руководитель – **А.С. Панюсько**, ассистент кафедры экономики и бизнеса, магистр
Полесский государственный университет

В современном мире стремительного развития и глобализации конкурентное преимущество организации определяется не только её ресурсами и технологическими возможностями, но и качеством предоставляемых товаров и услуг. Качество становится ключевым фактором, определяющим не только репутацию и успех предприятия, но и его устойчивость на рынке.

2024 год в Республике Беларусь объявлен Национальным годом качества. Данное решение принято в целях дальнейшего повышения качества жизни белорусского народа, обеспечения конкурентоспособности национальной экономики на мировой арене, стимулирования инициативы, формирования в обществе ответственности за результаты своего труда и чувства сопричастности к будущему страны [1].

Актуальность данной темы подчеркивается не только в контексте текущей экономической ситуации в Республике Беларусь, но и в глобальном масштабе, где конкуренция на рынке становится всё более острой, а потребители всё более требовательными к качеству предлагаемых продуктов и услуг.

Понятие качества продукции сопоставляется с конкурентоспособностью, имея общую сферу формирования и проявления. В случае отсутствия конкурентоспособности предприятий невозможно развитие как экономики государства в целом, так и её отдельных регионов.

Не менее актуальной проблема качества становится в условиях, характеризующихся политическими и экономическими ограничениями, такими как санкции, посредством которых цены на импортные товары увеличиваются, либо же эти товары полностью пропадают с рынка. Политика импортозамещения становится ключевым стратегическим направлением для обеспечения устойчивого развития Республики Беларусь. Переориентация производства на внутренние рынки призвано снизить зависимость от импортных товаров и услуг, укрепить национальную экономику и обеспечить её стабильность в условиях внешних ограничений.

Немаловажным остается развитие экспорта в Республике Беларусь. В современных условиях, когда мировые рынки становятся всё более конкурентными, экспорт белорусской продукции приобретает особое значение как инструмент для привлечения иностранных инвестиций, расширения рынков сбыта и повышения валютных поступлений в страну.

Авторами проведён ряд социальных опросов, на основании которых были проанализированы предпочтения белорусских потребителей и сделаны выводы о качестве белорусской продукции.

Для проведения первого опроса была смоделирована ситуация: «Представьте, что Вам пришла премия и вы стоите перед выбором: посетить ресторан и насладиться высокой кухней или же отправиться в магазин и приобрести декоративную косметику?». Респонденты – девушки и женщины в возрасте от 18 до 35 лет.

Результаты опроса показали, что подавляющее большинство респондентов, а именно 83%, предпочли бы отправиться в магазин косметики, нежели посетить ресторан.

В современном мире косметика стала неотъемлемой частью повседневной жизни. Выбор конкретного бренда косметики становится важным аспектом не только ухода за собой, но и формирования личного стиля, выражения индивидуальности и ценностей.

Во втором опросе авторы обратились к девушкам и женщинам, которые в первом опросе сделали выбор в пользу похода в магазин косметики, и предложили им выбор среди десяти наиболее популярных брендов декоративной косметики на территории стран СНГ.

На основании данного опроса следует вывод, что девушки и женщины при выборе декоративной косметики преимущество отдают отечественным производителям, нежели зарубежным. Так, белорусские бренды Relouis, BelorDesign и LUXVISAGE занимают лидирующее положение среди представленных на выбор брендов, получив одобрение от 68% респондентов.

Анализ причин такого предпочтения указывает на несколько факторов, влияющих на первоочередной выбор:

1. Качество продукции, которое является одним из ключевых аспектов выбора косметических средств и оценивается как высокое среди белорусских брендов косметики. Во-первых, составы косметических продуктов белорусских брендов основаны на биоактивных и натуральных компонентах. Во-вторых, стойкость косметических продуктов. Отечественная косметика обладает высокой степенью устойчивости к воздействию внешних факторов, таких как влага, пот, жир, что позволяет сохранить свежий вид макияжа на протяжении длительного времени. В-третьих, гипоаллергенные свойства косметики определяются отсутствием агрессивных и раздражающих компонентов в их составе.

2. Стоимость продукции. В ходе анализа рынка косметики было выявлено, что стоимость белорусской косметики при её высоком качестве в среднем ниже на 20-30%, чем аналогичная продукция зарубежных производителей. Товары, представленные белорусскими брендами доступны для каждой категории девушек, будь то студенты или уже работающие женщины.

3. Доступность. Отечественные бренды косметики выгодно выделяются благодаря своей доступности и близости к потребителю, что создает дополнительные удобства при покупке и использовании продукции. Белорусская косметика присутствует на витринах как у наиболее крупных торговых сетей, так и менее популярных, что дает возможность приобретать косметику в небольших городах без использования услуг доставки.

4. Фактор эмоциональной привязанности и поддержки местного производителя. В свете растущего патриотического настроения и интереса к национальной продукции, девушки могут сознательно отдавать предпочтение отечественным брендам косметики в знак поддержки и лояльности к местным производителям.

Таким образом, белорусский рынок декоративной косметики опирается на три кита: Relouis, BelorDesign, LUXVISAGE. Это крупнейшие марки отечественного производства.

Белорусская косметика сочетает в себе приятную цену и высокое качество, благодаря чему составляет достойную конкуренцию зарубежным производителям в различных ценовых сегментах.

Производители обеспечивают население доступным и качественным продуктом. Организациям не приходится вкладывать огромные суммы в рекламу своей продукции, так как белорусская косметика была известна ещё в прошлом веке. Люди знают и любят эти продукты как за соотношение цены и качества.

Подводя итоги, следует отметить, что качество продукции играет определяющую роль в современном рынке декоративной косметики Беларуси. Анализ трёх крупнейших марок – Relouis, BelorDesign и LUXVISAGE демонстрирует, что их успех основан на высоком уровне качества продукции. Эти бренды предлагают широкий ассортимент косметических товаров, обладающих как традиционными, так и инновационными характеристиками.

Сосредоточившись на качестве выпускаемой продукции, отечественные товаропроизводители способны обеспечить долгосрочную конкурентоспособность и успешное развитие в условиях современного бизнес-окружения.

Улучшение качества продукции является приоритетным направлением для дальнейшего развития экономики страны, что определяется в государственной программе социально-экономического развития Республики Беларусь 2021-2025 годы [2].

Цитируя первого заместителя председателя Госстандарта Елену Михайловну Маргунову: «Качество белорусской продукции – это уже бренд!» [3].

Таким образом, в Республике Беларусь повышение качества выпускаемой продукции во всех отраслях экономики является первоочередной экономической задачей страны.

Список использованных источников

1. Об объявлении 2024 года Годом качества [Электронный ресурс]: Указ № 375 от 27 ноября 2023 г. // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь – Режим доступа: president.gov.by. – Дата доступа: 28.03.2024.

2. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь 29 июля 2021 г. № 292 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь Режим доступа: pravo.by. – Дата доступа: 28.03.2024.

3. Качество белорусской продукции – это бренд [Электронный ресурс] // Режим доступа: gosstandart.gov.by. – Дата доступа: 28.03.2024.

УДК 005.915:005.334

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФУНКЦИЯ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

А.В. Жимань, А.П. Новикова, 3 курс

Научный руководитель – **Т.А. Езерская, к.э.н., доцент**

Белорусский государственный экономический университет

С момента возникновения товарно-денежных отношений и становления рыночных отношений по настоящее время субъекты предпринимательской деятельности предпринимали различные меры с целью наращивания объёмов производства, систематического получения прибыли и модернизации продукции. На развитие производственного потенциала организации влияет множество факторов, одним из которых является финансирование инвестиционной деятельности.

Инвестиционную привлекательность организации можно определить, как совокупность его характеристик, позволяющую потенциальному инвестору оценить, насколько тот или иной объект инвестиций (предприятие, отрасль, регион, страна) предпочтительнее других для вложения имеющихся средств [1]. Привлекательность предприятия для инвесторов проявляется в возможности получения дохода от вложенного капитала, а также в таких характеристиках, как позиция организации на рынке, уровень инноваций в продуктовой ассортименте, состояние материально-технической базы и квалификация персонала субъекта предпринимательской деятельности.

Управление инвестиционной привлекательностью представляет собой важную функцию финансового менеджмента, основной целью которого является максимизация рыночной стоимости и

повышение уровня рентабельности посредством принятия эффективных управленческих решений в области управления финансовыми ресурсами организации.

Так как конечной целью любого инвестора является повышение доходности вложенных средств при заданном уровне риска, то с позиции финансового менеджмента необходимо обеспечить потенциальных инвесторов такими формами инвестирования, которые позволят получить от них ресурсы необходимые предприятию, а также удовлетворят их личные нормативы риска и доходности.

Одной из основных стратегий управления инвестиционной привлекательностью является обеспечение финансовой устойчивости организации. Это достигается путем эффективного управления денежными потоками, минимизации финансовых рисков и поддержания адекватного уровня ликвидности.

Еще одним важным аспектом управления инвестиционной привлекательностью является разработка и реализация стратегии роста. Организация должна постоянно искать новые возможности для расширения своего бизнеса, увеличения выручки и улучшения своего финансового положения. Указанные возможности включают в себя расширение ассортимента продукции или услуг, покупку конкурирующих компаний или введение инновационных технологий.

Другим важным аспектом управления инвестиционной привлекательностью является поддержание прозрачности и открытости в отношениях с инвесторами. Регулярное предоставление финансовой отчетности и информации о деятельности предприятия помогает инвесторам оценить его потенциал и решить, является ли он привлекательным объектом для инвестиций.

Кроме того, не стоит забывать об эффективном управлении репутацией организации, так как она влияет на доверие инвесторов, ее кредитоспособность и способность привлекать капитал на выгодных условиях.

Не менее важной задачей является эффективное использование инвестиционных ресурсов организации. Данный процесс включает в себя не только привлечение внешних инвестиций, но и оптимизацию использования внутренних финансовых ресурсов организации. Стремление к максимизации доходности инвестиционных ресурсов и оптимизация расходов организации позволяет повысить ее инвестиционную привлекательность.

Инвесторы заинтересованы в том, чтобы их инвестиции были защищены от возможных убытков и рисков потерь капитала. Таким образом, следует разработать стратегии управления предпринимательскими рисками, которые позволят минимизировать потенциальные угрозы и обеспечить стабильность доходности инвестиций.

Таким образом, управление инвестиционной привлекательностью является комплексным процессом, который требует системного подхода и постоянного внимания к различным аспектам организации финансового менеджмента. Организации, которые успешно осуществляют управление своей инвестиционной привлекательностью, могут создать прочную основу для финансового роста в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников

1 Власов М.М. Процесс управления инвестиционной привлекательностью // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки : Всероссийский научный журнал. – Краснодар : Наука и образование.– 2014. – №6, Части 1, 2. – 510 с.

УДК 658.012.23

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА В МАРКЕТИНГЕ

М.А. Жук, Д.А. Румачик, 2 курс

Научный руководитель – **А.А. Василевска**, ассистент кафедры ЭиБ

Полесский государственный университет

В современном бизнесе всегда побеждает тот, кто обладает большим объемом знаний и способен использовать доступную информацию, в получении которой помогает маркетинговый анализ. Своевременный и правильный маркетинговый анализ позволит избежать ошибок при запуске новых товаров или услуг и при продвижении уже хорошо знакомых, повысить эффективность функ-

ционирования компании, ее конкурентоспособность, и быстро реагировать на изменения рынков [1]. Для успешного функционирования и конкурентоспособности необходимо осваивать современные инструменты маркетингового анализа.

Слово "анализ" происходит от греческого и означает "расчленение" или "разложение". Он представляет собой метод исследования, который заключается в анализе составляющих целое. Важно отметить, что анализ и синтез, хотя и противоположные понятия, взаимосвязаны и взаимообусловлены. Маркетинговый анализ рассматривается как одна из функций управления и имеет целевую направленность [2, с. 67].

Маркетинговый анализ строится на оценке маркетинговой деятельности компаний за предыдущие периоды, а также на факторах, влияющих на эту деятельность, такие как макросреда и конечные результаты. Он является частью комплексного оценочного процесса и помогает разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии на будущее. Полученная в результате информация о потребителях, рынке и конкурентоспособности компании является ценной при принятии управленческих решений для улучшения ее деятельности.

Маркетинговый анализ – важный этап деятельности предприятия, не зависящий от достижения запланированной прибыли. Результаты маркетинговых решений в прошлом влияют на текущие показатели, но ситуация может измениться, требуя новых стратегий. Скрытые ошибки могут привести к упущениям, поэтому анализ необходим для выявления всевозможных вариантов развития. Инструменты анализа делятся на 4 группы: традиционные, детерминированный факторный анализ, статистический факторный анализ, способы оптимизации показателей. Важность маркетингового анализа подчеркивается разнообразием используемых инструментов, представленных на рисунке.

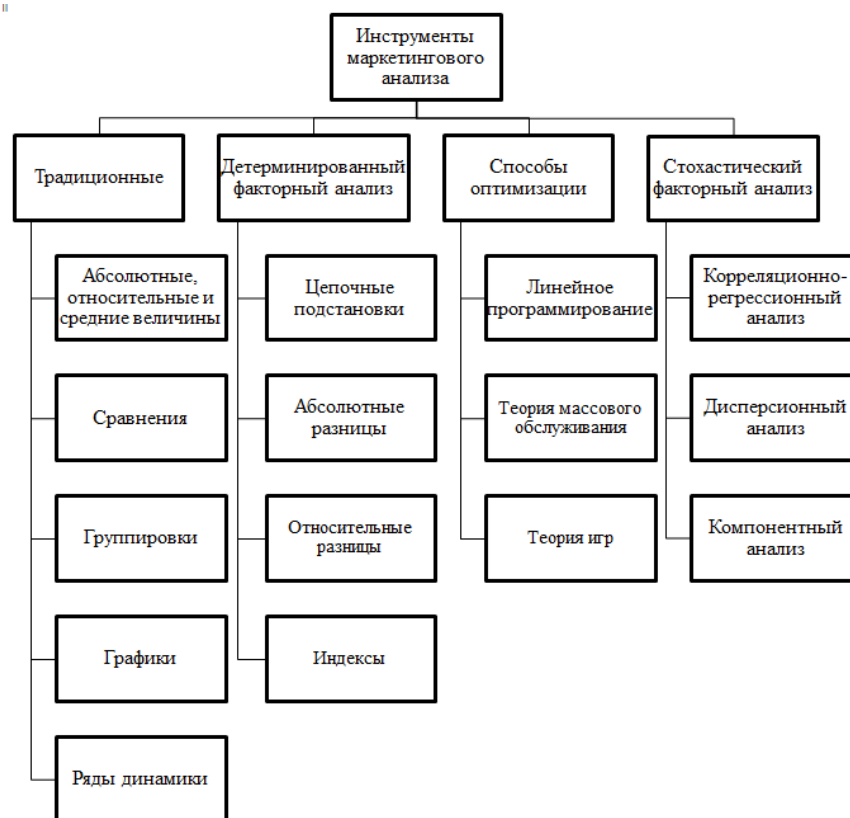


Рисунок – Инструменты маркетингового анализа

Примечание – Источник: [4]

К первой группе инструментов относятся абсолютные, относительные и средние величины, сравнения, ряды динамики, группировки и графики. Анализировать показатели, процессы и ситуации начинают с использования абсолютных величин, таких как объем продаж, расходы на маркетинг, прибыль и другие. Без них анализ не возможен, так как они являются базой для расчета от-

носительных и средних величин и могут быть выражены как в натуральном, так и в стоимостном выражениях.

Необходимые при анализе динамики являются относительные величины. Они служат для измерения соотношения при сравнении двух величин. Относительные величины могут выражаться в процентах и коэффициентах, что позволяет использовать их для расчета структуры покупателей, продаж и других аспектов.

Среди относительных показателей различают показатели выполнения плана, динамики, структуры, интенсивности. Например, относительная величина выполнения плана является отношением фактического и планового уровней, обычно выражаемых в процентах.

Относительные величины динамики используются для характеристики изменений в показателях за определенный период времени. Они определяются как отношение текущего уровня показателя к уровню в предыдущем периоде и выражаются в процентах или коэффициентах.

Сравнение – важный инструмент маркетингового анализа, так как каждый показатель имеет смысл только в сравнении с другими. Однако для корректного сравнения необходимо сопоставлять качественно однородные величины, что достигается через применение средних и относительных показателей, корректирующих коэффициентов и других методов [4, с. 295].

Помимо инструментов маркетингового анализа используются также и методы. Современные методы анализа в маркетинге включают в себя широкий спектр инструментов и подходов, которые помогают компаниям более эффективно понимать своих потребителей, анализировать рынок и принимать обоснованные стратегические решения. В таблице представлены некоторые из наиболее популярных методов.

Таблица – Современные методы анализа в маркетинге

Название метода	Отличительные черты
Big Data Analysis	Этот метод включает в себя сбор, обработку и анализ больших объемов данных, собранных из различных источников, таких как социальные сети, онлайн-тренды, покупательское поведение и другие. Анализ данных позволяет выявить скрытые тенденции, предсказать потребительские предпочтения и поведение, а также оптимизировать маркетинговые кампании.
Machine Learning and Artificial Intelligence	Эти методы позволяют компаниям создавать модели, которые могут автоматически анализировать данные, выявлять образцы и делать прогнозы на основе полученной информации. Машинное обучение и искусственный интеллект используются для персонализации рекламы, предсказания спроса, оптимизации ценообразования и других маркетинговых задач.
Real-Time Analytics	Этот метод позволяет компаниям мониторить и анализировать данные в реальном времени, что позволяет быстро реагировать на изменения в рыночной среде и потребительские тренды. Результаты аналитики в реальном времени помогают компаниям принимать оперативные решения и адаптировать свои маркетинговые стратегии.
Audience Segmentation	Этот метод позволяет разделить аудиторию на различные группы на основе их характеристик, таких как возраст, пол, географическое расположение, интересы и поведение. Сегментация аудитории помогает компаниям создавать более точные и персонализированные маркетинговые кампании, которые обращаются к конкретным потребностям и предпочтениям каждой группы потребителей.
Network Analysis	Этот метод позволяет изучать связи и взаимодействия между различными участниками рынка, такими как потребители, конкуренты, партнеры и влиятельные лица. Анализ сетевых воздействий помогает понять, какие факторы оказывают наибольшее влияние на поведение потребителей и какие связи могут быть использованы в маркетинговых стратегиях.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [5]

Практическая деятельность часто требует принятия решений в условиях неопределенности, что может приводить к конфликтным ситуациям. Участники сталкиваются с разными целями и стремятся максимизировать достижение поставленных целей, что зависит от их действий. В данном случае необходимо использовать инструменты маркетингового анализа, так как они предоставляют объективные данные, необходимые для принятия управленческих решений.

В заключении данной темы следует отметить, что маркетинг и инструменты маркетингового анализа играют важную роль в построении успешного и прибыльного бизнеса. Полученная информация из маркетинговых исследований и анализа помогает сократить уровень неопределенности, что в свою очередь позволяет уменьшить риск при принятии управленческих решений во время предпринимательской деятельности, исключая возможные ошибки и потери. Маркетинговый анализ может быть применен как на этапе планирования бизнеса, так и на любой другой стадии уже действующего.

Список использованных источников

1. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024.
2. Никонова Н.В. (2018) Систематизация трактовок «Маркетинговый анализ» // Проблемы Науки. №10 (28). С.67–70.
3. Самсонова Е.В. (2017) Этапы разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации // Известия ВГПУ. №3 (78). С. 101–116.
4. Чеботарёва С.В. (2018) Статистико-математические методы маркетингового анализа // Проблемы экономики и юридической практики. №1. С.295–297.
5. Щеколдин В.Ю., Цой М.Е. Маркетинговые исследования. Методы анализа маркетинговой информации: учебное пособие. – Новосибирский государственный технический университет, 2021. – 97 с.

УДК 659.1

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

А.А. Жук, Ю.С. Гавриленко, 3 курс

Научный руководитель – **П.А. Янович**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Реклама стала неотъемлемой частью маркетинговой стратегии любой компании, поскольку она позволяет привлечь внимание покупателей, создать у них положительное впечатление о продукте или услуге, а также убедить их в необходимости приобретения данного товара. Сегодня существует множество способов рекламы - от традиционных телевизионных и печатных рекламных роликов до цифровых маркетинговых кампаний на Интернете.

Организация рекламных мероприятий требует профессионального подхода и тщательного планирования. Компания должна учитывать свою целевую аудиторию, особенности рынка, конкурентов, бюджет и ожидаемый результат от кампании. Только в таком случае можно ожидать успеха и эффективности от проводимых маркетинговых и рекламных мероприятий.

Рекламой называется убеждающее средство о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, побуждающая активного и потенциального покупателя к покупке [1, с.50]. Стоит отметить, что с развитием цифровых технологий и социальных сетей, компании стали обращаться к новым способам продвижения своих продуктов и услуг.

Бесспорно, реклама имеет как положительные, так и отрицательные черты. Для начала необходимо рассмотреть основные преимущества данного вида популяризации товаров.

В современной рекламе часто используется контент-маркетинг, который помогает не только привлечь клиентов, но и установить с ними доверительные отношения. Например, компании создают блоги, подкасты и другие формы контента, которые располагают потенциальных потребителей к данному производителю.

Кроме того, одним из основных критериев современной рекламы является персонализация. С помощью использования аналитических данных, создаются рекламные кампании, которые направлены на определённую аудиторию. Следовательно, при создании современной рекламы учитываются потребности, предпочтения и интересы различных групп населения.

Ещё одним значимым преимуществом рекламы является интерактивность. Компании предоставляют возможность потребителям взаимодействовать с их брендом через различные акции, интерактивные баннеры, конкурсы или онлайн-игры, что, в свою очередь, способствует укреплению связей с аудиторией и увеличению лояльности.

Также стоит отметить, что с помощью рекламы, основанной на цифровых технологиях, даже небольшие компании или стартапы могут достичь огромной аудитории, не ограничиваясь территориальными рамками. Интернет обеспечивает доступ к глобальной аудитории, что раньше было недоступно рекламодателям через традиционные, привычные нам, средства массовой информации. Кроме того, Интернет позволяет адаптировать рекламу под различные регионы и культуры, что улучшает восприятие данной информации местными потребителями.

Рассмотрев преимущества, необходимо отметить, что тема развития недостатков современной рекламы весьма важна для обсуждения, так как с развитием технологий и изменением общественных ценностей эти недостатки могут усиливаться.

С появлением новых медиа-платформ и социальных сетей, объем рекламы растет, что может привести к информационному перенасыщению и утрате внимания потребителей. Реклама не знает границ. Отдельные производители думают, что благодаря целевой и качественной рекламе можно реализовать абсолютно любой товар. Потому они считают именно средства продвижения единственной проблемой, если этого не удастся достичь.

Рост фейковых новостей и дезинформации в рекламе может создавать ситуации, когда потребители получают недостоверную информацию, что влияет на их принятие решений. Наличие недобросовестной рекламы. В наше время везде существует обман и шантаж, именно из-за этих двух факторов в обществе формируется мысль о недоверии к современной рекламе.

Применение агрессивных и навязчивых методов рекламы, которые игнорируют личные границы и предпочтения потребителей, может вызывать негативную реакцию и раздражение. Некоторые формы рекламы могут быть слишком навязчивыми или надоедливыми, что вызывает раздражение у потребителей.

Поддерживание нереалистичных идеалов и стандартов красоты и успеха в рекламе может создавать давление на потребителей и способствовать негативному самоощущению. Например, общество волнуется: не слишком ли возвышенные эпитеты используются в рекламе о пользе пищевых продуктов; действительно ли настолько сильны те или иные лекарственные препараты, как о том говорит реклама.

Таким образом, современная реклама предоставляет компаниям множество возможностей для успешного продвижения своих продуктов или услуг, и обладает рядом преимуществ. Развитие недостатков в современной рекламе может быть связано с увеличением объемов, технологий и масштабов рекламной деятельности. Для предотвращения ухудшения ситуации важно развивать адекватные законы и правила в области рекламы, акцентировать внимание на этических аспектах рекламной деятельности, а также предоставлять обучение и информирование потребителей о правилах и методах воздействия рекламы.

Список использованных источников

1. Основы маркетинга: учебное пособие / В.Б. Власов, С.Ю. Нерозина; под общ. ред. В.Б. Власова; ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет». – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2021. – 70с.

УДК 33

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПЦИИ СЕТЕВОГО АДАПТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ДОМИНИРУЮЩИМ СОБСТВЕННИКОМ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

А.О. Зубреев, аспирант

Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Научный руководитель – **А.В. Полянин**, д.э.н., профессор

**Высшая инженерно-экономическая школа. Институт промышленного менеджмента,
экономики и торговли СПбПУ, г. Санкт-Петербург**

В современных условиях хозяйствования реализация проектного подхода актуальна. Его применение в различных сферах и отраслях деятельности доказало свою эффективность. Именно проектное управление позволяет быстро адаптироваться к современным правилам бизнес-

пространства, поскольку реализуется на основе удовлетворения интересов всех участников проекта. Если говорить о масштабе проектного взаимодействия, то следует подчеркнуть особую роль организаций – исполнителей проекта, являющихся при этом одновременно участниками цепи межфирменного взаимодействия, построенной для достижения проектных целей и получения синергетических эффектов всеми стейкхолдерами. Таким образом, проблема формирования сетевой адаптивного взаимодействия организаций является актуальной и требует теоретико-методической и научно-практической проработки.

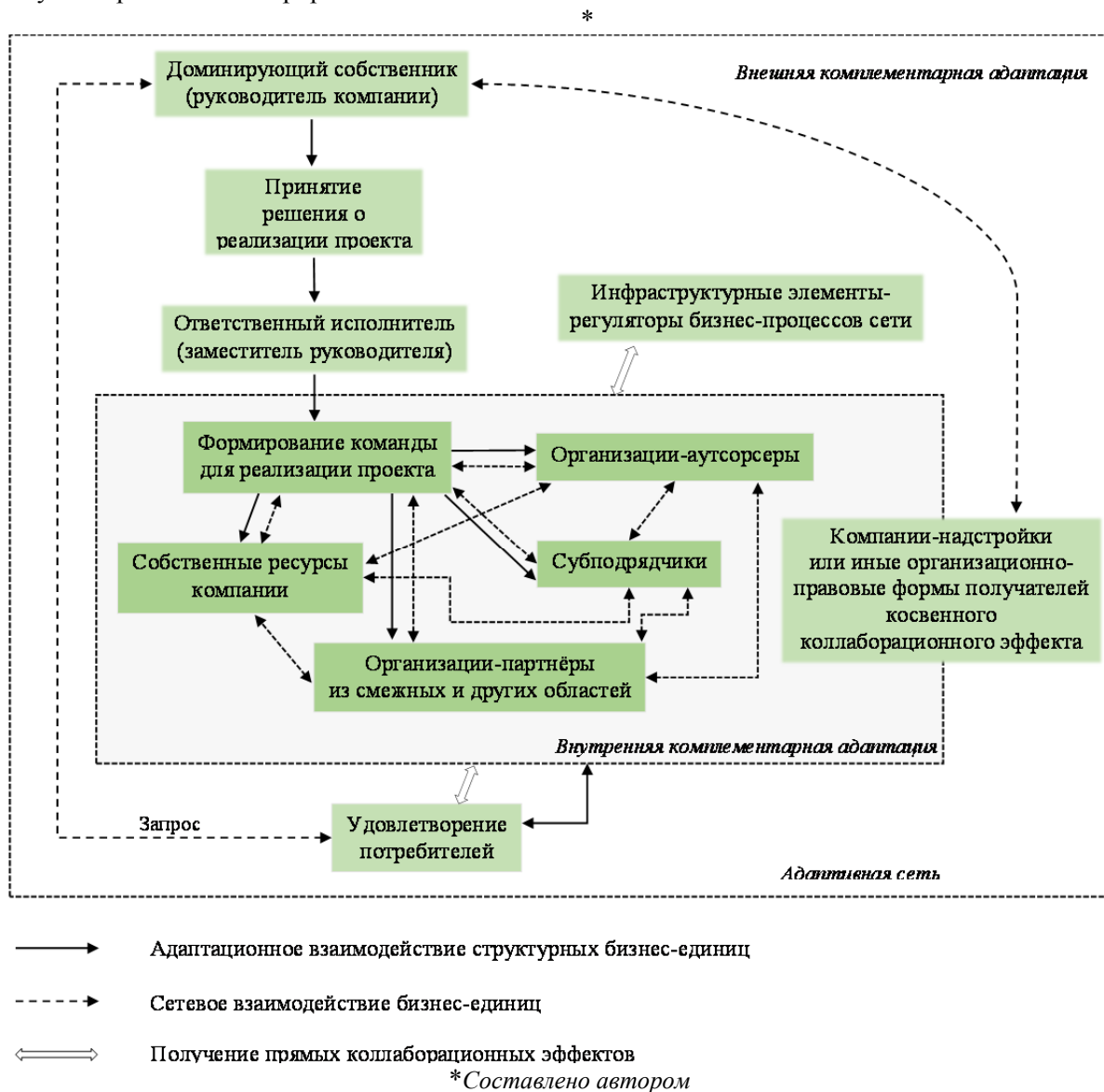


Рисунок – Авторская концепция сетевого адаптивного взаимодействия организаций в условиях принятия решения доминирующим собственником по реализации проекта

Проведенное нами исследование различных точек зрения ученых по вопросам сетевого адаптивного взаимодействия организаций при реализации проекта, среди которых Головина Т.А. [1, с. 161], Архипенков С. [2], Коптев А.Н. [3, с. 1433], Тарновский В.В. [4, с. 323], Богданов Д. [5], Кудашкина Л. [6], Тимченко К.Ю. [7, с. 27], Оборин М.С. [8, с. 26], Полянин А.В., Пршутина И.Г., Авдеева И.Л. [9, с. 154] и другие [10, с. 88; 11, с. 51], позволило сделать заключение о том, что существуют различные формы межфирменного взаимодействия, структуры реализации проекта, организационные структуры проектного управления, сетевые формы, кооперация и иные способы и модели взаимодействия, адаптируемые к условиям ведения бизнеса и целям проектного управления. Тем не менее, в исследованных нами теоретико-методических подходах ученых к изучаемой

нами проблеме не акцентировано внимание на роли доминирующего собственника организации, которая инициирует проект. Руководитель проекта, руководители иных организаций-контрагентов, взаимодействуют, осуществляя контроль над ключевыми показателями. Но явного лидера, доминирующего собственника в явном виде не прослеживается.

В связи с вышесказанным проблема разработки концепции сетевого адаптивного взаимодействия организаций в условиях принятия решения доминирующим собственником по реализации проекта выходит на передний план и приобретает свою научно-практическую значимость.

При разработке авторской концепции сетевого адаптивного взаимодействия организаций в условиях принятия решения доминирующим собственником по реализации проекта нами было рассмотрено взаимодействие собственника компании, инициирующей проект, с основными стейкхолдерами, организациями-исполнителями основных и сопутствующих бизнес-процессов, инфраструктурными элементами – регуляторами бизнес-процессов сети для достижения целей проекта и удовлетворения взаимных интересов, интересов потребителей.

Визуализация авторской концепции сетевого адаптивного взаимодействия организаций в условиях принятия решения доминирующим собственником по реализации проекта представлена на рисунке.

Практическая апробация авторской концепции сетевого адаптивного взаимодействия организаций в условиях принятия решения доминирующим собственником по реализации проекта позволит расширить инструментарий менеджмента для решения важных задач сетевого управления, адаптивного взаимодействия, проектного менеджмента, принятия управленческих решений.

Список использованных источников

1. Головина, Т. А. Методический подход к адаптивному управлению промышленными экономическими системами на основе диагностики слабых сигналов о кризисной ситуации // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2014. №4-1. С. 160-168
2. Архипенков, С. Теория и практика адаптивного управления проектом / С. Архипенков [Электронный ресурс] Режим доступа <https://habr.com/ru/companies/sqlab/articles/131866/>
3. Коптев, А.Н. Адаптивное взаимодействие в системе «разработчик-производство» (проблемы и решения, параллельный инжиниринг) / А.Н. Коптев, Коптев А.А. // Известия Самарского научного центра Российской академии наук, том 16, №1(5), 2014. – С. 1432-1437.
4. Тарновский В.В. Адаптивная система проектного менеджмента в экономических системах различного уровня // Вестник Академии знаний. 2018. №5 (28). – С. 319 - 326
5. Богданов, Д. Адаптивный менеджмент: ключевые принципы/ Д. Богданов // [Электронный ресурс] Режим доступа <https://cabinet.one/prof-post/adaptivnyu-menedzhment-klyuchevye-printsipy>
6. Кудашкина, Л. Адаптивные структуры управления: виды и основы функционирования / Л. Кудашкина // [Электронный ресурс] Режим доступа <https://fb.ru/article/454548/adaptivnyie-strukturyi-upravleniya-vidyi-i-osnovyi-funktsionirovaniya>
7. Тимченко, К. Ю. Формы межфирменного взаимодействия / К. Ю. Тимченко // Современные инновации. – 2018. – № 5(27). – С. 26-29
8. Оборин, М. С. Специфика сетевых бизнес-моделей в туристско-рекреационной сфере / М. С. Оборин, М. Ю. Шерешева // Управленец. – 2017. – № 4(68). – С. 24-30
9. Проектное управление в условиях цифровой экономики: современные тенденции и перспективы / В. В. Тарновский, А. В. Полянин, И. Г. Паршутина, И. Л. Авдеева // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – № 3(45). – С. 150-157.
10. Крыжановская, О. А. Формирование, управление и развитие ключевых компетенций в проектном менеджменте организации / О. А. Крыжановская, Ю. И. Соколова // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2017. – № 3(72). – С. 84-92.
11. Андросова, И. В. Управление развитием кооперации в условиях интеграции субъектов региональной экономики / И. В. Андросова, И. Ф. Мальцева, М. С. Носова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 38(6). – С. 50-54.

А.А. Игнатенко, Я.А. Грицук, 3 курс

Научный руководитель – С.А. Демьянов, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Наличие конкурентных преимуществ оказывает непосредственное влияние не только на положение организации на целевом рынке, но и на показатели ее эффективности и выручки. Кроме этого они позволяют компании выделиться на фоне конкурентов, привлечь больше клиентов и удержать их. Таким образом, конкурентные преимущества играют ключевую роль в успехе компании, обеспечивая устойчивое развитие и процветание компании. Этим определяется актуальность выбранной тематики исследования. Его целью является изучение стратегий достижения конкурентных преимуществ и их применимости в различных отраслях на основании достоинств и недостатков рассматриваемых стратегий.

Мармашова С.П. в своей работе [1, с.11] рассматривает стратегии конкуренции как «набор методов и инициатив, направленных на привлечение и удовлетворение клиентов, противостояние конкурентам и укрепление позиции на рынке» и выделяет «достижение превосходства над конкурентами» как их ключевую цель.

По мнению М. Портера, профессора Гарвардской школы бизнеса, «низкие издержки, позволяющие устанавливать низкую цену или дифференциацию, которая помогает предлагать клиентам большую потребительскую ценность, являются конкурентным преимуществом» [2].

В своей работе «Конкурентная стратегия» Портер выделил три основных типа стратегии: лидерство в издержках, дифференциация и фокусирование. Результаты исследования этой сферы он представил в виде матрицы, которая позволяет наиболее точно определить подходящую для конкретной ситуации стратегию на основе цели и преимущества компании.

Концепция лидерства в издержках фокусируется на достижении низких издержек в определенном сегменте рынка и стратегической цели внутри этого сегмента [1, с.11].

Преимущества стратегии лидерства в издержках включают повышенную гибкость при изменении стоимости сырья или ресурсов, снижение влияния угрозы со стороны поставщиков, возможность конкурировать с крупными игроками на рынке и получение прибыли при минимальной цене продукции по сравнению с конкурентами. Недостатки данной стратегии включают высокий уровень сложности перехода на новые технологии, риск изменения приоритетов клиентов в пользу более дорогих, но качественных товаров, и риск того, что конкуренты скопируют методы снижения затрат на производство [2].

Такая стратегия обычно имеет место быть в отраслях, где цена играет ключевую роль для потребителей и конкурентное преимущество достигается за счет снижения издержек производства. В секторах, где спрос на товары с высоким объемом продаж и низкой ценой, удержание низких издержек играет критическую роль. Примерами могут служить производство товаров бытовой химии, упакованных продуктов питания, одежды массового производства и др. Розничные компании, особенно в сегментах с высокой конкуренцией, могут использовать стратегию лидерства в издержках для предложения потребителям самых низких цен на товары и привлечения большего числа клиентов. Примером такой компании может служить FixPrice, Светофор и прочие. Компании, предоставляющие услуги логистики и транспортировки грузов, могут стремиться к снижению издержек в процессе доставки и обеспечения конкурентоспособных тарифов для своих клиентов путем сокращения времени на перевозку и доставку, поиска наиболее оптимальных маршрутов.

Для организации, выбирающей стратегию лидерства в издержках, крайне важно иметь четкое понимание производственных процессов и умение оптимизировать их для достижения экономии от масштаба. Кроме того, она должна обладать гибкой структурой, способной быстро реагировать на изменения на рынке и эффективно адаптироваться к новым условиям, а также высокую степень осведомленности о рынке и конкурентной обстановке, чтобы правильно оценивать свои возможности и угрозы.

Дифференциация, напротив, ориентирована на создание уникальности продукта, которая воспринимается потребителем, и преследует цели, охватывающие всю отрасль [1, с.11].

Преимущества стратегии дифференциации включают формирование лояльности потребителей к бренду благодаря уникальности и высокому качеству продукции, возможность реализации товара по более высокой цене, избежание прямой конкуренции при появлении новых участников на рынке и создание имиджа компании, заботящейся о качестве своей продукции. Недостатки данной стратегии включают необходимость больших инвестиций для поддержания имиджа компании, снижение спроса на дифференцированный товар под воздействием различных факторов и риск копирования уникальных особенностей продукции конкурентами [2].

Стратегия дифференциации чаще всего применяется в отраслях, где потребители ценят уникальность продукта или услуги, а также готовы платить за высокое качество и особенности. В секторе роскошных товаров и услуг, таких как ювелирные изделия, автомобили высокого класса, модная одежда и аксессуары, стратегия дифференциации позволяет компаниям создавать уникальные продукты, которые могут привлечь внимание богатых потребителей и создать престижный имидж бренда. В сфере производства лекарств и медицинских препаратов, дифференциация может заключаться в разработке уникальных формул, эффективных терапий и инновационных методов лечения, что помогает организациям выделиться на фоне конкурентов и завоевать доверие потребителей и медицинских специалистов.

Такая стратегия сопряжена с определенными рисками и требует значительных инвестиций в исследования и разработки, маркетинг и продвижение продукта, а также поддержание высокого уровня качества и сервиса. Организация, принимающая решение о выборе данной стратегии, должна обладать не только финансовыми ресурсами, но и инновационной культурой, способностью к долгосрочному планированию и гибкости в адаптации к изменяющимся условиям.

Фокусирование, в свою очередь, подразумевает достижение уникальности продукта, которая удовлетворяет потребности потребителя, либо достижение низких издержек в определенном сегменте рынка, и цели внутри этого сегмента [1, с.11].

Преимущества стратегии фокусирования включают возможность создания положительного имиджа компании за счет удовлетворения потребностей узкой группы потребителей и возможность использования стратегии специализации в сочетании с другими видами стратегий. Недостатки данной стратегии включают риск захвата ниши сильными конкурентами, возможное снижение общего дохода компании из-за низкой стоимости продукции и потенциальную утрату актуальности специфических свойств товара при возможном расширении узкой ниши [2].

Вышеупомянутая стратегия обычно применяется в отраслях, где существует возможность удовлетворить специфические потребности узкой группы потребителей или достичь низких издержек в определенном сегменте рынка. Стратегия фокусирования, хотя и может обеспечить конкурентные преимущества, однако, как и любая другая стратегия, сопряжена с определенными рисками. Организация, принимающая решение о выборе данной стратегии, должна обладать хорошим пониманием своей целевой аудитории, иметь четкое представление о ее потребностях и предпочтениях, а также быть готовой к конкуренции с другими игроками на рынке, в том числе с крупными компаниями, которые также могут заинтересоваться узкой нишей.

Таким образом, подбор подходящей стратегии требует учета конкретных условий компании и специфики её деятельности. Важно рассмотреть не только возможности и выгоды от выбора той или иной стратегии, но и обратить внимание на риски, связанные с ней. Изучение и анализ стратегий достижения конкурентных преимуществ позволяет определить наиболее эффективные подходы к укреплению конкурентной позиции компании в её отрасли.

Список использованных источников

1. Мармашова, С. П. Конкурентные стратегии : электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии» для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / С. П. Мармашова ; ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга. – Минск : БГУ, 2018. – 58 с. : ил. – Библиогр.: с. 55–58.
2. Конкурентные стратегии по Портеру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.komdir.ru/article/3806-konkurentnye-strategii-po-porteru>. – Дата доступа: 04.04.2024

Г.Г. Исаханова, 1 курс

Научный руководитель – Р.А. Лизакова, к.э.н., доцент

Барановичский государственный университет

Позиционирование товара на рынке на сегодняшний день – это необходимое условия для нормального функционирования любой организации, особенно коммерческого характера. О позиционировании активно заговорили в конце прошлого века, когда вышла книга «Позиционирование. Битва за узнаваемость», в которой говорится, что позиционирование – это операция на сознании потенциальных покупателей, то есть необходимо позиционировать товар в умах своих потребителей [1].

Таким образом формируется приверженность покупателей в отношении марочных товаров, которая может снижать их чувствительность к цене, затруднять проникновение на рынок конкурирующих товаров, тем самым придавать фирме дополнительную рыночную силу. Кроме того, «товарные марки облегчают покупателям выбор среди огромного разнообразия товаров, убеждают их в том, что при покупке товара они получают то же самое качество, что и прежде. По причине своего особого положения, особых предпочтений покупателей марочные товары менее подвержены колебаниям рынка» [2, с. 102].

Товарная марка должна создать в глазах существующих и потенциальных покупателей образ товара, который обеспечит не только внешние конкурентные преимущества, но и превратит потенциального покупателя в будущего пропагандиста данной марки. Люди воспринимают наличие атрибутов в торговой марке, используют их как критерии сравнения марок, это помогает им структурировать окружающую товарную действительность и, в конечном счете, облегчает выбор.

Восприятие потребителя – это значение, которое он приписывает вещам. Восприятие товара может быть основано на собственном опыте и личных впечатлениях, собранной информации, мнениях друзей и коллег, рекламе. Восприятие представляет важный компонент образа марки, хотя оно может не соответствовать истинной природе марки. Но поскольку люди действуют так, как они считают правильным, истинная реальность, чтобы она ни означала и как бы ни была определена, играет меньшую роль в маркетинге, чем воспринимаемая реальность. Именно эта воспринимаемая реальность формирует среду, в которой действует конкретная фирма.

Считается, что товары и марки надолго сохраняют один и тот же образ, независимо от того, плох он или хорош, и требуется длительное время и большие усилия, чтобы этот образ усовершенствовать.

ЛКЗ производит около 150 наименований овощных, томатных и фруктовых консервов в разной расфасовке в количестве около 20 миллионов условных банок консервов в год, которые в торговых организациях Беларуси и за ее пределами.

Товарная марка ЛКЗ представляет собой комбинированное обозначение: словесное в виде слов «Открытое акционерное общество» по большому кругу и аббревиатуры внутри малого круга «ЛК». Фирменный цвет товарного знака ОАО «Ляховичский консервный завод» – красный. Это активный, вызывающий сильную, физиологическую реакцию цвет, он притягивает внимание, выявляет лидера.

Сразу отметим, что единый фирменный стиль товарной марки ЛКЗ используется на таких атрибутах как:

- бланки деловой документации, конверты;
- визитки, поздравительные открытки, приглашения.
- упаковка (коробки, коробка, тара продукции, этикетки на банках;
- любые рекламные носители в контексте рекламных кампаний, выставок, покупательских конференций, презентаций новых товаров и пр. мероприятий PR (каталоги, буклеты с акциями, выставочные стенды, штендеры, билборды и т.д.);
- сувенирная продукция (ежедневники, планинги, календари, ручки и т.д.);
- рекламные модули в СМИ;

- видеоролики, презентационные фильмы;
- наружная реклама и др.

Основными конкурентами ЛКЗ в рамках его товарного ассортимента являются следующие предприятия: ООО «Рольник» (торговые марки «Рольник» и «Горынь»), ОАО «Пружанский консервный завод», а также ОАО «Гродненский консервный завод». Нами был проведен опрос потребителей (60 чел. в г. Бресте и Брестской области) относительно знания ими торговой марки ЛКЗ. Опрос показал, что марку ЛКЗ покупатели знают и в ряде случаев (отдельные виды консерваций) берут именно эту продукцию. Перевеса на тот иной вид консервации относительно конкурента в опросе не установлено, но саму торговую марку и производителя знали все.

Миссия товарной марки ЛКЗ на белорусском рынке состоит в следующем: стать одним из лидеров потребительского рынка Республики Беларусь за счет широкого ассортимента и высокого качества продукции. Высокое качество продукции подтверждается тем, что в декабре 2023 года предприятию была в своей номинации вручена Республиканская премия «Лидер потребительского рынка – 2023». Также по итогам народного голосования 2023 года ЛКЗ стал победителем в премии «Народная марка» в номинации «производитель овощных консервов». Здесь присутствовал уже новый товарный знак ЛКЗ «Птичка-ляховичка».

В настоящее время завод выпускает под этим новым товарным знаком только продукцию высшего класса около 30 наименований. Эта продукция по рецептуре является для завода новой и уже заслужила внимание потребителей. Сотрудники завода знакомят потребителей с новым товарным знаком. Например, во время областного фестиваля «Берестейские сани» ЛКЗ презентовал этот новый бренд и его символ. На рисунке представлен вид новой продукции с зарегистрированным товарным знаком «Птичка-ляховичка»



Рисунок – Продукция с товарным знаком «Птичка-ляховичка» [3]

В центре г. Ляховичи установлена металлическая инсталляция птички-ляховички.

Проведенный опрос по новому товарному знаку показал, что жители вне г.Ляховики не были знакомы с этим знаком и воспринимали его визуальнo отрицательно, считая, что раньше было лучше. Но после объяснения, что это товарный знак отдельной линейки продукции, говорили, что нужно также дать информацию на видном месте, что это ляховичский консервный завод.

Таким образом можно сделать вывод, что нужно не только поддерживать фирменный стиль, который визуальнo воздействует на потребителя, но и развивать на предприятии элементы айдентики, которые должны отвечать за тактильные ощущения, восприятия вкуса и др. В последнем направлении ЛКЗ активно работает через детские сады, дома для пожилых людей. Одновременно, естественно идет и реклама новой продукции в социальных сетях. Потребителям нужно время, чтобы новый товарный знак заменил то, что сложилось уже в их сознании. Внедрение и закрепление новой товарной марки в сознании потребителя — процесс не быстрый, но при положительном результате — хорошо окупаемый.

Список использованных источников

1. Джек Траут, Эл Райс. Позиционирование. Битва за узнаваемость. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://docviewer.yandex.by/view/98216388/?page=98&*="](https://docviewer.yandex.by/view/98216388/?page=98&*=) – Дата доступа 25.03.2024

2. Ефремов, В.С. Ассортимент продукции: концепции управления и методы планирования : учеб. пособие / В.С. Ефремов. – М.: Финпресс, 2020. – 192 с.

3. Официальный сайт ОАО «Ляховичский консервный завод» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lkz.brest.by/>– Дата доступа 02.03.2024

УДК 006.33.338.3

ПРЕИМУЩЕСТВА СТРАТЕГИИ JUST-IN-TIME В МЕНЕДЖМЕНТЕ КАЧЕСТВА

М.С. Ключник, А.А. Маскалюк, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Just-in-Time (JIT) – это метод, применяемый в менеджменте качества, который приобрел популярность благодаря своей эффективности и способности снижать затраты предприятия.

Сущность метода JIT заключается в том, чтобы минимизировать запасы и отходы, сократить время цикла и увеличить гибкость процессов производства. Основная идея JIT состоит в доставке необходимых ресурсов и материалов в нужное место, в нужное время и в нужных количествах. Это позволяет избежать излишних складских запасов, а также снизить издержки на хранение и обработку товаров.

Применение метода JIT в менеджменте качества может принести ряд преимуществ предприятию. Во-первых, постоянное улучшение качества продукта, что способствует однородности продукта, что достигается путем стандартизации операционных процедур, и сокращению товаров в незавершенном производстве. Во-вторых, сниженная стоимость, которая характеризуется низкими потерями за счет низкого уровня отходов, сокращение оборотного капитала и уменьшению ”мертвого запаса“. В-третьих, улучшенная эффективность, которая достигается избавлением от ненужного сырья и готовой продукции, давая компании время для планирования следующих заказов. В-четвертых, сокращение времени цикла позволяет более оперативно реагировать на изменения в рыночной ситуации и удовлетворять потребности клиентов. В-пятых, метод JIT способствует повышению качества продукции и снижению дефектов, так как вся система производства становится более прозрачной и контролируемой [1].

Однако следует отметить, что успешная реализация метода JIT требует серьезной подготовки и адаптации всей системы предприятия. Необходимо провести анализ и оптимизацию процессов, усовершенствовать систему поставок и логистики, а также обучить и вовлечь всех сотрудников вновь установленным принципам работы. Только таким образом предприятие сможет добиться полного эффекта от внедрения метода JIT и улучшить свои показатели в сфере менеджмента качества [2].

Чтобы выявить преимущества данного метода по сравнению с другими, был проведен анализ методов Just-in-Time и Just-in-Case, который отображен в таблице.

Таблица – Сравнительная характеристика методов “JIT” и “JIC”

Показатели	Just-in-Time (точно в срок)	Just-in-Case (на всякий случай)
1	2	3
Запасы	Минимизация количества товаров на складе, отсутствие незавершенного производства	Создание запасов, которые могут быть использованы в случае возникновения проблем с поставками или изменениями в спросе
Защита от нестабильности	Возможно возникновение проблем с поставками или изменениями в спросе; сложно адаптируется к рыночным изменениям	Ориентация на предотвращение простоев производства или недостатка сырья в условиях нестабильных поставок
Издержки	Снижение издержек на управление запасами, ускорение оборачиваемости капитала и улучшение ликвидности	Высокие затраты на хранение: большие запасы требуют дополнительных затрат на хранение, обеспечение безопасности и управление складами; большие затраты на контроль качества продукции

1	2	3
Риски	Уменьшение рисков устаревания товаров	Увеличение рисков неактуальности товаров
Оперативность	Высокий уровень оперативности в планировании и выполнении заказов. Поставщики должны быть готовы быстро реагировать на потребности компании и доставлять товары вовремя	Не требует высокой оперативности в управлении заказами и поставками
Контроль качества	Высокий уровень контроля качества, поскольку сырье поставляется непосредственно перед его использованием; направлен на бережливое производство, сокращая более 5 видов отходов	Высокие организационные затраты на контроль качества продукции; направлен на традиционное производство

Примечание – Источник: [3]

Исходя из вышеперечисленной информации можно сделать вывод о том, что JIT нацелен на снижение запасов до минимума, тогда как JIC предполагает создание больших запасов; JIT требует высокой оперативности в управлении заказами и поставками, в то время как JIC более гибок и менее зависит от точности прогнозирования; JIT помогает сократить издержки на хранение и управление запасами, но требует более тщательного контроля качества. JIC увеличивает затраты на хранение, но может обеспечить более высокую надежность; JIT более уязвим для сбоев в поставках и изменений в спросе, в то время как JIC обеспечивает большую защиту от таких рисков.

Иногда компании предпочитают применять комбинированную концепцию Just-in-Time и Just-in-Case, используя JIT для управления ключевыми компонентами производства, чтобы сократить издержки, и JIC для обеспечения надежности поставок готовой продукции клиентам.

Одной из компаний, которая использует концепцию "Just-in-Time" в Республике Беларусь, является компания "КАМАЗ". Она нацелена на бережливое производство и оптимизацию логистики.

Список использованных источников

1. Быть вовремя во всем Just-In-Time (JIT) – Электронный ресурс: Режим доступа: <https://worksection.com/blog/just-in-time.html> Дата доступа: 04.04.2024
2. Понимание "Точно вовремя" (JIT) и как извлечь из этого пользу – Электронный ресурс: Режим доступа <https://reads.alibaba.com/ru/understanding-just-in-time-jit-how-to-benefit-from-it/#h2> Дата доступа: 04.04.2024
3. Just in case (JIC) – Электронный ресурс: Режим доступа: <https://swoopfunding.com/uk/business-glossary/just-in-case/> Дата доступа: 04.04.2024

УДК 338.1 : 339.5

CHINA'S ECONOMIC GROWTH: ANALYZING TRENDS

Li Junyang, Liu Ya, master's students

Scientific supervisor – **V.Yu. Druk**, Ph.D., Associate Professor

Polesie State University

China remains the main driving force of the global economy. China has exceeded its development targets for 2023 (GDP grew by 5.2% instead of 5%), the growth of the Chinese economy in both percentage and monetary terms was higher than in the United States or the European Union (Fig. 1). Experts at the International Monetary Fund claim that China currently accounts for more than 30% of global growth. Economists forecast that the average growth of China's economy will exceed 5% until 2035.

Forecasts of the Chinese economy growth rate for 2024 now vary from 4.5% to 5.5%, and most experts expect China's GDP growth to be higher than in 2023. The authorship of the most cautious growth forecast of 4.5% belongs to the World Bank, it is shared by the investment group UBS.

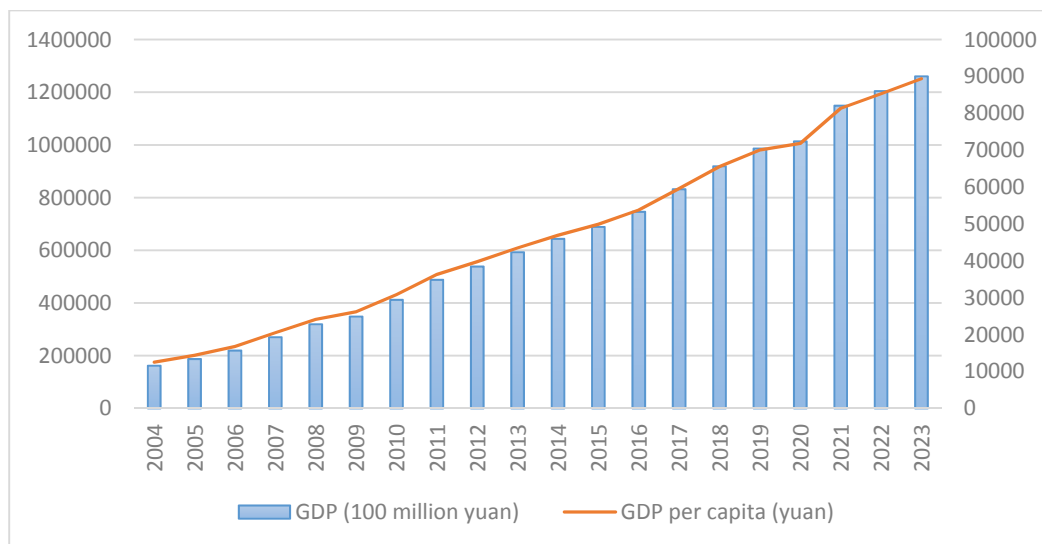


Fig. 1 – Dynamics of China's GDP in monetary and per capita terms in 2004-2023.

In addition, it should be remembered that international economic organizations usually set a lower forecast for China at the beginning of the year, and then revise their forecasts upwards. For example, the same World Bank raised its forecast for the Chinese economy in 2023 twice: in April by 0.8 percentage points (from 4.3% to 5.1%), and in June - by another 0.5 percentage points. We can say with a high degree of confidence that the same situation will be repeated in 2024.

Confidence in the prospects for the Chinese economy is based on four important characteristics of the modern Chinese economy, as Li Qiang, Premier of the State Council of the People's Republic of China, pointed out in his speech at the Davos Forum:

First is sustainability and balance. "We are not chasing short-term explosive growth at the cost of creating long-term risks. We are emphasizing strengthening our economic capacity. The Chinese economy has a strong immune system that can cope with cycles of ups and downs while maintaining a long-term development trend," Li emphasized.

Secondly, it is the ever-growing innovation potential: about 400,000 high-tech enterprises are already operating in China.

Thirdly, these are huge and growing markets: China's middle class currently numbers 400 million people and will double in the next 10 years, which will give a strong impetus to the development of consumption in the country.

Fourth, these are all new opportunities for foreign investors: the rate of return on investment for foreign capital in China is 9%. The country plans to lift all restrictions on foreign investment in the manufacturing sector and will continue to reduce the negative list for foreign investment in other sectors. "Entering the Chinese market is not a risk, but an opportunity," said the head of the Chinese government.

The success of the Chinese economy is largely determined by effective structural reforms, increasing the share of the service sector in the national economy (Fig. 2).

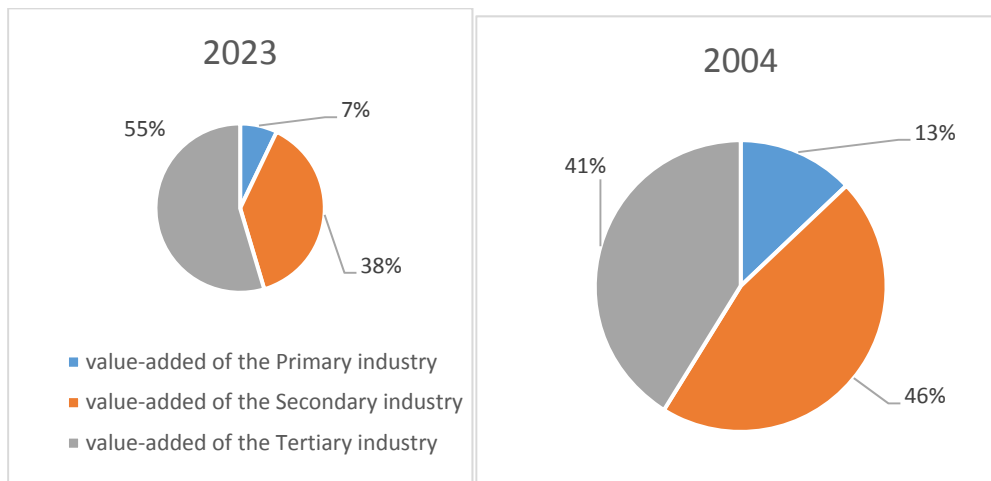


Fig. 2 – Structure of China's GDP at the beginning and the end of the period under analysis

As follows from Figure 2, the service sector grew from 41 to 55% during the analyzed period, while the share of the real sector of the economy, both extractive and manufacturing industries, tended to decrease.

Experts forecast the PRC real estate market to grow. In 2023, the inflow of foreign investment in China's construction sector was "explosive" - the increase amounted to 43.7%. Foreign capital is rushing to gain a foothold in the Chinese real estate market at a time when it is in a period of cyclical subsidence.

Last year, retail trade in China increased by 7.2%. Final consumption accounted for 82.5% of national economic growth. However, in 2024, according to the forecast of Tian Yun, an authoritative expert of the Chinese Institute of Macroeconomics, the growth rate of retail trade will fall to 5%, and final consumption will provide only half of the national economic growth.

That is why the expectation is to maintain high growth rates of investment activity: increased investment will mean new jobs and higher incomes, which will lead to an increase in consumer activity.

The main economic task for 2024 is to restore consumer and business confidence, which the Chinese authorities see as the key to progressive economic development.

The following factors have been identified as important growth points:

First, it is further urbanization: 34% of the PRC's population still lives permanently in rural areas, and the number of labor force migrating to cities is almost 300 million people.

Second, it is an increase in the consumer activity of the population, which is still inclined to save rather than spend: the savings rate in China today reaches 40%.

Third, it is the further development of the huge innovation potential, research and development: currently 40% of Chinese university graduates go into engineering specialties.

According to economists' forecasts, the weighted average growth of the Chinese economy will exceed 5% until 2035. This will more than double the national GDP by 2035 compared to 2020.

List of used literature

1. China Statistics: National Bureau of Statistics of China [electronic resource]. Access Resource: <https://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01>.
2. Eswar Prasad. China has shaken, but is likely to survive: IMF [electronic resource]. Access Resource: <https://www.imf.org/ru/Publications/fandd/issues/2023/12/China-bumpy-path-Eswar-Prasad>
3. Shchepkin, Konstantin. China 2024: Economic growth will be higher than last year [electronic resource]. Access Resource: <https://rg.ru/2024/01/24/razvitie-s-optimizmom.html>.

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР РОСТА МЕЖКЛАССОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
НЕРАВЕНСТВА****В.А. Лесницкая, 4 курс****Научный руководитель – Т.В. Сергиевич, к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет**

Реальная экономика, характеризующаяся производством, распределением и потреблением материальных ресурсов и благ существует в тесной взаимосвязи с цифровой экономикой. Технологическая революция, обусловившая рост технологических инноваций в области коммуникаций, способах производства и создания новых продуктов поспособствовала созданию единого цифрового рынка. Информация в цифровой среде является публичным благом и предполагает ее потребление на равных условиях. В то же время исключить фактор неравенства в потреблении информации невозможно, так как степень восприятия и трактовки информации будут отличаться в зависимости от доступности образования, системы приобретенных индивидом устойчивых методов восприятия и оценивания информации, результата опыта и его интериоризации индивидом.

Возникновение цифровой экономики, распространение цифровых технологий в производстве, образовании становится двигателем экономического роста, в частности для развивающихся стран. В то же время цифровая трансформация экономики носит двойственный характер. С одной стороны, она позволяет упростить коммуникацию между субъектами экономической системы, создать единое цифровое пространство, которое позволяет рационализировать решение профессиональных и бытовых проблем. С другой стороны, доступность к ресурсам для создания конкурентоспособных методов производства и коммуникации, информационно-коммуникационных технологий более характерна развитым странам. Увеличивается неравенство в экономической системе общества, так как цифровизация меняет не только структуру производства товаров, но и их потребления и использования.

Профессор Э. Гидденс отмечает: «Основным качеством современных обществ стоит назвать «беспорядочную пластичность» (erratic fluidity). Жизненные изменения значительно менее предсказуемы, чем раньше, а их положительные либо отрицательные последствия зачастую латентны» [1, с. 20]. С этим связана информационная энтропия социальных систем, о которой писал еще Е. А. Седов: «На уровне интеллектуальных и социальных систем информация наделяется СМЫСЛОМ. Человек создает информацию с определенными ЦЕЛЯМИ, а там, где есть цель, информация приобретает и ЦЕННОСТЬ, поскольку способствует достижению цели» [2, с. 96]. Количество же воспринятой субъектом системы информации зависит от степени ее восприятия. «Данные сообщают нам много, но не так много, как мы ожидаем. Иногда в массе данных нет никакого смысла, а иногда единственный факт бесценен» [3, с. 112]. Наряду с информационной энтропией в обществе возникает напряженность и неопределенность, появляются новые классы, для которых профессиональная неопределенность является основной чертой данного класса. Так, Ж. Т. Тощенко выделяет класс прекариат: «Для прекариата характерна рабочая деятельность в условиях неопределенности социально-экономического положения работника» [4, с. 160].

Цифровизация наряду с положительными эффектами в виде упрощения производственных процессов, ускорения процессов воспроизводства, увеличения конкурентоспособности продукции создает новые риски и угрозы в экономике. В условиях быстрого темпа изменений в технологиях, способах производства возникает термин «креативный класс». Р. Флорида выделяет такие характерные ценности креативного класса, как индивидуальность, меритократия, разнообразие и открытость [5]. Учитывая, что в условиях цифровой трансформации экономики формируется новая социальная структура, основанная на принципах «знаний» и «сервисно-ориентированной экономики» [1], представители данного класса обретают преимущества при осуществлении трудовых отношений. В цифровом обществе, где провозглашается ценность знаний, важную роль играет доступность к образовательным услугам, при этом не только от высших учебных заведений, но и от частных поставщиков образовательных услуг. Символы образования в виде сертификатов и дипломов становятся основными «билетами» социальной мобильности, что также увеличивает межклассовое экономическое неравенство.

Как верно замечает Э. Гидденс: «У людей, в отличие от традиционного общества, появилась возможность выбора стиля жизни или, как я это называю, проявился феномен повседневной демократизации, которая может простираться как «вверх», так и «вниз» относительно жизненного курса. ... позитив расширенных возможностей и широкого выбора траекторий стиля жизни соприкасается с негативом отсутствия безопасности и уверенности в стабильности этих благ» [1, с. 22-23]. Адаптивность как возможность искать новые варианты приспособления к изменениям становится не только фактором конкурентоспособности предприятий или человека, но и фактором их жизнеспособности и устойчивости в быстро меняющемся мире. Увеличение межклассового неравенства в контексте цифровизации экономики играет важную роль при определении адаптивности самого общества к изменениям в инновациях, научных достижениях, либо отношениях, складывающихся в существующей социальной системе. Степень устойчивости национальной системы будет зависеть от характера и степени неравенства при столкновении интересов различных классов, целостности отдельных классов и степень их устойчивости под влиянием воздействия цифровизации экономики.

Список использованных источников

1. Гидденс, Э. Новые социальные классы постиндустриального общества / Э. Гидденс // Социология: Научно-теоретический журнал. – 2010. – №2. – С. 19–25.
2. Седов, Е. А. Информационно-энтропийные свойства социальных систем / Е. А. Седов // Общественные науки и современность. – 1993. – №5. – С. 92–100.
3. Талеб, Н. Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / Н. Н. Талеб : Пер. с англ. – 2-е изд. доп. – М. : КоЛибри. Азбука-Аггикус, 2012. – 736 с.
4. Тощенко, Ж.Т. Прекариат: от протокласса к новому классу. Монография / Ж.Т. Тощенко. – Институт социологии ФНИСЦ РАН, РГГУ. – М. : Наука, 2018. – 350 с.
5. Florida, R. The Rise of the Creative Class, Revisited / R. Florida. – Basic books : New York, 2012. – 483 p.

УДК 006.65:65.01

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ KANBAN И SCRUM

А.В. Кочановская, А.М. Лось, 3 курс
Научный руководитель – **А.О. Васильченко, к.э.н.**
Полесский государственный университет

В современном мире развития информационных технологий и проектного менеджмента существует множество методологий, направленных на увеличение производительности и эффективности работы команд. Одними из самых популярных и востребованных являются Kanban и Scrum [1].

Методологические аспекты Kanban и Scrum.

Метод Kanban (в переводе с яп. "kan" – видимый; "ban" – доска) – это система визуального управления процессами, разработанная японской компанией Toyota в рамках системы Lean Manufacturing. С течением времени метод был адаптирован и применен не только в производственных процессах, но и в управлении качеством услуг.

Сущность методики Kanban заключается в визуализации рабочего процесса, установлении предельного количества незавершенных задач и достижении оптимальной производительности. Команды, использующие Kanban, нацелены на минимизацию времени, требуемого для завершения проекта от начала до конца [2].

Scrum (в переводе с англ. – "схватка") – один из гибких подходов в управлении организации рабочего процесса, суть которого заключается в делении работы на итерации для достижения цели. В данном методе работа команды разделена на ограниченные по времени интервалы, называемые спринтами, которые, как правило, длится 1-2 недели.

Основная цель заключается в том, чтобы к окончанию каждого спринта получить конкретный функциональный результат, который приносит практическую пользу [3].

Сравнение инструментов Kanban и Scrum.

Обе методологии обладают уникальными характеристиками, поэтому важно осознавать различия между ними, чтобы определить оптимальный подход для команды и проекта.

Для сравнения были использованы параметры, приведенные в таблице.

Таблица – Сравнительная характеристика методологий ”Kanban“ и ”Scrum“

Показатели	Kanban	Scrum
Основная идея	Повышение качества выполняемой работы с помощью визуализации рабочего процесса	Извлечение уроков из личного опыта, способность к саморегуляции и определению приоритетов, анализ достижений и ошибок
График	Непрерывный рабочий процесс, пока проект не будет завершён	Регулярные спринты фиксированной продолжительности
Методы	Визуализация процесса работы, ограничение объемов незавершенной работы	Планирование спринтов, ежедневное Scrum-совещание, ретроспектива спринта
Артефакты	Kanban-доски	Бэклог продукта и спринта, что подразумевает собой список задач по степени приоритетности; инкремент продукта
Роли	Нет специфических ролей	Владелец продукта, Scrum-мастер, команда
Метрики	Пропускная способность, время циклов	Скорость работы команды
Управление изменениями	Изменения могут быть внесены в любой момент времени	Изменения проводятся между спринтами, основываясь на ретроспективе. Не допускаются изменения в течение спринта

Примечание – Источник: [4]

Из всего вышеперечисленного можно сделать следующий вывод: для проектов, где требуется высокая гибкость, а также для команд, которые предпочитают более свободный подход к работе, Kanban может быть более эффективным выбором. Для проектов с жесткими сроками и планами, а также для команд, где требуется четкая структура и контроль за выполнением задач, более подходящим методом будет Scrum. Важно помнить, что каждый метод имеет свои преимущества и недостатки, и выбор нужно делать исходя из конкретных условий проекта и особенностей команды.

Компанией в Республике Беларусь, использующей в своей организации методики Kanban и Scrum, является ”EPAM Systems“.

EPAM Systems – это крупнейшая IT-компания, специализирующаяся на разработке программного обеспечения и предоставлении IT-услуг. Она широко применяет данные методики для управления проектами, распределения задач и анализа процессов в своей деятельности. Они помогают ”EPAM Systems“ улучшать эффективность работы, повышать скорость доставки продуктов и оптимизировать рабочие процессы.

Список использованных источников

1. Майк Ком. Agile: оценка и планирование проектов / Майк Кон; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблицер, 2020. – 343 с.
2. Дэвид Андерсон. Kanban: альтернативный путь в Agile / Дэвид Дж. Андерсон; Пер. с англ. – М.: Александр Коробейников, 2022. – 289 с.
3. Джефф Сазерленд. Scrum: революционный метод управления проектами / Джефф Сазерленд; Пер. с англ. – М.: Мария Гескина, 2022. – 320 с.
4. Критерии применения Agile-методологии для управления проектом – Электронный ресурс: Режим доступа: <https://www.wrike.com/ru/blog/agile.html> – Дата доступа: 04.04.2024

Е.С. Манчик, Я.А. Грицук, 3 курс

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

Полесский государственный университет

Изучение особенностей маркетинга на рынке туристических услуг становится неотъемлемой частью для достижения конкурентных преимуществ, обеспечения устойчивого развития экономики и удовлетворения потребностей современных туристов. Они становятся все более требовательными и осведомленными, что вынуждает компании в сфере туризма постоянного изучения и анализа их потребностей и предпочтений. Этим определяется и актуальность данного исследования. Его цель: рассмотреть особенности маркетинга, применяемые в современной туристической индустрии.

Кузнецова И. А., Мискевич Е. В. и Демьянов С. А. в своей работе определили туристический маркетинг как «деятельность, направленную на удовлетворение явных и скрытых потребностей населения в полноценном проведении отдыха» [1, с. 6]. Это подразумевает более глубокое понимание запросов клиентов и учет их эмоциональных и психологических аспектов.

Швейцарский исследователь Крипендорф определяет маркетинг в туризме как «систематическую координацию деятельности туристических предприятий, а также частную и государственную политику в области туризма» [2, с. 28]. Автор указывает на важность согласования действий различных участников индустрии для успешной работы в сфере туризма.

Французские ученые Ланкар и Олье описали туристический маркетинг как «серия основных методов и приемов, разработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач для наиболее полного удовлетворения потребностей туристов, а также определение рациональных (с финансовой точки зрения) способов ведения дел туристическими фирмами (санаториями, гостиницами и т.д.)» [2, с. 28]. В этом определении авторы обращают внимание на серию основных методов и приемов для исследования, анализа и решения задач в туристическом маркетинге. Это свидетельствует о необходимости систематического подхода к анализу потребностей туристов и разработке эффективных стратегий для удовлетворения этих потребностей.

В целом, приведенные выше определения подчеркивают важность понимания потребностей клиентов, координации деятельности участников индустрии и использование систематических методов для успешного проведения маркетинговых стратегий в сфере туризма.

Особенности маркетинга в туризме непосредственно определяются уникальными характеристиками трех ключевых составляющих этой индустрии: потребители, производители и сами услуги. Взаимодействие друг с другом и взаимодополняемость являются спецификой деятельности производителей туруслуг [2, с. 29]. Особенности потребителя выражаются в сложности оценки качества услуг, представленных в неосязаемой форме, и в постоянном сопоставлении личных ожиданий с реальным восприятием. Оценка качества услуг не ограничивается лишь конечным результатом обслуживания, но также включает в себя сам процесс предоставления услуги [3, с. 189].

Особенностей туруслуги представлены в работе Ангелины И. А.: неспособность к хранению, неосязаемость, склонность к сезонным колебаниям, привязанность к определенному месту, несоответствие во времени факта продажи услуги и ее потребления, а также территориальная разобщенность потребителя и производителя на туристическом рынке [2, с. 27].

Туризм в настоящее время проявляется в разных формах, явлениях и отношениях, что приводит к необходимости классифицировать его на типы, категории, виды и формы.

Рекомендацией Всемирной торговой организации (ВТО) на национальном уровне принято выделять следующие типы туризма:

- Внутренний туризм, т.е. путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны.
- Въездной туризм, подразумевает путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой-либо страны.
- Выездной туризм, определяется как путешествия резидентов одной страны в какую-либо иную страну [4, с. 7].

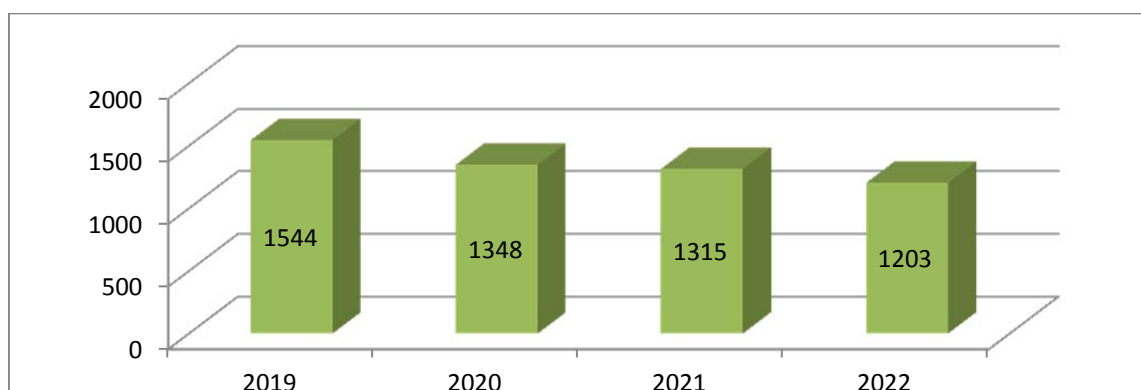


Рисунок – Количество организаций, осуществлявших туристическую деятельность в Республике Беларусь с 2019-2022 гг.

Примечание: собственная разработка на основе [5]

Число организаций, предоставляющих туристические услуги в Республике Беларусь, в 2022 году снизилось на 22,09% по сравнению с 2019 годом (рис. 1). Мы связываем такое уменьшение показателя с последствиями пандемии COVID-19. Введение границ и въездных ограничений для борьбы с распространением вируса привело к существенному снижению числа туристов. Организации рассматриваемой сферы деятельности столкнулись с отменой заказов и потерей доходов, что отразилось на финансовом положении туристических компаний. Некоторые из них были вынуждены закрыться или сократить свою деятельность из-за финансовых потерь.

В условиях пандемии COVID-19 туристы предпочитают безопасные и природные формы отдыха, что стимулирует спрос на агроэкотуризм. В Беларуси этот вид туризма становится все более популярным. Агроэкотуризм представляет собой сочетание экотуризма и агротуризма, что и определяет уникальность этого вида отдыха. Экотуризм предполагает посещение туристами природных и заповедных территорий, агротуризм – сельской местности с целью отдыха и организации развлечений [4, с. 14].

Данные за последние годы указывают на устойчивый рост количества организаций агроэкотуризма, что подтверждает растущий интерес к этому направлению (табл.).

Таблица – Динамика агроэкотуризма в период с 2019 по 2022 гг.

	Период				Темп роста с 2019 по 2022 гг., %
	2019	2020	2021	2022	
Число субъектов агроэкотуризма, единиц	2760	2936	3150	3043	110,22
Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, тыс. человек	514,8	433,3	563,6	599,8	116,51

Примечание: собственная разработка на основе [5]

Увеличение числа субъектов агроэкотуризма на 10,22 п.п. свидетельствует о росте популярности данного вида туризма, однако неоднородная динамика численности туристов указывает на необходимость дальнейшего изучения факторов, влияющих на развитие этой сферы и оказывающих влияние на туристический поток.

Подводя итог исследования, можно сделать вывод, что маркетинг в сфере туризма, по трактовкам разных авторов, выделяет важность глубокого понимания потребностей клиентов, координации деятельности участников индустрии и систематического применения методов для успешного осуществления маркетинговых стратегий. Пандемия COVID-19 стала катализатором изменений в предпочтениях туристов, стимулируя спрос на внутренний туризм в Беларуси, а также усиливая интерес к агроэкотуризму. Таким образом, туристическая индустрия оказывается на пути адаптации к новым условиям, акцентируя внимание на безопасности, природных формах отдыха и удовлетворении изменяющихся потребностей клиентов.

Список использованных источников

1. Маркетинг в туризме: практикум / И.А. Кузнецова, Е.В. Мискевич, С.А. Демьянов. – Пинск: ПолесГУ, 2012. – 94 с.
2. Ангелина, И. А. Маркетинг в туризме : учебное пособие / И. А. Ангелина. – Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. – 203 с.
3. Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – Москва : Финансовый университет, 2014. – 224 с.
4. «Карасёв, И. Е. Основы и виды туризма : учеб. пособие / И. Е. Карасёв, Ю. Р. Со-лодовникова ; Минобрнауки России, ОмГТУ, 2019. – 90 с.
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 08.04.2024.

УДК 008.39.394

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ОСНОВА СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ ПРОВЕДЕНИЯ ФЕСТИВАЛЯ ”ДОЖИНКИ“)

Е.С. Матвейчук, А.С. Щербак, 3 курс

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

Полесский государственный университет

В современных условиях люди заинтересованы продвигать свой продукт, услугу, товар как можно более эффективно. Так, чтобы об их продукте узнало большее количество человек, а, соответственно, потенциальных покупателей. В этом может помочь событийный маркетинг.

Событийный, или event-маркетинг – комплекс маркетинговых мероприятий, направленный на продвижение продукта или компании в привязке к определенному событию. Чаще всего, это всемирно известные мероприятия либо события, созданные специально для компании: например, тематические праздники, традиции [1, с. 26].

Пандемия COVID-19 имела серьезное негативное воздействие на туристическую отрасль во многих странах, включая Беларусь, что привело к сокращению инвестиций в туризм, что, в свою очередь, оказало влияние на снижение числа туристических организаций.

Таблица – Число организаций, осуществляющих туристическую деятельность

	2019		2020		2021		2022		2023	
Республика Беларусь	1 544	100	1 348	100	1 315	100	1 203	100	1 108	100
Брестская область	119	7,7	100	7,4	99	7,5	102	8,5	92	8,3
Витебская область	171	11,1	146	10,9	143	10,9	140	11,6	126	11,4
Гомельская область	150	9,7	130	9,6	124	9,4	113	9,4	106	9,6
Гродненская область	104	6,7	92	6,8	85	6,5	81	6,7	78	7,0
Г. Минск	775	50,1	679	50,4	673	51,2	596	49,5	539	48,6
Минская область	131	8,5	108	8,0	99	7,5	89	7,4	82	7,4
Могилевская область	94	6,2	93	6,9	92	7,0	83	6,9	85	7,7

Примечание – источник: [4]

Таким образом, видим, что количество предприятий туристической сферы распространены неравномерно, что связано с богатой историей в регионах, климатом и местоположением, что создает более привлекательные условия, продвижением туристического продукта.

Под этнографическим туризмом понимается вид познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для познания культуры, архитектуры, быта того или иного народа (этноса), проживающего сейчас или проживавшего когда-либо на данной территории. Другими словами, этнографический туризм выступает формой познания историко-литературного наследия региона [2].

В наше время большинство людей заинтересовано изучением истории народа в привязке к определенным туристическим объектам и мероприятиям. Ими могут выступать различные усадьбы, музеи, замки, храмы и соборы. К известным мероприятиям этнографического туризма в Бела-

руси относят: Коляды, Масленица, Купалье, ”Зажинки“ (начало жатвы) и ”Дожинки“ (праздник сбора урожая), Юрьев день и Вишневый фестиваль.

Далее в статье рассматриваются особенности реализации этнографического туризма в Брестской области на примере ”ДОЖИНКИ-2023“.

Дожинки (Дажыню) представляют собой древний обряд, часть дохристианского языческого аграрного ритуального комплекса. Дожинки связаны с концом уборки урожая. Этот обряд пережил христианизацию и советскую секуляризацию и сохранил в Беларуси популярность до сегодняшнего дня. С 1996 года на государственном уровне Дожинки отмечаются как ”Республиканский фестиваль-ярмарка работников села Дожинки“, это событие республиканского значения [3].

Тенденция роста затрат на ”Дожинки“ из года в год становится все внушительней. Так, в 2019 году было затрачено 4 554 000 рублей (Ружаны), в 2020 – 5 200 000 (Дивин), в 2021 – 4 000 000 рублей (Логишин), в 2022 – 13 000 000 рублей (Телеханы), в 2023 – 20 000 000 рублей (Ганцевичи). За последние пять лет данный показатель увеличился в 4 раза, что подтверждает масштабность этого мероприятия [5].

Последний областной фестиваль-ярмарка тружеников села ”Дожинки“ состоялся 9 сентября 2023 года в городе Ганцевичи. Для проведения фестиваля ежегодно создаётся государственный план мероприятия по подготовке к фестивалю, согласно которому строятся новые и реконструируются существующие объекты и коммуникации, проводится капитальный ремонт и благоустройство городских улиц.

Стоит сказать, что в ходе подготовки к ”Дожинки-2023“ в Ганцевичах не только ремонтировались существовавшие ранее объекты, но и появились новые. На территории районного центра детско-юношеского творчества была открыта скейт-площадка, которая пользуется популярностью у юных поклонников экстремальных видов спорта. Также, в канун Дня железнодорожника, на обновленной привокзальной площади торжественно открыли привлекающий внимание арт-объект – старинную колонку для заправки водой паровозов. Она стала символическим подарком городу от работников Барановичского отделения Белорусской железной дороги.

Некоторые из особенностей проведения мероприятия ”Дожинки-2023“ в Ганцевичах включали в себя:

- традиционные народные гулянья с выступлениями хоров, танцами и песнями, отражающими культурное наследие региона;
- выставка сельскохозяйственной продукции и ремесел, где были представлены различные растения, овощи, фрукты, местные изделия и крафтовые изделия;
- соревнования по традиционным видам ремесел и спорта, таким как заплывы, метание косы, танцы и другие;
- колоритные праздничные костюмы и украшения, соответствующие теме мероприятия;
- угощения народной кухни, предлагающие белорусские национальные блюда и напитки.

Эти особенности сделали мероприятие ”Дожинки“ в Ганцевичах ярким и запоминающимся событием, отражающим культурные традиции и обычаи Беларуси.

Таким образом, событийный маркетинг является функциональным инструментом в маркетинге, который позволяет открыть что-то новое для места, где проводится само мероприятие. Как и случилось с Дожинками, благодаря которому каждый город ежегодно буквально расцветает.

Список использованных источников

1. Назимко, А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А.Е. Назимко. – М.: Вершина, 2007. – 224 с.
2. Этнографический туризм как способ сохранения и возрождения этнокультурного наследия/ Б.М. Суртаев [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/etnog_raficheskiy-turizm-kak-sposob-sohraneniya-i-vozhrozhdeniya-etnokulturnogo-naslediya. Дата доступа: 04.04.2024.
3. Дожинки по-белорусски: от ритуала к карнавалу / А.И. Доманская [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dozhinki-po-belorusski-ot-rituala-k-karnavalu>. Дата доступа: 04.04.2024.
4. Национальный статистический комитет. Туризм [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. Дата доступа: 08.04.2024.
5. Газета «Звезда». Дожинки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://zviazda.by/be/node/176092>. Дата доступа: 08.04.2024.

АКТУАЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-СРЕДЫ**К.Р. Матохин**, аспирантНаучный руководитель – **Ю.С. Положенцева**, к.э.н., доцент,
заведующая кафедрой региональной экономики и менеджмента,
ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет», Курск

Современные условия развития экономики и ведения бизнеса диктуют необходимость непрерывного адаптивного внедрения изменений в деятельность компаний и совершенствование процессов управления данными изменениями. Реинжиниринг процессов межфирменного взаимодействия на новых или трансформирующихся рынках оказывает существенное влияние на развитие компаний, их способность подстраиваться и гибко реагировать на вызовы внешней среды. Если в малых компаниях процесс управления изменениями прозрачен и достаточно легко контролируем, то развитие корпораций, несмотря на свою устойчивость в плане масштаба, активов и потенциала роста, требует анализа и дополнительного внимания. Процесс управления организационными изменениями в условиях трансформации бизнес-среды в больших компаниях и корпорациях достаточно сложен, отягощен большим сопротивлением, более затратен.

Так, эффективность корпоративного управления в условиях трансформации бизнес-среды можно оценить с помощью Национального индекса корпоративного управления, ежегодно рассчитываемого для топ-100 крупнейших по капитализации компаний [1]. Динамика уровня соблюдения принципов корпоративного управления в зависимости от капитализации компании (топ-20) в 2019 – 2023 гг., % представлена на рисунке 1.

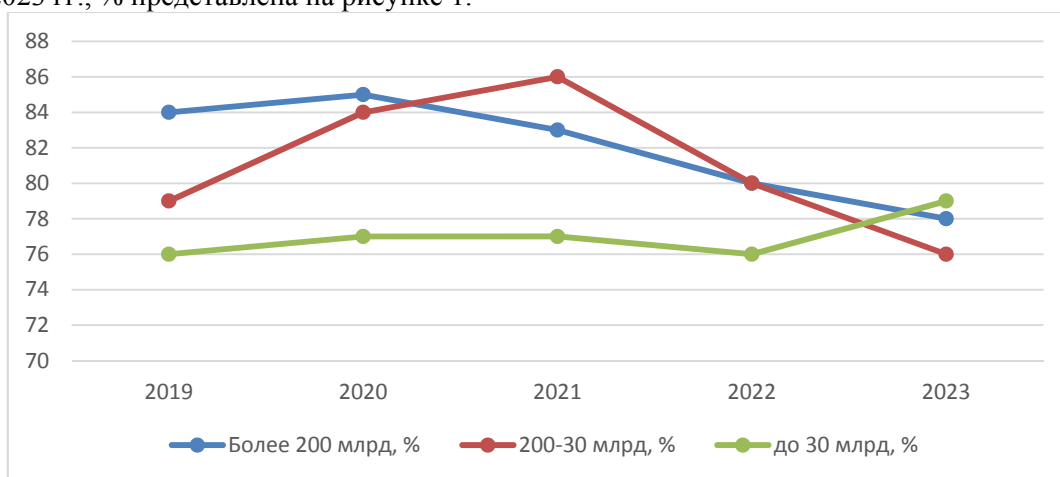


Рисунок 1 - Динамика уровня соблюдения принципов корпоративного управления в зависимости от капитализации компании (топ-20) в 2019 – 2023 гг., %

К наименее соблюдаемым принципам корпоративного управления, согласно проведенному исследованию [1], следует отнести следующие позиции, представленные на рисунке 2.

Таким образом, проблема управления организационными изменениями требует своего разрешения [2].

К ключевым актуальным вызовам для бизнеса, которые определяют направления организационных трансформаций [3], можно отнести следующие:

- развитие производств и инфраструктуры в новых регионах, новых территориальных рынках;
- замена технологий внутренними ИТ-решениями, внедрение отечественного ПО;
- дефицит кадров в бизнесе; усиление мотивационной политики;
- искусственный интеллект требует освоение новых компетенций и практик и другие [4].



Рисунок 2. – Наименее соблюдаемые принципы корпоративного управления

В связи с этим основными инструментами управления организационными изменениями в условиях трансформации бизнес-среды могут стать модель управления изменениями К. Левина, модель перехода У. Бриджеса, теория Д. Коттера, прогнозно-целевое планирование [5] и другие. При этом акцент менеджменту компаний следует сделать на оценке влияния изменений, вовлечении заинтересованных сторон, масштабной коммуникации, оценке готовности сотрудников компании к изменениям, социально-трудовом мониторинге [6,7], обучении и повышении квалификации персонала, его мотивации [8] и изменению элементов корпоративной культуры [9].

Особую роль в процессе управления изменениями играет процесс интеграции и контроля изменений, а также снижение, а в идеале, устранение, сопротивления изменениям.

Список использованных источников

1. Национальный индекс корпоративного управления 2023 [Электронный ресурс] Режим доступа <http://cgindex.ru/>
2. Крыжановская, О. А. Инновационный подход к управлению изменениями в социально-экономических системах / О. А. Крыжановская // Регион: системы, экономика, управление. – 2009. – № 4(7). – С. 38-46.
3. Плахотникова, М. А. Стратегия процессной трансформации бизнеса на российских предприятиях / М. А. Плахотникова, О. А. Крыжановская // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2017. – № 1(31). – С. 45-50.
4. Крыжановская, О. А. Особенности эффективного управления предприятием в современных условиях / О. А. Крыжановская, И. С. Картавецца // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты : Материалы Международной научно-практической конференции: в 2-х томах, Курск, 25 ноября 2011 года / Ответственный редактор Горохов А.А.. Том 1. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2011. – С. 180-183.
5. Вертакова, Ю. В. Прогнозирование цифровой трансформации экономики на основе опережающих и сигнальных индикаторов / Ю. В. Вертакова, М. Г. Клевцова, Ю. С. Положенцева // Экономика и управление. – 2018. – № 11(157). – С. 47-56.
6. Шульгина, Ю. В. Трансформация системы управления персоналом: цифровые технологии в социально-трудовом мониторинге / Ю. В. Шульгина, И. Ф. Мальцева // Цифровая экономика: проблемы и перспективы развития : сборник научных статей Межрегиональной научно-практической конференции, Курск, 14–15 ноября 2019 года. Том 1. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 214-219.

7. Шульгина, Ю. В. Роль социально-трудового мониторинга в современных подсистемах менеджмента организаций / Ю. В. Шульгина, И. Ф. Мальцева, А. Р. Степанова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2019. – Т. 9, № 1(30). – С. 38-46.

8. Вертакова, Ю. В. Разработка эффективной системы мотивации персонала в территориально распределенных организациях как научная и практическая проблема менеджмента / Ю. В. Вертакова, Ю. С. Положенцева // Бизнес. Образование. Право. – 2014. – № 4(29). – С. 122-127.

9. Трофимова, Е. А. КРІ как ориентир на достижение региональных стратегических и операционных целей менеджмента / Е. А. Трофимова, О. А. Крыжановская // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2015. – № 5(10). – С. 119-123.

УДК 331.101

ЛИДЕРСТВО РУКОВОДИТЕЛЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю.А. Мигуцкая, Е.С. Матвейчук, 3 курс

Научный руководитель – С.А. Демьянов, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В настоящее время любая организация действует в условиях риска, неопределенности и жесткой конкуренции. Устойчивость организации и ее конкурентоспособность зависят от эффективно-го управления, которое осуществляет руководство. Модель поведения руководителя существенно влияет на социально-психологический климат в коллективе, корпоративную и организационную культуру организации, производительность команды, от чего, в свою очередь, зависит эффективность деятельности организации. В связи с этим, важное значение приобретает вопрос лидерства руководителя.

Наиболее популярное определение лидерства предлагает П.Друкер: "Лидерство – умение под-нять человека к высоким стремлениям, повысить его производительность, помочь выйти за обык-ные ограничения" [1].

С английского языка лидер переводится как "первый", "ведущий", "идуший впереди". "Лидер-ство – это положение (статус) определенной личности в организации (на предприятии, фирме), ее подразделении, группе, которое характеризуется способностью занимающего его лица оказывать влияние на других людей, направляя их усилия на достижение определенных целей организации" [2, с. 5].

Руководитель – это первое лицо организации. Он занимает официальную должность и выпол-няет возложенные на него функции управления. У него четко сформулированы трудовые обязан-ности, ответственность и материальные привилегии. Руководители предпочитают использовать в процессе управления авторитарный и демократический стили управления. При этом он может и не иметь лидерских качеств, что, в большинстве случаев, негативно сказывается на качестве управ-ления и доверии сотрудников.

Такие понятия как "руководитель" и "лидер" имеют определенные сходства и различия (табл.).

Однако помимо этих различий, они имеют общие черты:

- лидер может быть руководителем, точно так же как и руководитель может быть лидером;
- лидер и руководитель способны оказывать влияние на людей, разница только в способах осуществления и целях;
- лидер и руководитель являются координаторами членов социальной группы.

От того какой стиль управления выберет руководитель зависит успех организации, динамика ее развития, а также мотивация работников, их отношение к труду, взаимоотношения и многое дру-гое. Курт Левин выделял 3 стили руководства [4].

1. Авторитарный стиль управления характеризуется единоличным принятием решений, строго-стью, жёсткой дисциплиной, высокой степенью контроля, недоверием к сотрудникам.

2. Либеральный стиль является полной противоположностью авторитарному стилю. Данный стиль отличается пассивностью руководителя, низкой требовательностью, отсутствием дисципли-ны и предоставление подчиненным полной свободы действий.

Таблица – Различия между руководством и лидерством

Руководство	Лидерство
Выдвигается сверху	Выдвигается снизу
Отождествление себя с группой вышестоящих руководителей	Отождествление себя с командой, в которой он признан лидером
Защищает интересы вышестоящего начальства	Защищает интересы команды (если он является формальным руководителем, то подчиненных)
Основные функции – контроля и распределения	Функции интеграции и целедостижения
Влияние на людей подчиненных	Влияние на людей равных
Ориентированы на соблюдение стандартов	Ориентированы на инновации
Поддерживают установленный порядок	Развивают организацию
Ориентированы на структуру и системы	Ориентированы на людей
Ориентированы на контроль	Ориентированы на доверие
Работают с подчиненными как с ресурсом	Сплачивают других участников группы
Ориентированы на тактику	Ориентированы на стратегию
Принимают статус-кво	Бросают вызов статусу-кво
Избегают рисков	Идут на риск
Используют формальные источники влияния	Используют личный авторитет
Требуют от других	Побуждают других

Примечание – Источник: [3, с. 179]

3. В основе демократического стиля лежит доверие, коллегиальность, самодисциплина и ответственность. Сотрудники участвуют в процессе принятия решений, руководитель поддерживает и мотивирует сотрудников, предоставляет обратную связь о их работе. Демократический стиль руководства способствует развитию коммуникации, творчества и самореализации сотрудников, а также улучшению рабочей атмосферы и повышению мотивации персонала.

Как упоминалось выше, часть руководителей не обладает лидерскими качествами. В таком случае лидер выдвигается стихийно. Неформальный лидер не обладает официальной властью, но способен оказывать влияние на группу людей благодаря своим личным качествам и нравственной авторитетностью.

Лидерские качества включают в себя ряд уникальных характеристик и навыков, которые помогают успешно руководить другими. Можно выделить следующие наиболее важные характеристики лидера:

1. постановка целей и видение результатов: руководитель должен иметь ясное видение будущего и умение разрабатывать стратегии и планы для достижения этих целей;

2. мотивация и вдохновение: лидер должен уметь мотивировать и вдохновлять свою команду на достижение высоких результатов;

3. коммуникативные навыки: лидер должен обладать отличными коммуникативными навыками, уметь ясно и четко объяснять задачи;

4. принятие и управление рисками: руководитель должен быть готов к принятию решений в сложных ситуациях и уметь оценивать риски;

5. умение делегировать: лидер должен уметь распределять задачи и полномочия среди команды, доверять своим сотрудникам и развивать их потенциал;

6. уверенность и решительность: руководитель должен демонстрировать уверенность в принимаемых решениях и быть готовым принять ответственность за результаты;

7. гибкость и адаптивность: лидер должен быть гибким и способным адаптироваться к переменам в окружающей среде, реагировать на вызовы и изменения;

8. тактичность и умение урегулировать конфликты: руководитель должен быть тактичным, уметь урегулировать конфликты в коллективе и находить конструктивные решения.

Таким образом, можно сказать, что между руководством и лидерством есть несомненная разница, однако они имеют много общего. В рамках одной организации как руководитель может не быть лидером, так и лидер может не быть руководителем. Руководитель, обладающий лидерскими качествами, и который признан своими подчиненными как лидер, способствует процветанию организации, сплачивая между собой единомышленников. Этот вариант является наилучшим для

организации, так как успех компании во многом зависит от динамичного и эффективного руководства.

Список использованных источников

1. Лидерство: определение, подходы, перспективы/ Д.В. Клементьев [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/liderstvo-opredelenie-podhody-perspektivy>. Дата доступа: 04.04.2024.
2. Равино, А. В. Основы лидерства: тексты лекций для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» заочной формы обучения / А. В. Равино. – Минск: БГТУ, 2014 – 84 с.
3. Гречишкина, Е.А. Основы менеджмента и маркетинга: учебно-методический комплекс / Е.А. Гречишкина; УО «Полесский государственный университет». – Пинск: ПолесГУ, 2020. – 397 с.
4. Исследование стилей руководства Курта Левина методом деловых игр/ В.Ф. Комаров, Г.Н. Алоян [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-stiley-rukovodstva-kurta-levina-metodom-delovyh-igr>. Дата доступа: 04.04.2024.

УДК 366.12

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В МАРКЕТИНГЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

А.И. Миркина, 2 курс

Научный руководитель – **Е.В. Хмельницкая**, м.э.н.

Полесский государственный университет

Современная рыночная система устроена таким образом, что покупатель находится в центре. Со стороны маркетологов, которые пытаются найти наилучший способ удовлетворить запросы и интересы потребителей, именно покупатель является объектом воздействия. В этом случае важно, чтобы маркетинговые уловки отличались от конкурентных. Для этого, например, используются уникальные торговые предложения, промоакции и различные рекламные кампании [3].

Потребительское поведение и психология потребителя играют ключевую роль, поскольку помогают понять, как покупатели выбирают продукты или услуги и что побуждает их делать выбор в пользу одного бренда вместо другого.

Психология потребителя позволяет понять целевую аудиторию: изучив психологические особенности своих потенциальных клиентов, маркетологи могут более точно позиционировать продукт, создавать более эффективные рекламные кампании и разрабатывать более привлекательные предложения. Помимо этого помогает влиять на поведение потребителей: зная, какие факторы влияют на принятие решений о покупке, специалисты по продажам могут использовать различные методы воздействия, чтобы подтолкнуть людей к выбору своего продукта. Использование психологических принципов в маркетинге позволяет повысить конверсию, увеличить продажи и улучшить рентабельность инвестиций [1, с.38].

Потребительское поведение объясняет, как потребители по-разному реагируют на маркетинговые стратегии, коммуникацию и продукты компании. На данный момент все больше людей желает самовыражаться и выделяться. Существует большое количество факторов влияющих на потребительское поведение. С возрастом меняются потребности и желания людей. Мужчины и женщины могут по-разному воспринимать один и тот же продукт. Люди с разным уровнем дохода имеют разное отношение к цене продукта. Уровень образования влияет на восприятие информации о продукте. Люди с разными ценностями могут по-разному относиться к одному и тому же продукту. Разный образ жизни влияет на использование одного и того же продукта. Люди с разными типами личности по-разному реагируют на маркетинговые стимулы. Со стороны психологического аспекта, важное внимание уделяется мотивации, сосредоточенности внимания на отдельных элементах, памяти о бренде, мышлению потребителя, эмоциям, вызванным после покупки. Не стоит забывать, что при выборе продукта покупатель зачастую спрашивает мнение у семьи, друзей, референтных групп, опираются на свою культуру и религию [2, с.123].

Изучая потребительское поведение, маркетологи могут создавать более эффективные маркетинговые кампании, которые привлекут большее количество клиентов и повысят продажи.

Ярким примером эффективной маркетинговой стратегии является мировой гигант спортивной экипировки Nike, который давно заслужил признание общественности. Послание бренда Nike

неизменно направлено на то, чтобы вдохновлять людей на великие свершения и побуждать их выходить за рамки своих возможностей. Их девиз «Just Do It» воплощает эту философию и со временем стал слоганом, объединяющим спортсменов по всему миру. Постоянно расширяя границы дизайна и технологий, компания создает продукты, которые не только улучшают характеристики, но и вызывают эмоциональный отклик у потребителей. Представители бренда со «свущем» понимают, что в современную цифровую эпоху традиционные методы рекламы могут оказаться не столь эффективными. Поэтому Nike использует платформы социальных сетей и маркетинг влияния, чтобы охватить более широкую аудиторию. Сотрудничая с популярными спортсменами и знаменитостями, бренд может укрепить свою позицию и установить более аутентичный контакт с потребителями [6].

Познание психологии потребителя помогает компаниям лучше понять, как формировать свои продукты и услуги, как разрабатывать эффективные стратегии продвижения и как улучшать отношения с клиентами.

В XXI веке роскошь, индивидуальность и личный стиль становятся все более важными для людей. По этой причине французский люксовый бренд Chanel ограничил продажу некоторых своих изделий. В частности, это касается двух самых популярных моделей сумок: классической сумки с клапаном (Classic Flap Bag) и Coco Handle. Согласно новым правилам, человек может купить только одну сумку этих моделей в год. Существуют также ограничения на покупку других аксессуаров. В частности, существует правило, согласно которому каждый человек может приобрести только два кошелька, визитницы и другие мелкие изделия из кожи в год. Такие ограничения в политике продаж объясняются увеличением числа перекупщиков на рынке предметов роскоши. По сути, модные бренды пытаются ограничить количество покупок своих товаров с целью повысить их эксклюзивность. В этом году Chanel уже объявила о трех повышении цен на популярные товары, однако в модных бутиках по всему миру нет недостатка в поклонниках [4].

Также стоит отметить, что покупки в люксовых магазинах могут совершить не все люди. К примеру, бренд Hermes имеет политику ограничения покупки сумок. Для покупки сумки от Hermes необходимо иметь историю покупок в этом магазине. Если у вас ее нет, доступ к покупке сумок будет ограничен. Чтобы накопить историю покупок, можно приобрести другие товары бренда, такие как шарфик, парфюм и другие. Иногда возможно привлечь внимание консультантов, выразив желание приобрести сумку, которая является вашей самой большой мечтой. В случае интереса к покупке сумки, следует быть готовым и осведомленным о деталях: коже, размере, цвете и других параметрах сумки. Внутри бутика Hermes есть специальные менеджеры, отвечающие исключительно за продажу сумок. Консультанты, получив запрос клиента, консультируются с этими менеджерами, чтобы определить, может ли клиент приобрести сумку, будет ли он включен в лист ожидания или получит отказ из-за отсутствия сумок в наличии [5].

Важно понимать, что потребители принимают решения о покупке не только на основе разумных аргументов и логики, но также под влиянием эмоций, предвзятостей, стереотипов и других факторов. В век технологий стоит уделять особое внимание использованию искусственного интеллекта и машинного обучения для автоматизации процессов маркетинга и получения более точного таргетинга на потребителей, использованию виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) для создания иммерсивных (восприятие от эффекта погружения в искусственную среду) впечатлений для потребителей [3].

Адаптируясь к потребительскому поведению и психологии потребителя, маркетологи могут создавать более эффективные кампании, которые резонируют с целевыми аудиториями, стимулируют продажи и укрепляют отношения с клиентами.

Список использованных источников

1. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. СПб: Питер; 2014. - 944 с.
2. Дементьева, И.Н. теоретикометодологические подходы к изучению потребительского поведения /И.Н. Дементьева // Проблемы развития территории. – 2018. – Вып. 1 (93). – С.122-132.
3. Официальный сайт Центр развития компетенций в маркетинге / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/blog/psihologija-marketinga/>. – Дата доступа: 06.04.2024.
4. Официальный сайт CHANEL: мода, парфюмерия, уход за кожей, часы, ювелирные украшения CHANEL / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chanel.com/ru/>. – Дата доступа: 07.04.2024.

5. Официальный сайт Hermes онлайн магазин Hermès USA / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hermes.com/us/en/>. – Дата доступа: 07.04.2024.

6. Официальный сайт Nike. Just Do It. Nike.com / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nike.com/>. – Дата доступа: 06.04.2024.

УДК 006.33.333.41

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ 5S ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ РАБОЧИМ МЕСТОМ

А.В. Михнюк, П.С. Демьянович, 3 курс
Научный руководитель – **А.О. Васильченко**, к.э.н.
Полесский государственный университет

5S – это важный метод промышленной инженерии, который используется во всем мире в широком спектре промышленных и сервисных организаций для управления рабочими местами. Среди ее преимуществ – повышение эффективности и производительности, сокращение отходов и времени простоя и т. д. В данной статье представлено фундаментальное понимание техники 5S и обзор некоторых важных работ по внедрению 5S в различных организационных структурах. Стоит отметить, что безопасность была определена как 6S в рамках этой техники. Основная цель данной работы – помочь ученым, исследователям и инженерам в области промышленного инжиниринга путем предоставления знаний и развития понимания 5S, чтобы в дальнейшем применять эту технику в различных сценариях организации рабочего места.

Использование новых инструментов и методов промышленного инжиниринга для повышения производительности, качества и устойчивости является тенденцией последнего десятилетия в обрабатывающей промышленности по всему миру. Всеобщее управление качеством, методика 5S, полное продуктивное обслуживание, управление цепочками поставок, планирование ресурсов предприятия и т. д. – вот некоторые из важных концепций, рассматриваемых в настоящее время. Организация рабочего места, сокращение отходов, повышение эффективности и производительности, повышение безопасности и т. д. являются одними из основных требований на базовом уровне, которые непосредственно способствуют прибыли организации или отрасли [1]. 5S – японская методика создания и поддержания эффективного, рационального, организованного и чистого рабочего места – используется не только в первичной или вторичной промышленности, но и в широком спектре третичных отраслей, таких как банки, образовательные учреждения, больницы и т. д. Эта техника была разработана Такаши Осадой в 1970 году. Позже инженеры Toyota Сакичи Тойода и Киичиро начали применять эту технику на коммерческой основе.

Философия 5S направлена на управление рабочим местом, что обеспечивает чистоту, эргономичность и безопасность рабочего места для всех заинтересованных сторон.

Seri (sort) означает удаление ненужных или нежелательных предметов. В seiton (Set- in-order) предметы систематически расставляются, чтобы способствовать эффективному рабочему процессу. Seiso связан с чистотой на рабочем месте. Seiketsu стремится установить стандарты для последовательности в организации рабочего места. Shitsuke (Sustain) рекомендует самодисциплину для поддержания и периодического пересмотра установленных стандартов.

Базовая процедура внедрения 5S может быть описана следующим образом:

Реализация Seri

I. Сделайте фотографии текущего состояния места.
II. Подготовьте план планировки, внимательно изучив фотографии и предполагаемую планировку после реализации.

III. Сформулируйте или предложите места.

IV. Пометьте места для удобства идентификации.

Реализация Seiton

I. Разложите одинаковые предметы в порядке и на одинаковых местах, сформулированных и обозначенных в Seri.

II. Утилизируйте ненужные предметы.

Реализация Seiso

I. Очистите стеллажи, полки и предметы, хранящиеся во всем рабочем пространстве.

Реализация Seiketsy

I. Стандартизируйте рабочее пространство и храните все необходимые предметы на отведенном им рабочем месте.

II. Используйте разноцветные ленты, бирки и т.д. для наглядного представления уровней предметов.

III. Подготовьте информационные стенды с правилами, ролями и обязанностями.

Реализация Shitsuke

I. Обучите заинтересованные стороны и сотрудников, которые непосредственно используют рабочее пространство и вносят свой вклад в управление им.

II. Составьте план последующих действий, установите обратную связь и проанализируйте выполнение предыдущих Ss.

III. Выплачивайте вознаграждения сотрудникам, эффективно работающим.

Исследование внедрения 5S в компании, производящей продукцию, резко сократило время проверки компонентов и количество несчастных случаев. Важное исследование, в котором 5S был внедрен на небольшом производственном предприятии, показало, что благодаря сокращению времени поиска скорость производства деталей увеличилась до 15 % [2]. Также было отмечено повышение качества деталей. Некоторые исследователи добились лучшего обустройства рабочего места при минимальных затратах, применяя 5S в производственной компании в Польше, где 5S использовался как один из инструментов системы бережливого производства 5S оказалась полезной как для производства, так и для качества. Эффективность работников повысилась, а количество ошибок сократилось благодаря улучшению эргономики и о безопасности рабочего места.

После внедрения 5S было достигнуто значительное улучшение доступности пространства до 70 %. Высокая оценка эффективности также наблюдалась при сравнении аудитов до и после внедрения.

Гупта и Чандна провели тематическое исследование 5S в компании по производству научных инструментов. Целью было оптимизировать состояние рабочего места в цехе. Они следовали систематическим стратегиям, начиная с сортировки предметов и заканчивая контролем на устойчивом этапе цикла внедрения. Было достигнуто значительное сокращение времени поиска инструментов. Были разработаны и стандартизированы эффективные методы работы на рабочем месте, которые в дальнейшем планировалось распространить на всю организацию. Патель и Тхакар попытались внедрить 5S в отделе хранения и изоляторов компании по производству керамики и сообщили о 12 % экономии пространства после внедрения. При улучшении условий труда моральное состояние сотрудников также оказалось высоким, что напрямую способствовало повышению эффективности их работы.

Интересный пример внедрения 5S был проведен на контейнерном терминале, где сортировка контейнеров сыграла важную роль в повышении конкурентоспособности и позволила сократить время оборота на 62 % [3].

Существует также недостаток работ, посвященных внедрению 5S в банковском секторе. Аль-Дури недавно исследовал совместное влияние TQM, 5S и Kaizen на повышение операционной эффективности банковского сектора в Йордоне. Фактически, 5S также признан инструментом для достижения устойчивого развития институтов и университетов. Внедрение 5S также рассматривается как выполнение требований ISO 9001 в высших учебных заведениях [4]. Для создания “зеленого” кампуса института/университета все 5S были признаны очень полезными для достижения устойчивости в деятельности. Другими словами, с помощью техники 5S можно сделать университет устойчивым. Тематическое исследование, проведенное в гостиничном секторе, показало эффективность 5S в оптимизации рабочего пространства и более эффективном использовании кухни, что, соответственно, увеличило прибыль. Результаты данного исследования полезны для возможного распространения 5S на рестораны и гостиничный сектор.

Сукдео провел исследование 6S в компании по производству чернил, руководствуясь рекомендацией 6 S, то есть "Безопасность". Были проведены исследования до и после внедрения с помощью фотографического анализа и аудита. Для значительного сокращения отходов, деятельности, не приносящей ценности, а также более чистой и безопасной рабочей среды была рекомендована стратегия, основанная на 6S. Безопасность на пятом месте перед устойчивостью была рекомендована для возможного предотвращения профессиональных рисков, травм и смертей.

Можно сделать следующие вывод: 5S признана эффективной техникой для организации и управления рабочим местом. Внедрение 5S может привести к значительному повышению производительности и эффективности.

Список использованных источников

1. Лайкер, Дж. К. Путь «Тойоты»: четырнадцать принципов управления от величайшего в мире производителя – МакГроу-Хилл, Нью-Йорк, 2014.
2. Суббураман, К. Тематическое исследование внедрения 5s в процесс инспекции. Материалы международной конференции по промышленной инженерии и управлению операциями 2019, – 1514-1519 с.
3. Материалы международной конференции по промышленной инженерии и управлению операциями. Международное общество IEOM, 2022. – 991-1001 с.
4. Международный журнал по управлению услугами и операциями, 2023. – 27-39 с.

УДК 658.8

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОНЛАЙН-ПРОДАЖАМ ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ

Е.Ю. Петницкая, А.В. Петровская, 3 курс

Научный руководитель – **О.И. Козловская**, магистр э.н., ассистент
Белорусский государственный экономический университет

Одним из мейнстримов современности является мода на питание и здоровый образ жизни. Это обусловлено тем, что возросло понимание взаимосвязи у людей между питанием и здоровьем, распространилась информация о преимуществах сбалансированного питания, повысилась доступность и разнообразие продуктов, соответствующих принципам здорового питания. Особенно данному тренду подвержены жители стран первого мира. За последние пятнадцать лет можно было видеть взлеты и падения нескольких диет и гастрономических школ, из которых наиболее заметной стала победа протеинов над углеводами. В 2010-е годы наблюдалась популяризация вегетарианства, активно развивался спрос на органические продукты. В 20-е гг. 21 века интерес к здоровому питанию продолжал расти: пандемия COVID-19 стимулировала стремление укрепить иммунитет, что способствовало распространению персонализированного подхода к питанию. Многочисленные научные исследования подтверждают, что рациональное питание является одним из важнейших факторов, определяющих здоровье и продолжительность жизни человека. Опрос НИСЭД показал, что 68% белорусов перешли на здоровое питание в 2023 году [1]. В связи с ростом интереса к здоровому питанию наблюдается увеличение спроса на фермерские продукты, так, по данным Food Marketing Institute (FMI), около 30% потребителей активно ищут натуральные и органические продукты питания, которые не содержат искусственных ингредиентов, генетически модифицированных организмов или пестицидов [2]. Согласно National Grocers Association (NGA), 54% потребителей предпочитают покупать продукты у местных фермеров, поскольку они свежие, качественные и способствуют поддержке местной экономики [3].

В Республике Беларусь основными каналами продвижения фермерских продуктов являются чаты в мессенджерах. Данный способ взаимодействия поставщиков натуральной продукции и их потребителей является не систематизированным в контенте и сложным в модерации, что делает процесс покупки не очень удобным. В системе заказа фермерской продукции через мессенджеры нами было найдено множество недостатков, которые снижают ее привлекательность для покупателей. Среди них можно выделить:

- трудоемкий процесс оформления и отслеживания заказа;
- отсутствие систематизированной информации о происхождении продуктов, сертификатах качества;
- ограниченная скорость и возможность взаимодействия с фермерами через личные сообщения не обеспечивают оперативную помощь и поддержку;
- временные издержки, вызванные отсутствием актуальной информации о наличии продукции в интересующий покупателя момент времени.

В свою очередь, фермеры также сталкиваются с рядом проблем:

- затраты времени и усилий на рутинные задачи: прием заказов, ведение учета, общение с

клиентами, что препятствует масштабированию бизнеса;

- чаты в мессенджерах не позволяют эффективно построить позиционирование бренда фермы, транслировать ценности и историю производителя;

- неравные условия конкуренции, вызванные препятствиями в нахождении предложений, размещенных до предложений других поставщиков.

В связи с этим авторы данной статьи предлагают создать онлайн-платформу под товарным знаком «ВСЁ СВОЁ» для продажи и доставки фермерских продуктов, позволяющую установить прямую связь между фермерами и потребителями, обеспечивая прозрачность и доверие в процессе покупки. Основная цель создания данной платформы – обеспечить прямую связь между поставщиками натуральной продукции и потенциальными потребителями. Ключом к успеху онлайн-платформы по продаже и доставке фермерских продуктов является создание ценностных предложений, которые выгодны для обеих сторон. К ценностным предложениям для потребителей можно отнести:

- прямые поставки фермеров гарантируют потребителю свежесть и высокое качество продуктов, реализуемые онлайн, без необходимости посещения рынков или магазинов, что значительно экономит время потребителя;

- широкий выбор продукции из выбранного региона, с возможностью изучения полной информации о поставщике и реальных отзывов о нем, что гарантирует коммуникации только с проверенными поставщиками;

- возможность выбора способов оплаты и доставки продукции.

В свою очередь, поставщики также получают значительные выгоды, связанные с переходом на онлайн-платформу: выходя на новый рынок, они смогут получить доступ к широкой аудитории потребителей и автоматизировать процесс продажи и оформления заказов. В ходе использования данной платформы у производителей появится возможность рассказать о своей продукции и фермерском хозяйстве, подкрепляя сертификатами качества и отзывами.

Создание такой онлайн-платформы окажет поддержку локальным фермерским хозяйствам и традиционным методам производства продуктов питания, стимулируя устойчивое развитие сельского хозяйства республики. Это не просто новый способ продажи продуктов натурального питания, а комплексный подход к изменению продовольственной системы, направленный на улучшение качества жизни потребителей и решение локальных проблем посредством поддержки местной экономики. Инновационность данной разработки заключается в:

- уровне новизны способа удовлетворения потребностей в предоставлении доступа потребителям к широкому ассортименту фермерских продуктов без необходимости посещения рынков или специализированных магазинов;

- обеспечении прибыльности через взимание комиссий с продаж и доставок, партнерские программы с другими организациями, которые предлагают сельскохозяйственные продукты или услуги, а также через премиум-услуги, например, возможность получить выделенное место на сайте или предоставление аналитических данных о продажах и поведении покупателей, или возможность покупателям подписаться на премиум-аккаунт с дополнительными функциями, такими как обработка заказа вне очереди, бронирование свежей продукции на определенную дату и время;

- изменении маркетинговой среды: продавцы будут искать новые способы привлечь внимание покупателей и отличаться от конкурентов, предлагая персонализированные предложения и акции, а покупатели смогут оставлять отзывы и рейтинги о продуктах и поставщиках;

- появлении следующих инноваций, например, разработка мобильного приложения с расширенными инструментами и функционалом;

- НИОКР при разработке и внедрении, таких как разработка системы безопасности и системы данных, поскольку платформа будет обрабатывать личные данные пользователей и финансовые транзакции;

- интеграции с другими системами учета и управления запасами, доставки и оплаты.

Таким образом, реализация онлайн-платформы под товарным знаком «ВСЁ СВОЁ» для продажи и доставки фермерских продуктов может стать катализатором позитивных изменений в продовольственной системе, делая ее более доступной, эффективной, прозрачной, инновационной и ориентированной на общество.

Список использованных источников

1. National Institute for Social and Emotional Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nised.org/nised>. – Дата доступа: 03.04.2024.
2. Food Marketing Institute (FMI) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fmi.org/>. – Дата доступа: 03.04.2024.
3. National Grocers Association (NGA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nationalgrocers.org/>. – Дата доступа: 03.04.2024.

УДК 336.71;005(476)

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.С. Побожная, Я.Т. Касперович, 3 курс

Научный руководитель – **Т.А. Езерская**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

Банковский менеджмент подразделяется на стратегический, финансовый и менеджмент персонала. Финансовый менеджмент является наиболее важным видом, так как непосредственно связан с анализом финансовых операций банка и управлением денежными средствами клиентов и определяет успешное функционирование и экономическую эффективность банка в значительной степени. Система финансового менеджмента в банке необходима для качественной разработки и реализации рыночной стратегии, эффективного использования финансовых ресурсов, минимизации рисков. Рассматриваемая система основывается на своевременном получении и анализе информации, принятии необходимых управленческих решений.

Цель финансового менеджмента в коммерческом банке – это определение рациональных требований и методических основ построения оптимальных организационных структур и режимов работы функционально-технологических систем, обеспечивающих планирование и реализацию финансовых операций банка и поддерживающих его устойчивость [1].

Для успешного функционирования коммерческого банка необходимы разработка качественной и эффективной стратегии развития, согласование процедур стратегического управления и оперативного менеджмента [2, с. 149].

В Республике Беларусь финансовый менеджмент в банках развивается в соответствии с международными стандартами и требованиями Национального банка Республики Беларусь. Банковская система страны стремится к совершенствованию финансового менеджмента, преследует цель повышения эффективности, прозрачности и устойчивости банковской деятельности.

Развитие финансового менеджмента в банках Республики Беларусь включает ряд аспектов. Применение международных стандартов является одним из основополагающих. Ярким примером внедрения таких стандартов является Международные стандарты финансовой отчетности (далее – МСФО) для повышения качества финансовой отчетности и учета. Важными результатами перехода на применение МСФО являются: формирование на основании данных бухгалтерского учета одного пакета финансовой отчетности, данные которой являются основой для налогообложения; сближение с принятыми в международной практике подходами и применяемыми другими странами, в банковских системах которых указанные стандарты уже внедрены, повышение качества корпоративного управления, внутреннего контроля и управления рисками в банках, развитие человеческого капитала, повышение уровня профессионализма работников различных подразделений банка [3].

Следовательно, следующим аспектом развития финансового менеджмента можно выделить обучение персонала банка. Банки инвестируют в обучение своего персонала, предоставляя им возможности для повышения квалификации в области финансового менеджмента, анализа данных, цифровизации и управления рисками, так как эффективный финансовый менеджмент возможно реализовать только через специально подготовленного финансового менеджера, который обладает высоким уровнем профессионализма, развитым финансовым мышлением, также он дол-

жен уметь быстро реагировать на изменения в управляемой системе, приспосабливаться к ним, а при необходимости – формировать новую, более благоприятную бизнес-среду.

Цифровизация и инновации играют значительную роль в развитии банковского менеджмента. В настоящее время активно внедряются технологии для автоматизации банковских процессов, улучшения качества обслуживания клиентов и оптимизации управления финансами. Цифровизация формирует возможности разработки новых финансовых услуг и каналов их предоставления, делая привычный банкинг более удобным, доступным и инновационным, позволяя снижать издержки пользователей, тем самым повышая финансовую вовлеченность.

Большое внимание уделяется управлению рисками в банковской деятельности. К основным компонентам реализации современной концепции управления банковскими рисками относятся: постепенный переход от традиционного банковского надзора на риск-ориентированный, дифференциация размера страхового взноса в зависимости от финансового состояния банка и качества его системы риск-менеджмента; управление рисками по центрам ответственности, внедрение страхования банковских рисков и низкорискованная стратегия развития банка [4].

С целью повышения прозрачности и доверия клиентов и инвесторов банки улучшают бухгалтерский учет и финансовую отчетность. В случае если публикуемая отчетность будет содержать данные, которые скорее скрывают фактическое положение дел и реальное финансовое состояние банка, чем раскрывают его, то сложится неблагоприятная ситуация, при которой внешним пользователям-клиентам и инвесторам будут доступны значительные объемы информации, но качество этой информации будет низким [5, с. 20].

Согласно статье 97 Банковского кодекса Республики Беларусь непредставление, несвоевременное представление, представление недостоверной и (или) не в полном объеме отчетности, а также иной информации, обязательной для представления в Национальный банк в соответствии с настоящим Кодексом и иным законодательством, и (или) нарушения порядка ее представления могут быть одной из основных причин отзыва лицензий, на необходимый срок для устранения (не более 1 года) [6].

В современных условиях жизненные стадии банковских продуктов значительно сократились, что определяет объективную необходимость постоянной модернизации и (или) разработки новых продуктов и услуг, которые помогут банку повысить эффективность своих операций. Также необходимо развивать программы и продукты, направленные на расширение доступа населения к финансовым услугам и повышение финансовой грамотности. Следует отметить, что в Беларуси наблюдается положительная динамика в развитии знаний населения в сфере финансовой грамотности, но уровень по-прежнему невысок и есть над чем работать [7, с.21].

В последние годы в Республике Беларусь наблюдается значительное развитие банковского финансового менеджмента. Успешная модернизация и цифровизация банковской сферы, улучшение качества услуг, рост финансовой грамотности общества и эффективное управление рисками создают благоприятную основу для дальнейшего развития банковской системы страны, которая стремится к современным стандартам и лучшей конкурентоспособности на финансовом рынке. Однако важно продолжить усилия в направлении инноваций, развития финансовых инструментов и улучшения финансовой культуры населения для долгосрочной устойчивости и процветания финансового сектора Беларуси.

Список использованных источников

1. Заболоцкая В.В., Пацар З.Г. Развитие услуги финансового менеджмента для предприятий сферы малого бизнеса как инструмент повышения конкурентоспособности регионального коммерческого банка / В.В. Заболоцкая, З.Г. Пацар // Теория и практика общественного развития. – 2011. - № 4.

2. Кравцова Г.И. Финансовый менеджмент в банке Теория и практика менеджмента и маркетинга : материалы VI международной научно-практической конференции , Минск, 30-31 мая 2005 г. / под общ. ред. И.Л. Акулича ; Дортмундская высшая школа, Ун-т Ганновера, БГЭУ. – Минск – Мэджик Бук, 2005. - С. 149-150.

3. И.А. Ледницкая Применение Международных стандартов финансовой отчетности в банковской практике Республики Беларусь [Электронный ресурс] / И.А. Ледницкая// Банкаўскі веснік, октябрь 2023 / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: [Банкаўскі веснік № 10 \(723\) \(nbrb.by\)](#)- Дата доступа: 04.04.2024.

4. Бобиль В.В. Современная концепция управления банковскими рисками [Электронный ресурс] / В.В. Бобиль // Банкaўскі веснік, лістапад 2017/ Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/pdf/articles/10447.pdf> - Дата доступа: 04.04.2024.

5. Курныкина О.В. Совершенствование отчетности и информационно-аналитического обеспечения деятельности коммерческих банков / О.В. Курныкина // Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования: материалы II Международной научно-практической конференции, Полоцк, 20 – 21 октября 2016 г.: в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь, ПГУ; редколл. Д.Н. Лазовский [и др.].- Новополоцк: ПГУ, 2016. - Ч.2. – С. 17-23

6. Банковский кодекс Республики Беларусь 25 октября 2000 г. № 441-3 // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0000441> - Дата доступа: 04.04.2024.

7. Алисиевич Е.Д., Вериго А.В. Исследование направлений повышения эффективности активных операций банка / Е.Д. Алисиевич., А.В. Вериго // Банковский бизнес и финансовая экономика: глобальные тренды и перспективы развития: материалы VIII Международной научно-практической конференции молодых ученых, магистрантов и аспирантов, Минск, 19 мая 2023 г.- Минск: БГУ, 2023. – С.19-21.

УДК 336.01:005.51(476)

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А.А. Рябцева, 2 курс

Научный руководитель – **А.М. Шутова**, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

В современных условиях ведения бизнеса финансовое планирование является важной составляющей деятельности любой организации. Основной целью коммерческой организации является получение прибыли, что невозможно без тщательного планирования всех финансовых потоков и процессов предприятия. С помощью финансового планирования предприятия прогнозируют финансовую ситуацию в зависимости от изменения различных внешних и внутренних факторов. Также финансовое планирование является одним из наиболее эффективных инструментов менеджмента.

Таким образом, финансовое планирование – это разновидность управленческой деятельности, направленной на определение необходимого объема финансовых ресурсов, их оптимальное распределение и эффективное использование [1, с. 308].

В современных условиях существует ряд проблем, связанных с организацией финансового планирования в организациях. Одной из основных проблем является нереальность финансовых планов организаций. Это ведет к неверному принятию решений, неэффективному использованию ресурсов, снижению прибыльности и конкурентоспособности организаций. Такие планы не отражают реальную ситуацию на рынке, потребности клиентов, возможности поставщиков, риски и угрозы.

Ещё одной проблемой является несовершенство методологической базы финансового планирования. Многие организации не имеют четко структурированных и систематизированных подходов к планированию, что приводит к несвоевременной и некачественной подготовке планов. Отсутствие комплексного подхода, недостаточное взаимодействие между финансовым и операционным планированием, недостаток информации и неправильная интерпретация данных – все это создает проблемы, которые затрудняют эффективное финансовое планирование в организации.

К тому же существуют проблемы консолидации плана и контроля за его исполнением. Любые действия персонала компании должны осуществляться в рамках исполнения финансового плана. К примеру, если составляемые с клиентами договора бесосновательно содержат какие-то иные, а не запланированные цены, то сразу можно сказать, что фактические данные будут отклоняться от плановых. Поэтому исполнение финансового плана осуществляется на каждом рабочем месте. Финансовый план, направленный на увеличение сбыта продукции и повышение показателей доходности, доблестно выполняемый в части увеличения сбыта продукции, вероятнее всего не приведет к получению больших прибылей, если затраты будут осуществляться бесконтрольно [2].

Также существуют проблемы, связанные с внешней средой и экономической нестабильностью. Изменение налогового законодательства, инфляция, колебания валютного курса, изменение спроса на рынке – все это может значительно влиять на финансовое состояние организации и требует постоянного анализа и корректировки финансового плана. Отсутствие гибкости и адаптивности в финансовом планировании может привести к потере конкурентных преимуществ и ухудшению финансового положения организации [3].

Однако, несмотря на эти проблемы, финансовое планирование в организации имеет перспективы развития. Они обширны и представляют собой возможности для повышения эффективности финансового управления.

Внедрение современных информационных систем и технологий, таких как облачные сервисы, искусственный интеллект и машинное обучение. Это позволяет автоматизировать процессы сбора и анализа данных, ускоряя и улучшая качество принимаемых решений. Большое количество данных и новые инструменты позволяют строить более точные прогнозы и моделировать различные сценарии, что помогает снизить риски и оптимизировать финансовые результаты.

Организациям необходимо инвестировать в обучение и развитие своих сотрудников, чтобы повысить уровень их знаний и навыков в области финансового планирования. Это может включать проведение специальных курсов, тренингов, участие в конференциях и семинарах, а также организацию практических мастер-классов. А также нужно обращаться к внешним консультантам и экспертам в области финансового планирования для получения профессиональной помощи.

Финансовое планирование должно быть прозрачным и понятным для всех заинтересованных сторон в организации. Улучшение коммуникации и вовлечение различных отделов и уровней управления в процесс планирования помогает обеспечить согласованность и синергию в деятельности организации. Это способствует лучшему пониманию финансовых целей и задач, а также улучшению принятия решений на основе финансовой информации.

Также, одной из перспектив развития финансового планирования является бюджетирование. Рассмотрим это понятие в узком и широком смысле (рисунок).

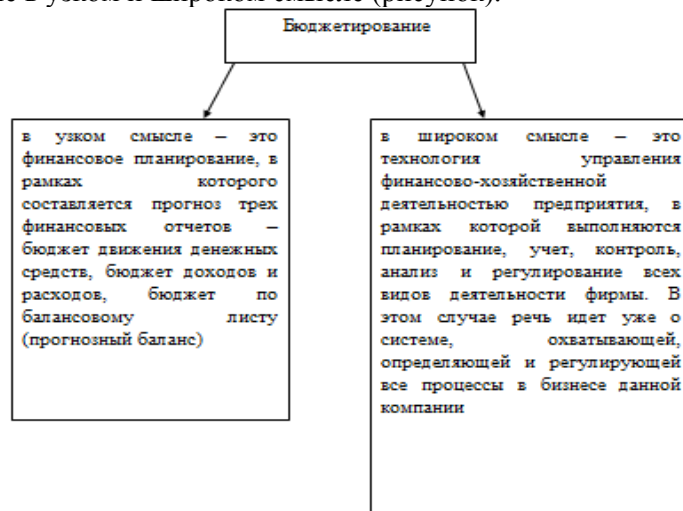


Рисунок – Бюджетирование в узком и широком смысле

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [5].

Процесс бюджетирования – это цикл с прямой (от разработки стратегии до составления планов и контроля за их выполнением) и обратной (от оценки результатов выполнения к корректировке планов) связями. Бюджетирование обеспечивает четкую сбалансированность между доходами и расходами организации, особенно в условиях финансово-экономического кризиса. Успешная организация бюджетирования позволяет оптимизировать выполнение финансового плана и рационально распределять финансовые потоки в процессе осуществления стратегического финансового планирования [4].

В целом, развитие финансового планирования направлено на повышение точности, качества и эффективности принимаемых решений, а также на улучшение понимания и контроля финансовых

ресурсов организации. Это помогает обеспечить устойчивое финансовое положение и способствует достижению стратегических целей организации.

Таким образом, можно сделать вывод, что финансовое планирование играет важную роль в жизни любой организации, позволяя ей эффективно управлять своими финансовыми ресурсами и достигать поставленных целей. Благодаря комплексному подходу к решению проблем, организации смогут повысить эффективность своего финансового планирования и обеспечить устойчивое развитие на рынке.

Список использованных источников

1. Теория финансов: учеб. пособие / Т.А. Везубова [и др.]; под. общ. ред. Т.А. Везубовой. – Минск: БГЭУ, 2022. – 442 с.
2. Хованов, А. Г. Проблемы финансового планирования на предприятии, их причины и пути решения: статья [Электронный ресурс] / А. Г. Хованов. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-finansovogo-planirovaniya-na-predpriyatii-ih-prichiny-i-puti-resheniya>. Дата доступа: 21.02.2024.
3. Финансовое планирование и контроль: статья [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/finansovoe-planirovanie-i-kontrol/#author>. Дата доступа: 22.02.2024.
4. Куссый, М. Ю. Проблемы и перспективы финансового планирования на предприятии: статья [Электронный ресурс] / М. Ю. Куссый, В. В. Павлов. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-finansovogo-planirovaniya-na-predpriyatii>. Дата доступа: 21.02.2024.
5. Бородин, А. И. Бюджетирование как управленческая технология: основные понятия: статья [Электронный ресурс] / А. И. Бородин, Н. И. Новикова. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetirovanie-kak-upravlencheskaya-tehnologiya-osnovnye-ponyatiya>. Дата доступа: 29.03.2024.

УДК 339.138

СИТУАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

И.Ч. Субоч, 3 курс

Научный руководитель – **Е.В. Хмельницкая**, м.э.н.

Полесский государственный университет

Каждый день в мире происходит множество хороших и плохих событий, затрагивающих миллионы людей: выход долгожданного фильма, «громкое» заявление активиста, изменения в законодательстве, культурные события, ежегодные празднования – всё это маркетолог может применять в своих целях для продвижения товара и бренда. Такой вид продвижения называется ситуативным маркетингом.

Ситуативный (ситуационный) маркетинг – это реакция на актуальный инфоповод, который используется для продвижения и продажи товаров или услуг бренда [1, с.15].

Ситуативный маркетинг используется для:

1. Повышение узнаваемости бренда.
2. Формирования лояльности клиентов к компании.
3. Налаживания связи с целевой аудиторией, выяснения ее потребностей и удержания.
4. Повышения продаж и показателей рентабельности бренда.
5. Увеличения географического охвата целевой аудитории.

Ситуационный маркетинг – это тактика продвижения не требующая детального планирования, но требующая оперативности и скорости: в борьбе с конкурентами за внимание потребителей выигрывает тот, кто первый преподносит свой товар в связке с актуальной новостью.

Для ситуационного маркетинга важна новость. Новость в рекламном сообщении должна быть значимой для целевой аудитории. Это могут быть события из политической, экономической и общественной жизни. Если они вызывают живой отклик, высока вероятность, что с их помощью можно привлечь внимание к бренду.

Чтобы от такого рекламного обращения был результат нужно хорошо знать портрет своей аудитории: паттерн поведения, характер и интересы. В случае если вы недостаточно хорошо изучили свою целевую аудиторию, есть шанс неправильной интерпретации рекламного обращения и в следствии снижение лояльности или же ухудшение репутации бренда.

Так как ситуативный маркетинг требует быстрой скорости реагирования, важно уметь находить тренды.

Некоторые способы, чтобы не пропустить ничего важного:

1. Читать новостную ленту.

Популярные темы выводятся на главные страницы Google и Яндекса. Горячие события оперативно освещаются различными новостными агентствами.

2. Просматривать социальные сети.

Изучать, что активно обсуждают и «репостят» в «Twitter», «ВКонтакте» и «Instagram».

3. Использовать специальные сервисы по поиску популярного контента. Это могут быть «SmmBox», «Popsters», «ContentStudio». Данные сервисы помогают находить интересные посты в соцсетях.

4. Вести календарь праздников.

Кроме всем известных событий — Нового года, Дня Знаний, 23 февраля и 8 марта, — подойдут и недавно созданные праздники: день лени, день спасибо и день объятий. Можно просто осветить данные события или предоставить скидки на определенные категории товаров.

5. Составить список предстоящих значимых событий

Это может быть выход фильмов и сериалов, премьеры музыкальных клипов и телевизионных шоу, анонсы компьютерных игр.

При реализации ситуативного маркетинга компании допускают определенные ошибки, из-за которых репутация бренда может пострадать. Рассмотрим наиболее популярные.

1. Неудачные текст и изображение.

Текст может оказаться скучным. Картинку могут плохо обработать, выбрать цветовую гамму, которая не имеет связи с брендом и вызывает негативные ассоциации. Важно делать рекламу качественно, даже несмотря на ограниченность по времени.

2. Использование запретных тем.

Стоит избегать в рекламе темы про религию, национальные особенности и внешность людей, трагедии и смерть. Аудитория может почувствует себя оскорбленной, что повлечет тяжелые последствия для бренда. Кроме недовольства и бурного обсуждения в соцсетях, бренд может получить даже судебный иск.

3. Отсутствие цели.

Если вы не понимаете, что хотите сообщить аудитории через использование популярной темы, не прибегайте к ситуативному маркетингу.

4. Реагировать на каждое событие

Не стоит задействовать все инфоповоды без разбора. Необходимо работать с теми новостями, которые органично впишутся по тематике, и тогда результат от рекламы не заставит себя долго ждать, в противном случае неправильные действия могут уничтожить репутацию, которая выстраивалась годами [2, с.75].

Главное преимущество ситуативного маркетинга – это его относительная дешевизна и актуальность. Из огромного количества событий всегда можно найти подходящее для вашего бренда или товара.

Инфоповоды можно обыграть в постах для соцсетей, email-рассылках, баннерной рекламе или использовать в офлайн-каналах коммуникации.

Нет плохих или хороших новостей для маркетологов, главное правильно уметь на них реагировать. Даже самые провокационные рекламные обращения могут помочь получить большой отклик от аудитории.

Список использованных источников

1. Красовская, Н.В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н.В. Красовская. – 3-е изд., испр. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 116 с.

2. Назимко, Алексей Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / Алексей Назимко. – Москва: Вершина, 2007. – 224 с.

**МОТИВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ
ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ**

А.Ю. Тарасенко, 3 курс

Научный руководитель – К.О. Лебедева, преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Ни одна из целей какой-либо организации не может быть достигнута без должной мотивации их исполнителей, в частности сотрудников организации. «Мотивация – это процесс побуждения себя и других людей к деятельности для достижения личных целей и/или целей организации» [1, с. 236]. По своей сути, мотивация может быть внутренней и внешней. Внутренняя мотивация подразумевает соответствие исполняемой сотрудником работы с его внутренними убеждениями. Подобные сотрудники часто отличаются честностью, любопытностью, желанием достичь успеха и т. д. Для таких сотрудников мотивирующим фактором может являться, например, похвала от начальника. Внешняя мотивация предполагает, что сотрудник исполняет свою работу в надежде на определённое вознаграждение, как, например, премирование, продвижение по службе, субсидированные путёвки и тому подобное. Для наибольшей эффективности, руководителю требуется определить, как сотрудник реагирует на тот или иной метод мотивации и подобрать оптимальный вариант. [3, с. 226-228].

В целях поиска наиболее эффективного сочетания мотивационных факторов в рамках организации разрабатывается мотивационная политика. Под мотивационной политикой организации следует понимать совокупность методов и стратегий, использующихся для стимулирования либо поддержания высокого уровня мотивации сотрудников данной организации. Целью мотивационной политики можно назвать создание для сотрудников ряда стимулирующих факторов, для максимизации их эффективности. Качественная мотивационная политика даёт организации ряд преимуществ. В первую очередь она повышает уровень удовлетворённости трудом у сотрудников. Эффективная деятельность современных организаций возможна только при помощи активных и ответственных сотрудников. «В настоящее время сотрудникам для мотивации нужно не только материальное вознаграждение, но гораздо чаще они заинтересованы в карьере и саморазвитии. На достижение своих целей могут рассчитывать сотрудники, разделяющие цели организации, выполняющие свою деятельность вдумчиво и вовлечённые в процесс исполнения миссии, декларированной организацией. Однако этот процесс должен быть обоюдным, и организация, в свою очередь, должна учитывать потребности работников и максимально стараться обеспечить комфортные условия труда и возможности развития персонала» [2, с. 68]. Также хорошая мотивационная политика способствует привлечению высококвалифицированных специалистов, что может существенно повысить эффективность организации. Если мотивационная политика организована должным образом, эти сотрудники будут оставаться в организации на долгосрочной основе, так как, если сотрудник видит, что его труд ценится и вознаграждается по заслугам, это укрепляет их привязанность к организации и создаёт позитивную рабочую атмосферу. Наконец, мотивационная политика может влиять также на отношения между организацией и её клиентами, партнёрами, инвесторами. Организация, которая уважает и заботится о своих сотрудниках будет более привлекательна для сотрудничества.

Основываясь на этом, можно сделать вывод, что мотивационная политика оказывает существенное влияние на имидж организации и вполне может послужить основой для его повышения. На сегодняшний день поддержание хорошего имиджа организации – один из важнейших атрибутов профессиональной деятельности. В общем смысле имидж организации – это то, как видят, представляют, воспринимают организацию её клиенты, партнёры, инвесторы, общество в целом. Итак, главной составляющей имиджа организации можно считать результат деятельности организации, будь то какая-либо продукция или услуга. Когда сотрудники чувствуют себя значимой частью организации, они прилагают больше усилий и повышенную внимательность в своей работе, следовательно, замотивированные сотрудники способны производить более качественную продукцию и оказывать более качественные услуги. Высокое качество предоставляемых услуг и продукции будет соответствовать потребностям и ожиданиям потребителей, которые, в свою очередь,

могут порекомендовать эту организацию своим друзьям или оставить положительный отзыв, расширяя и укрепляя клиентскую базу. Как следствие, это выставляет организацию в лучшем свете, как надёжного поставщика и партнёра.

Если организация предоставляет благоприятные условия труда, вознаграждает сотрудников достойным образом и даёт простор для личностного и карьерного роста, также повышается её имидж, как ответственного работодателя. Сотрудники, удовлетворённые своим местом работы, могут делиться своим позитивным опытом со знакомыми, друзьями, а также в социальных сетях. А привлечённые подобным образом высококвалифицированные специалисты могут послужить крепким подспорьем хорошего имиджа.

Переработка мотивационной политики может решить имеющиеся у организации имиджевые проблемы. Простейшим примером может служить проблема текучки кадров из-за ненадлежащих условий труда, что создаёт у организации репутацию непостоянного, нестабильного партнёра. Или, в случае, когда с организацией связан какой-либо скандал, сотрудники могут проявить активную поддержку имиджа организации, в следствии чего он пострадает не так сильно.

Подводя итог, мотивационная политика определённо может стать ключом к повышению имиджа организации. Если одной из приоритетных задач организации является повышение её имиджа, инвестирование в разработку и реализацию эффективной мотивационной политики станет уверенным шагом на пути к достижению успеха.

Список использованных источников

1. Галенко Д.В. Теоретические аспекты формирования мотивационной политики // Экономика и социум. - 2017. - №12 (43). – 2009 с.
2. Карамышева, Д. Б. Удовлетворенность трудом как показатель эффективной мотивационной политики организации / Д. Б. Карамышева // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2022. – № 5(92). – 232 с.
3. Кошман, В. О. Виды мотивационной политики современной организации / В. О. Кошман // Синергия Наук. – 2021. – № 61. – 377 с.

УДК 007.33.331.1

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТИЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ: ЯПОНСКАЯ И АМЕРИКАНСКАЯ МОДЕЛИ

Д.Ф. Турчина, М.С. Пашкевич, 3 курс
Научный руководитель – **А.О. Васильченко, к.э. н.**
Полесский государственный университет

В конце 70-х – начале 80-х годов началось сравнение моделей японского и американского менеджмента, когда на западе появился термин «японский рывок», признающий наличие определенных преимуществ японского менеджмента по сравнению с американским.

Анализ системы управления в Японии показал, что она развивалась отчасти под влиянием местной традиции, отчасти под влиянием американского оккупационного режима после Второй мировой, частично под влиянием потребности в борьбе с бедностью и нищетой после Второй мировой. И, что особенно примечательно, основой развития стали американские управленческие идеи, которые сразу не нашли применения в нашей стране, например: «пожизненное наем», «производственная демократия», кружки управления качеством У. Деминга и т.д.

Эти идеи в Японии неотделимо отражались на традиционных чертах культуры Японии, например, групповой солидарности, дисциплине, уважении старшего и т.д., что позволяло утверждать различие организационных культур США и Японии как ключевой причиной различия их стиля. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика американских и японских моделей.

Таблица 1. – Сравнительная характеристика моделей США и Японии

Американская модель	Японская модель
Индивидуальный ход принятия решений	Принятия решений на принципе консенсуса
Личная надежность	Командная ответственность.
Точная формализованная структура управления	Гибкая неформальная структура управления
Точные формализованные операции контроля	Общие процедуры неформального контроля
Индивидуальное наблюдение со стороны руководства	Группы форм контроля
Стремительная оценка и продвижение	Медленно оценивать и продвигать
Установка процесса отбора на высококлассные навыки и инициативу	Ориентация руководителя при выборе на способность координировать и контролировать
Стиль руководства, ориентированный на индивидуума	Тип руководства ориентирован на группу.
Ориентация управляющих на достижение индивидуальных результатов	Ориентация руководителей на достижение групповых достижений
Целевые формальные рабочие отношения с подчиненными	Личная, неформальная связь с подчиненным
Продвижение, основанное на индивидуальных достижениях и результатах	Продвижение на основе возраста и стажа работы
Специализированная подготовка – подготовка узких специалистов	Неспециализированная подготовка – подготовка управленцев универсального вида
Тесная связь размера оплаты с индивидуальными результатами и производительностью	Определение размера выплаты зависит от нескольких факторов – стаж работы группы, показателей работы группы.
Краткосрочная занятость	Долгосрочная занятость

Примечание – Источник: собственная разработка на основе обзора литературных источников

Чтобы более полно понять суть японских и американских стилей менеджмента качества, рассмотрим наиболее значительные различия в вышеперечисленных аспектах.

В системе комплексного менеджмента качества установлены семь главных принципов: контроль производственного процесса, наглядность результатов измерения показателей качества, соблюдение требований к качеству, остановка линий, самостоятельное исправление ошибок, проверка 100% изделий и поэтапное их совершенствование. Рассмотрим их более подробно в таблице 2.

Таблица 2. – Принципы управления качеством на востоке (Япония) и западе (США, Европа)

Принципы системы управления качеством	Восток (Япония)	Запад (Европа, США)
1	2	
Контроль производственного процесса	В практике японской промышленности проверки качества в процессе производства проводятся на всех стадиях производства.	В западной отрасли контроль осуществляется на отдельных стадиях процесса производства. При этом применяется метод контроля приемов.
Наглядность результатов измерения показателей качества	На предприятиях Японии по всему миру размещены наглядные стенды. Они объясняют рабочим, администрацией, клиентам продукции, посторонним гостям, какие качественные показатели проверяют, какие результаты текущего проекта, и так далее.	Это дальнейшее развитие общепринятого западного принципа измерения качества. Западные представления о измерении качественных показателей занимают японцев важнейшее место.
Соблюдение требований к качеству	Японцы считают, что задача обеспечения качества стоит на первом месте, а план производства – на втором.	Руководство предприятий не ставит задачу качества на первом месте, приоритет - объем выпуска продукции.
Остановка линий	Каждый рабочий в Японии может остановить производственные линии, чтобы исправить замеченные дефекты.	На западных предприятиях процесс производства не останавливается, чтобы устранить дефекты и обеспечить качество.

Окончание таблицы 2

1	2	3
Самостоятельное исправление ошибок	Японские рабочие или бригады, которые допустили брак, переделывают бракованные вещи сами.	В этом и заключается основная разница между западной практикой, в которой для того, чтобы ликвидировать брак, созданы специальные места.
100% проверка изделий	Япония использует принцип "N = 2", то есть проверяет два изделия, первый и последний. Таким образом, стало возможным провести 100% проверку качества каждой детали.	Западная методология - оценка качества партий продукции по результатам статистического контроля.
Поэтапное улучшение качества с помощью проектов	На технических устройствах, установленных на предприятиях Японии, сохраняются данные о реализованных проектах по повышению качества продукции.	На западе предусмотрен комплекс мероприятий по принципу «человек-машина-информация», обеспечивающих необходимые качества и снижения расходов на них.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе обзора литературных источников

Эффективность организации определяется не только применением того или иного управления, но и приспособлением ее элементов к условиям производства и рынка, в котором организация действует. Исследование эффективных методов управления качеством позволяет широко применять их при условии адаптации к конкретным условиям деятельности организации, что позволяет преимущественно достичь прогрессивного и эффективного развития системы управления качеством.

Основные различия в восточном и западном подходах к качеству во многом свидетельствуют о национальных особенностях народа. И несмотря на то, что существуют отдельные национальные различия в отношении качества, которые выработаны экспертами ведущих стран мира, общие принципиальные принципы менеджмента качества приводили к созданию всеобщей системы всеобщего менеджмента качества.

Список использованных источников

1. Царенко А.С. Управление качеством: Принципы американского гуру: Учебное пособие / А.С. Царенко. – М.: Издательство «Перо», 2023. – 140 с.
2. В. В. Окрепилов. Управление качеством: Учебник для ВУЗов. «Издательство «Экономика», 2011.
3. Исикава Каору. Японские методы управления качеством – М: «Экономика», 2009 г., 199 с
4. Крылов В. М. Управление качеством в промышленных фирмах Японии. М., 2004г.

УДК 33.338.4

”ДОМИК КАЧЕСТВА“ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

А.А. Федечко, 3 курс

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

Полесский государственный университет

В условиях развития рыночной экономики и быстрой смены мировой обстановки, производители вынуждены подстраиваться под изменения для этого необходимо быть конкурентоспособным предприятием. Организации создают большое количество одинаковых товаров или подобных способов удовлетворения одной и той же потребности покупателей на равных или незначительно отличающихся ценовых условиях. В данной ситуации потребитель отдаст предпочтение товару, который в экономике определяется как конкурентоспособный [1, с. 285].

Конкурентоспособность можно определить, как комплексную характеристику товара, определяющую его предпочтение на рынке по сравнению с аналогичными изделиями-конкурентами как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на его удовлетворение, которое обеспечивает возможность реализации этого товара в определенный момент времени на конкретном рынке [2, с. 25].

Конкурентоспособность товара определяется совокупностью качественных, экономических и маркетинговых характеристик (рисунок 1).

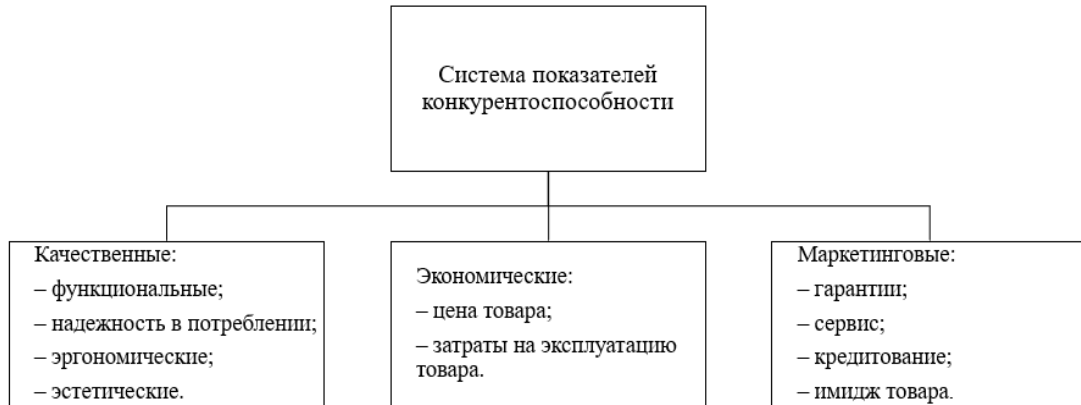


Рисунок 1. – Составляющие конкурентоспособности продукции

Примечание – [3, с. 153]

Маркетинговые показатели раскрывают преимущества или недостатки в уровне конкурентоспособности товара по характеру и качеству исследований рынка и запросов конечных потребителей, степени эффективности работы по продвижению товара, стимулированию продаж, рекламной деятельности, правильности выбора ценовой стратегии, рациональности формирования сбытовой сети и каналов товародвижения и др. [3, с. 30].

Качественные характеристики конкурентоспособности определяют свойства продукта, которые делают его соответствующим конкретным общественным потребностям [3, с. 17].

Экономические показатели конкурентоспособности товара предполагают определение цены потребления, которая включает затраты на приобретение товара и затраты по эксплуатации товара [3, с. 25].

В 1970-х годах в Японии на верфи Кобэ инженер Мицубиси Иоджи Акао предложил новую систему структурирования функций качества (QFD) или "Домик качества" (QF). "Домик качества" является элементом технологии развертывания функций качества, а также основным инструментом структурирования нужд и пожеланий потребителя, на основании которых можно оценить конкурентоспособность выпускаемой или разрабатываемой продукции (рисунок 2).



Рисунок 2. – "Домик качества" (QF)

Примечание – [5]

Система структурирования функций качества включает в себя 4 основные фазы, на каждой из которых используется – ”домик качества“. Каждая стадия включает различные критерии качества продукции или услуги, оценивается и сравнивается с конкурентами, наиболее важные критерии переходят на следующую стадию.

Технология развёртывания функций:

Фаза 1. Планирование продукции. На данном этапе строится первый ”домик качества“, здесь оцениваются пожелания потребителя в технических характеристиках. Данная фаза предполагает привлечение специалистов отдела маркетинга, они документируют потребности потребителей, конкурентные преимущества, данные об аналогичных продуктах и возможности организации реализовать требования потребителя.

Фаза 2. Проектирование продукции. Фаза выполняется специалистами инженерно-технических служб, требования потребителей переводятся в конкретные технические спецификации. Разрабатывается концепция продукции на основе творческих и инновационных идей, документируются схемы и чертежи.

Фаза 3. Планирование процесса. Специалисты производственных служб предприятия разрабатывают и осуществляют планы производства, организуют процессы и подготавливают необходимую документацию для выполнения работ и установления параметров процесса.

Фаза 4. Управление процессом. В реализации этой фазы принимают участие специалисты контролирующих и обеспечивающих служб, сотрудники службы качества. Они создают документы с контролируемыми показателями производственных процессов, графики обслуживания оборудования и планы подготовки персонала, работающего на производстве. Также на данной фазе выявляются процессы, имеющие наибольший риск возникновения дефектов [5].

Таким образом, чтобы оценить конкурентоспособность продукции необходимо создание четырёх ”домиков качества“, в которых отражается как планирование и цели действий компании, так и сравнение характеристик продукции с аналогичной продукцией конкурентов. ”Домик качества“ позволяет оценить не только маркетинговые показатели, но и качественные, экономические. В зависимости от выбранного направления ”домик качества“ быть заполнен как числовыми (коэффициентными) значениями, так и символами соответствия.

Список использованных источников

1. Липсиц И.В. Экономика / И.В. Липсиц. – Москва: Вита-Пресс; Издание 7-е, доп., 2022. – 352 с.
2. Васильев В. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова // Маркетинг – Москва, 2019. – № 4. – с. 25.
3. Быков В.А. Конкурентоспособность товара: научные основы, методы оценки, управления / В. А. Быков. – Минск: Научная книга, 2019. – 94 с.
4. Менеджмент качества: Внедрение СМК [Электронный ресурс] / Брошюра ”Домик качества“ – Режим доступа: https://www.kpms.ru/Implement/Qms_QFD.htm – Дата доступа: 21.03.2024

УДК 339.138

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА МАРКЕТИНГ

А.Р. Чижевская, 2 курс

Научный руководитель – Е.В. Хмельницкая, м.э.н.

Полесский государственный университет

В последние годы многие компании активно используют цифровые технологии, включая искусственный интеллект, чтобы упростить обработку больших объемов данных и улучшить взаимодействие с целевой аудиторией. Это связано с растущей конкуренцией, которая стимулирует поиск новых способов привлечения потребителей.

Искусственный интеллект (ИИ) – это математическая структура, имитирующая определенные аспекты работы человеческого мозга и демонстрирующая такие его возможности, как способность к неформальному обучению, обобщению и кластеризации неклассифицированной информации, прогнозированию. Для ИИ не нужна заранее известная модель, поскольку он сам строит ее только на основе предъявленной информации. Таким образом, он применяется в сферах, где нужно решать задачи прогнозирования и классификации [1, с 107].

В современном мире использование искусственного интеллекта становится все более распространенным и важным для различных отраслей, особенно для маркетинга. В Республике Беларусь также наблюдается рост интереса к применению ИИ в маркетинге и его влиянию на стратегии продвижения товаров и услуг.

Генеративный ИИ — это тип машинного обучения, который использует нейронные сети для создания нового контента, в частности изображений, видео, аудио и текста [3, с 28].

Активное применение методов машинного обучения в современном маркетинге позволяет многим предприятиям динамично расти. С помощью нейросетевых технологий и искусственного интеллекта маркетологи могут гораздо точнее и быстрее прогнозировать поведенческие ориентации клиентов и тем самым разрабатывать наиболее оптимальные решения для своего бизнеса.

Например, белорусский бренд «Mark Formelle» привлек к созданию капсульной коллекции искусственный интеллект. О проекте с участием нейронной сети представители бренда задумались в 2022 году. Тему капсулы подсказала галерея нейросетевого искусства «Яндекса». На основе загруженной визуальной информации искусственный интеллект способен за доли секунды генерировать уникальные изображения на любую заданную тему. Это помогло переосмыслить творчество всемирно известных художников.

Искусственный интеллект предоставляет маркетологам целый ряд преимуществ:

1. ИИ позволяет автоматизировать многие рутинные задачи в маркетинге, такие как анализ данных, сегментация аудитории и управление контентом. Это приводит к повышению эффективности и производительности, а также к экономии затрат.

2. Одной из областей применения искусственного интеллекта в маркетинге является возможность персонализировать рекламные предложения, предлагая каждому клиенту подходящий именно для него посыл. Используя искусственный интеллект, бренды могут автоматически рассылать уведомления, основанные на действиях пользователей. Внедрение решений по улучшению качества обслуживания клиентов в бизнесоперации не только повышает удовлетворенность клиентов, но также обеспечивает долгосрочную лояльность и удержание клиентов на долгие годы.

Например, белорусская сеть косметических магазинов «Мила» применяет машинное обучение для рассылки клиентам персонализированных предложений, какие товары рационально им предложить и на что предложить скидку.

3. Использование искусственного интеллекта позволяет оптимизировать рекламные кампании, улучшая их результативность и уменьшая затраты.

4. Автоматизация коммуникации с клиентами на примере ответов на часто задаваемые вопросы. ИИ делает возможным создавать чат-боты, способные обрабатывать стандартные запросы. Боты могут предоставлять информацию о товарах и услугах, решать типовые проблемы и направлять пользователей к необходимым разделам.

В частности, чат-бот оператора «Velcom» предоставляет консультации по услугам компании, позволяет проверить баланс, остаток на трафике и пакеты услуг.

Таким образом, искусственный интеллект становится отличным маркетинговым инструментом, который в последующем сможет повлиять на изменение маркетинга в целом.

Однако, помимо преимуществ, применение искусственного интеллекта в маркетинге также сопряжено с определенными недостатками:

1. Использование ИИ требует обработки большого объема информации, что может вызвать проблемы с конфиденциальностью и защитой персональных данных клиентов. Сбор и анализ информации требует строгого соблюдения законодательства о защите данных и обеспечения приватности пользователей.

2. Внедрение системы искусственного интеллекта в маркетинг может потребовать значительных финансовых затрат. Это может оказаться недоступным для некоторых компаний в Республике Беларусь.

3. Важно учитывать этические аспекты использования ИИ, чтобы избежать негативного восприятия со стороны общества.

4. Отсутствие достаточного количества специалистов в области ИИ, что может привести к неполноценной реализации маркетинговых стратегий.

5. Проблема роста безработицы по причине внедрения искусственного интеллекта.

6. Возможные экономические и финансовые риски при внедрении и использовании искусственного интеллекта из-за высоких затрат на обучение персонала и приобретения необходимого оборудования.

Для успешной реализации потенциала искусственного интеллекта в маркетинге в Республике Беларусь необходимо обучение специалистов и развитие инфраструктуры. Компании должны инвестировать в обучение сотрудников, чтобы они могли эффективно использовать новые технологии и методы работы с данными. Также важно создание правовой базы, которая регулирует использование ИИ в маркетинге и обеспечивает защиту интересов потребителей.

Искусственный интеллект оказал огромное влияние на мир маркетинга, его использование стало практически незаменимым средством современного продвижения. Многие организации внедряют лучшие цифровые практики в свою работу. Все большее число бизнес-лидеров соглашаются с тем, что использование искусственного интеллекта позволяет компаниям сохранять конкурентное преимущество.

Согласно Национальной стратегии устойчивого развития-2030, цифровая трансформация становится магистральным путем инновационного развития. В соответствии с глобальным трендом Беларусь делает ставку на широкое распространение инноваций, совершенствование условий для осуществления научной, научно-технической и инновационной деятельности, цифровизацию всех сфер жизнедеятельности и построение «ИТ-страны» [2].

Подводя итоги, можно сказать, что использование ИИ определенно дает возможность вывести маркетинговую деятельность компании на более высокий и технологически развитый уровень. Искусственный интеллект позволяет реализовывать четкий таргетинг, предлагая товары компании в нужное время и в нужной форме. Учитывая все вышеназванные преимущества ИИ, можно утверждать, что его роль в сфере маркетинга в Республике Беларусь будет увеличиваться и развиваться.

Список использованных источников

1. Данько, Т.П. Системы искусственного интеллекта в разработке корпоративных маркетинговых стратегий / Т.П. Данько, М.А. Ходимчук // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». – 2020. – No5. – С. 106-110.
2. Министерство экономики Республики Беларусь / [Электронный ресурс]. – <https://economy.gov.by>. – Дата доступа: 06.04.2024.
3. Старостин, В.С. Трансформация маркетинговых технологий в эпоху машинного интеллекта / В.С. Старостин // Вестник университета. – 2018. – № 1. – С. 28-34.

УДК 658.3

ПРИМЕНЕНИЕ ПСИХОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ: ПОДХОДЫ К КАЧЕСТВЕННОМУ УПРАВЛЕНИЮ БИЗНЕСОМ

А.М. Шпак, 2 курс

Научный руководитель – **Е.В. Хмельницкая**, м.э.н.

Полесский государственный университет

Психология менеджмента, т.е. психология управления – это наука, сформировавшаяся и развивающаяся на стыке двух научных дисциплин – теории управления и психологии. Основной задачей психологии управления является анализ психологических условий и особенностей управленческой деятельности с целью повышения эффективности и качества работы в системе управления [1, с. 5].

Психология управления рассматривает проявления личности не просто в социальной группе, а в важнейшей ее разновидности – в организации. Главное внимание при этом сосредоточивается на проблеме мотивации личности к успешной деятельности в интересах организации. Именно поэтому особенное внимание акцентируется на личности руководителя и подчиненного, на необходимых личностных качествах, что определяет актуальность исследований в этой области.

Важной составляющей продуктивной работы компании, которая раскрывает потенциал сотрудников является стиль руководства. На сегодняшний день выделяют три основных стиля руководства: авторитарный, демократический и либеральный. Не существует универсального

алгоритма по выбору стиля руководства в организации, ведь каждый стиль имеет свои достоинства и недостатки и зависит от контекста, целей и особенностей организации. А с психологической точки зрения успешное руководство представляет собой динамичный процесс, в котором лидер группы знает слабые и сильные стороны её участников, обладает навыками эффективной коммуникации и выстраивает здоровый климат в организации.

Прежде чем рассматривать инструменты эффективного управления, необходимо отметить важный момент: эффективный руководитель использует только одну роль – взрослый (эго-состояние по *Эрику Берну*) [2, с.17]. Эта роль определяет весь стиль его управления и предполагает четкое распределение ответственности между руководителем и командой на основе равноправия и партнерства. Инструменты управления (подходы), которые использует эффективный руководитель:

1. Разнообразие личностей – единство ценностей

Команда будет более устойчивой и успешной, если руководитель осознает, что разнообразие сотрудников играет ключевую роль в их способности находить нестандартные решения для проблем. Подбор людей с разными чертами личности и подходящая классификация помогут обеспечить эффективную работу команды.

2. Распределенное лидерство (Shared leadership)

Для успешного руководителя важно понимать границы своей ответственности и уметь делегировать людям, чтобы они могли проявить свой потенциал. Распределенное лидерство способствует независимости и стабильности команды. Делегирование можно проводить двумя способами: для новичков – делегирование исполнения, для опытных сотрудников – делегирование управления. В результате сотрудники могут развивать компетенции специалиста или лидера в зависимости от выбранного подхода к делегированию.

3. Положительное подкрепление как основа обратной связи

Положительное подкрепление поощряет эффективное поведение за счет приятных моментов, что мотивирует сотрудника повторять это поведение. Напротив, отрицательное подкрепление используется для указания на неправильное поведение. Важно понимать, что положительное подкрепление работает благодаря мотивационным факторам, таким как признание и развитие. В отличие от этого, отрицательное подкрепление применяется для формирования дисциплинированного исполнения. Эффективный руководитель использует отрицательное подкрепление осторожно, поскольку оно может иметь разрушительное воздействие на команду. Положительное подкрепление эффективно при условии искренности, значимости для исполнителя и бизнеса, а также конкретности оценки.

4. Фасилитация как форма поиска решения

Фасилитация — это набор инструментов и практик, которые позволяют эффективно организовать групповое обсуждение [3].

В буквальном переводе facilitation означает «облегчение процесса». Фасилитация позволяет модерировать дискуссию таким образом, чтобы ни одна идея не осталась незамеченной и подразумевает собой вовлечение всей команды в поиск решения.

5. Ошибка как новый полезный опыт

Эффективный руководитель смотрит на ошибку как путь к новому опыту. Ошибка не является проблемой, а сигналом изменений в условиях или неучтенных аспектах исполнения. Она полезна для бизнеса, позволяя скорректировать действия и учесть новые факторы. Эффективный лидер не боится ошибок, ни своих, ни своих подчиненных, и готов признавать их для улучшения. Признание ошибок помогает оперативно реагировать и избегать ухудшения ситуации, увеличивая авторитет в команде. Наоборот, отказ от признания ошибок приводит к потере авторитета.

Эти пять инструментов просты в применении и максимально результативны. Они направлены на развитие взрослой позиции у сотрудников и развитие команды посредством создания благоприятного социально-психологического климата трудового коллектива. Игнорирование потребностей команды приводит к уменьшению производительности и расставаниям с самыми ценными из сотрудников. Поэтому важнейшим аспектом лидерства становится налаживание экологичной коммуникации и взаимоотношений как по вертикали – в отношении членов команды, так и по горизонтали – на линейном уровне между сотрудниками. Приоритетность построения прочных и здоровых связей в команде способствует процветанию бизнеса. Сегодня уже нельзя на 100%

сосредотачиваться только на результатах – с изменением бизнес-ландшафта внимания требуют многие стороны деловых взаимоотношений. По данным исследований в 38 странах мира, токсичная обстановка в коллективе в 10,4 раза чаще становится причиной увольнения сотрудников, чем зарплата. Эффективный руководитель нового времени знает и чувствует свою команду, а также готов вкладывать время и силы в выстраивание экологических взаимоотношений в команде. Именно руководитель определяет, строить сильный стратегический бизнес или вполне достаточно тактического успеха, а команда всегда идет за выбором руководителя.

Список использованных источников

1. Карпов, А.В. Психология менеджмента: учеб. пособие. / А.В. Карпов. – М.: Гардарики, 2005. – 584 с.
2. Берн, Э. Игры, в которые играют люди / Эрик Берн; перевод с английского А. Грузберга. – Москва: Бомбора™, 2019. – 252 с.
3. Фасилитация в бизнесе и за его пределами: где и как применять / [Электронный ресурс]. – <https://trends.rbc.ru/trends/education/61b1c0139a79472947fcc61b>. – Дата доступа: 06.04.2024 г.

УДК 331.104

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А.С. Щербак, 3 курс

Научный руководитель – **С.А. Демьянов**, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Важной составляющей в системе управления персоналом является мотивация сотрудников предприятия. Предприятие ставит перед собой цель максимального вовлечения работников в его деятельность. Современным менеджерам ежедневно приходится иметь дело с задачами разного уровня сложности, однако следует выделить ключевую их задачу: повышение эффективности работы персонала предприятия. Залогом успешного функционирования любого предприятия является мотивированный персонал. Функцию мотиваторов, в данном случае, выполняют факторы, побуждающие сотрудника к повышению производительности труда: признание заслуг сотрудника, предоставление сотрудникам самостоятельности в принятии решений и карьерный рост [1].

Мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности, придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей [2, с.133].

Существуют следующие методы мотивационной роли в обществе:

- экономические;
- психологические;
- нагрузочные;
- устранения негативных стимулов;
- дисциплина и целеполагание.

Выбор конкретного мотивационного инструмента на предприятии определяется наличием ресурсов и условий для применения концепции управления персоналом предприятия.

Сущность системы стратегического управления предприятия состоит в обеспечении максимально гибкой реализации долгосрочной стратегии для обеспечения успеха в конкуренции в условиях постоянно меняющейся внешней среды и разработке конкретных путей для превращения этой стратегии в текущие производственно-хозяйственные планы, программы и проекты. В такой ситуации ключевым элементом, напрямую влияющими на финансовый результат деятельности организации, является персонал. Сотрудник, заинтересованный в выполнении задания, которое приносит компании определенную полезность, и работник, делающий свою работу посредственно, не принесут одинаковый результат [3].

В современном мире одним из ключевых факторов при выборе профессии являются условия для работы. В качестве простой мотивации можно предложить интересную зону для отдыха, чтобы это было максимально комфортно для сотрудников. Или, если это является большой затратой для предприятия, начать с малого: общий досуг через каждые 2-3 часа. Один из рациональных ва-

риантов – это совместные игры. Например, руководитель рассказывает про какой-либо бизнес и ставит задачу решить ту или иную проблему, которая возникла в ходе деятельности данной фирмы. Коллективу дается 10-15 минут на обсуждение. После решения таких небольших ситуаций коллектив сближается, так как он работает в команде, развивается воображение по дальнейшему развитию предприятия, что положительно отражается на деятельности предприятия в целом, и перерыв проходит с максимальной пользой и при минимальных затратах [4].

Самым удачным вариантом на практике, несомненно, является использование комбинации нескольких мотивационных методов. «Рычаг воздействия» можно обнаружить через потребности каждого сотрудника, потому что деятельность каждого человека направлена на удовлетворение их потребностей. Человеческие потребности мы можем рассматривать по классификации А. Маслоу в следующем порядке: «во-первых, учитываются физиологические потребности; во-вторых, потребности в безопасности и охране; в-третьих – общение, принадлежность к социальной группе; далее – потребность в уважении и признании; и, наконец, потребность в самовыражении».

Удовлетворение всех потребностей в идеале, конечно, отчасти недостижимо, но есть стимул стремиться каждой организации мотивировать своих сотрудников воздействуя на важнейшие конкретно для работника моменты.

Список использованных источников

1. Сосновы А. П., Ратников П. В. Методы и средства мотивации персонала. М. : КноРус, 2012.
2. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 6-е изд., перераб. И доп. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016. – 656 с.
3. Стратегическое управление предприятием(организацией). Учебное пособие / Н.А. Сушко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.kgmtu.ru/wp-content/uploads/magistratura/ekonomika-ekonomicheskaya-bezopasnost/strategicheskoe-upravlenie-predpriyatiem-organizaciej/5404.pdf>.
4. Мотивация персонала – путь к эффективной работе предприятия / А.С. Щербак [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/25868/1/Motivatsia_personala.pdf. Дата доступа

УДК 338.48:001.895

ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.И. Якубович, Е.Р. Шуманская, 3 курс
Научный руководитель – **С.А. Демьянов**, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Индустрия туризма и гостеприимства является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. При этом туризм для экономик значительного числа стран, включая Республику Беларусь, обладает не только экономической, но и высокой социальной значимостью. С совершенствованием технологий и изменением потребительских предпочтений туристическая сфера становится все более многообразной, доступной и инновационной.

Инновации в туризме охватывают широкий спектр возможностей: от систем онлайн-бронирования и автоматизации отелей до персонализации впечатлений с использованием искусственного интеллекта.

Многим туристическим компаниям становится трудно удержаться на рынке, и они вынуждены разрабатывать большое количество услуг с учетом потребностей каждого клиента, а также повышать уровень предлагаемого туристического сервиса. Данные глобальные изменения в туристической индустрии коснулись и Республики Беларусь.

Необходимость перехода на инновационный путь развития сферы туризма в Республике Беларусь продиктована достаточно невысокими темпами развития туристической инфраструктуры в сравнении с общемировыми показателями.

Согласно данным Всемирной туристической организации (UNWTO), в 2021 году доходы от туризма в Беларуси составила примерно 1,6 млрд. долл. США, в свою очередь мировые доходы от туризма составили порядка 1,5 трлн. долл. США. Соответственно доля доходов Беларуси от международного туризма составляет около 0,11% от общемирового показателя [1].

Значение данного показателя свидетельствует о низкой туристической attractiveness Беларуси, вследствие этого, крайне необходимо повышать конкурентоспособность Беларуси как туристической дестинации.

К наиболее важным факторам, сдерживающим развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Беларусь следует отнести:

- отсутствие благоприятных условий для привлечения инвестиций в туристическую инфраструктуру страны;
- несоответствие качества туристического продукта его цене;
- невысокий уровень подготовки кадров для турбизнеса;
- отсутствие достаточного опыта качественного обслуживания туристов в рыночных условиях.

С целью повышения качества туристических услуг следует создавать новые и модернизировать существующие туристические продукты; совершенствовать гостиничные, транспортные и иные услуги по мировым стандартам; осваивать новые рынки для экспорта туристических услуг; внедрять в сферу туризма и гостеприимства современные информационно-коммуникационные технологии.

Далее приведены успешные примеры применения инновационных технологий, которые помогут существенно модернизировать рынок туристических услуг в Беларуси:

1. Внедрении технологии NFC (Near Frequency Communication).

Данный метод представляет собой разновидность беспроводной технологии, которая позволяет двум устройствам соединяться друг с другом и обмениваться данными. В настоящее время широко используется людьми в повседневной жизни для бесконтактных платежей и покупок, однако приложение можно использовать и в других направлениях:

- использование в качестве дверного ключа в отелях (вместо того, чтобы пользоваться стандартным дверным ключом или карточкой, посетители смогут загрузить виртуальный ключ на свой телефон и поднести его к цифровой панели на двери, чтобы попасть в свой номер. Это существенно повысит безопасность и комфортность проживания в гостинице);
- оперативное предоставление необходимой информации по туристическим зонам и/или объектам туристического интереса по маршруту путешествия;
- способность проектировать самостоятельные экскурсии для туристов с возможностью редактирования режиме онлайн;
- возможность организации интерактивных экскурсий (с помощью разных инновационных решений внешних разработчиков могут транслироваться текстовый, визуальный, видео и 3D-контент на расстоянии).

2. Создание высокотехнологичных сервисов в гостиницах.

Согласно исследованию, проведенному в Майкопском государственном технологическом университете в 2023 году [2], во время поездок туристы нуждаются в использовании следующих видов цифровых технологий:

- электронные карты гостя – 61,1%;
- чат-боты, голосовые помощники – 33,6%;
- технологии виртуальной реальности – 30,5%;
- умные зеркала, умные комнаты – 20,6%;
- робот-консьерж – 15,3%.

Таким образом целесообразно внедрить в белорусские гостиницы такую разработку, как «умное зеркало». Прикоснувшись к зеркальной поверхности, гости получают быстрый доступ к интерактивному меню, в котором можно просмотреть прогноз погоды, свежие новости, результаты спортивных мероприятий, ленту новостей или сообщения различных социальных сетей своего смартфона.

Также уникальным элементом в гостиницах могут стать роботы-консьержи (роботы-дворецкие), которые смогут самостоятельно перемещаться по отелю, вызывать лифт, доставлять гостям в комнаты полотенца, еду, напитки, а также выполнять функции локального гида и голосового помощника. Однако, в настоящее время это актуально лишь для 5-звездочных гостиниц.

3. Внедрение виртуальной реальности.

Многие предприятия в мире уже используют виртуальную и дополненную реальность, чтобы повысить качество предоставляемых услуг и привлечь внимание потенциальных клиентов. Данные опции позволяют гостям получить представление о номерах, которые они хотят забронировать. Во время пандемии Covid-19 некоторые компании использовали виртуальную реальность, чтобы дать путешественникам возможность побывать за границей.

Данную технологию следует распространить и в туристической сфере Беларуси. В силу того, что большинство жителей не может позволить себе отдых на дорогих курортах или в зарубежных странах, виртуальный туризм сможет решить эту проблему. Любой желающий сможет окунуться в путешествие, надев очки виртуальной реальности. Безусловно, виртуальный тур не сможет сравниться с настоящим путешествием, но станет альтернативным вариантом для тех, кто желает увидеть мир.

Таким образом, инновации в сфере туризма являются основой устойчивого роста не только туристической отрасли, но и экономики страны в целом. Разработка и внедрение данных инновационных продуктов и услуг станет важнейшим аспектом, необходимым для повышения качества жизни населения.

На данный момент в Беларуси имеется недостаточный для реализации инноваций научно-технический и инновационный потенциал, однако страна с каждым годом совершенствует свою инновационную сферу, которая станет эффективным инструментом, повышающим качество туристического продукта, численность иностранных туристов, объемы продаж туристических услуг, а также конкурентоспособность туристической сферы Беларуси на мировом рынке.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Всемирной Туристической Организации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>. – Дата доступа: 04.04.2024.
2. Вестник Майкопского Государственного Технологического университета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://maikopvest.elpub.ru/jour/article/view/229/229> – Дата доступа: 04.04.2024.

ЯЗЫК, ПЕРЕВОД, КУЛЬТУРА, КОММУНИКАЦИЯ

УДК 655.3.066

BOOKS AND FILMS ABOUT HARRY POTTER ARE TWO DIFFERENT PLOTS. TO READ OR TO WATCH, THAT IS THE QUESTION

Reem Ahmed, form XI “A”

Supervisors – **V. Doronina**, English teacher,

I. Gerusova, English teacher

State Establishment of Education “Pinsk Secondary School No. 8”

Throughout their history, the books have had a profound impact on the culture of all mankind. Every year the film industry becomes more and more popular. Most people prefer to watch the movie rather than read the literary source. Watching the film is less energy-intensive and takes much less time. But is it possible to call film adaptation a separate kind of art or is it simply an adaptation of a literary work? [1]

While watching a film, the viewer sees a completely different character because the director saw the hero differently than the author of the book.

British writers are famous for their eloquence in describing landscapes, love affairs and of course, the rich inner world of the main characters – that’s why filmmakers love to film them [2].

The relevance is determined by the fact that nowadays most teens spend a lot of time in front of a TV screen watching movies, surfing TikTok and YouTube Shorts. It leads to health problems such as vision impairment, curvature of the spine, headaches and even mental health disruption. While watching the film, many teenagers prefer snacks, which leads to obesity. The brain does not need to work, to connect the imagination, it already sees the finished picture. While reading books allows teens to relieve stress, increase their vocabulary, broaden their horizons, and also develop attention, creativity and emotional intelligence.

The aim of the research is to prove that reading books, unlike watching films, is an effective means of teen’s development and upbringing on the example of the books and films about Harry Potter.

This aim involves the following tasks:

1. To determine the positive and negative impact of books and films on the formation of the pupil's personality.
2. To identify the distinguishing features of books and films’ plot about Harry Potter by Joan K. Rowling.
3. To involve the pupils in reading books about Harry Potter through the participating in School Potter Week.
4. To create a web-site “Book and film guide about Harry Potter”.

In the course of doing the research the following methods were used:

1. Questionnaire.
2. Comparison.
3. Data analysis.

The object of this research is books and films about Harry Potter.

The subject of this research is the distinguishing features of books and films’ plot about Harry Potter by Joan K. Rowling.

I’ve been reading books since early childhood. Books let me become a different person for a while they enrich my vocabulary and develop my imagination. I read books by English-speaking authors with great pleasure. It comes as no surprise but I have been Joan K. Rowling’s fan throughout all my life. I’ve read all series books about Harry Potter in the original.

Once I participated in the quiz on Harry Potter books by Joan K. Rowling. The quiz questions were based on the books not the films, and we know that there are many inconsistencies in books and films. I won out, exactly because I read books but most children just watched films. That’s why they couldn't answer most of the questions.

It was interesting to identify how many pupils read the Harry Potter books, and how many of them watched films. The pupils of our Potter Club were asked.

The quiz was based on the plot of the books.

And we can see that 14% of the pupils read The Harry Potter books, 86% of the pupils watched the films.

Based on the results of this quiz I decided to do the research and show the differences between Harry Potter books and movies.

In my work I have collected a number of examples of differences between the Harry Potter books and films that I have found: books are kinder and more peaceful than films; the book and film heroes have different appearance and character; some books characters are completely absent from the films.

To interest pupils to read the Harry Potter Series the School Potter Week was held. The pupils were involved in different activities inspired by the plot of the books.

For Harry Potter fans and for pupils who are interested in this series we created the web-site “Book and Film Guide About Harry Potter”: <https://reemahmed25.github.io/HPGuide/>, that is popularly used among pupils, there you can find: the original Harry Potter Books online to read; movies to watch; a collection of differences between the books and films; quiz for those who are confident in their knowledge about the books. You will also find pictures from our School Potter Week.

After all the activities we decided to quiz the pupils and we found out that 62% of our pupils have become interested and read the books and 38% watched the movies but in the future they are planning to read the books.

Of course, most books and their film adaptations are not exact copies of each other. But in most cases, the goal of the film crew is not to completely convey the content of the book, their goal is to convey the main meaning. Directors are only inspired by the book, some of them to a greater extent, and others to a lesser extent. We all think in words and only then words are transformed into visual images. And often these visual images are fundamentally different from what we see watching the film adaptation [1].

Analyzing the books and the films about Harry Potter can be noted that books have a much richer world than movies have, because of all this extra information. Not only do these big events raise interesting and important themes, small details such as descriptions of Hogwarts make the book that much richer [3].

While conducting the research, it was revealed that the books offer extremely detailed backstories for everything. The books are so much more magical and deeper than what the movies can ever achieve.

Joan K. Rowling is an incredible writer who will make you feel like every time you read a completely different version of a book you've already read. Many beloved characters were got out of the movies and some of the characters in the movies were different than in the books.

We can make the conclusion that reading books, unlike watching films, is an effective means of teen's development and upbringing. Books are always the start of great stories. You never watch a film and think that it should be turned into a book – most good films are based on books anyway.

We are going to continue to engage pupils in reading books through analyzing the plots of the books and films about Sherlock Holmes by Arthur Conan Doyle.

Reference

1. 33 Life-Changing Benefits of Reading Books [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bibliolifestyle.com/benefits-of-reading-books/> – Date of access: 10.04.2023.
2. Books vs Movies (Are Books Better Than Movies?) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://basmo.app/books-vs-movies/> – Date of access: 10.06.2023.
3. My Books – Wizarding World [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bookshelf.pottermore.com/> – Date of access: 19.07.2023.

**ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА
ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ**

А.А. Батюшко, 3 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Перевод официально-деловой документации стал особенно актуален на современном этапе развития международных отношений. Ориентация на внешнюю экономику, глобализация, унификация систем делопроизводства, создание новых средств передачи информации – все это значительно увеличило спрос на профессиональную переводческую деятельность в контексте деловой документации.

Актуальность данного исследования обусловлена не только востребованностью деловой коммуникации на современном этапе, но и тем, что деловая корреспонденция охватывает многочисленные области человеческой деятельности. Без официально-деловых документов невозможно существование таких сфер деятельности как маркетинг, менеджмент, бухгалтерия и финансы, юриспруденция и право, логистика и т.д.

Цель данной работы изучить основные лексическо-грамматические особенности перевода документов в официально-деловой сфере. В данной работе был использован метод сравнительного анализа деловой документации в русском и английском языке.

В процессе работы было проанализировано 10 деловых документов, отобранных из интернет-источников. Мы уделили особое внимание изучению договоров и контрактов. Это помогло получить наиболее точное представление о лексических и грамматических особенностях деловой документации.

Для того чтобы максимально полно раскрыть понятие «официально-деловой стиль», необходимо обратиться к авторам статей, подробно изучающих особенности данного стиля. По мнению Р.Г. Чечет официально-деловой стиль – это стиль, выделяющийся среди других функциональных разновидностей языка своей стабильностью, традиционностью и стандартизованностью [5].

Е.А. Жукова рассматривает понятие официально-делового стиля со стороны распространенности в различных сферах жизни. «Деловой стиль – фундамент взаимоотношения людей в официальных кругах, на работе и бизнесе, в сфере управления трудовыми ресурсами и в сфере правовых отношений» [1].

Перевод официально-деловой документации должен быть точным, ёмким, немногословным, ясным. Помимо этого, текст должен быть грамматически и лексически верным. Основные характеристики официально-деловой документации: ограниченность лексики, обусловленная спецификой документа; точность; нейтральность; безэмоциональность; безличные конструкции. Также нужно отметить четкость выражения мысли и отсутствие субъективных оценок.

Если рассматривать документацию с лексико-семантической стороны, то главной особенностью перевода деловой документации является использование стандартизированной, клишированной лексики или, иначе говоря, шаблонов. Самым оптимальным вариантом перевода клишированных фраз является полная замена английского варианта русским. Рассмотрим несколько примеров.

Мы ссылаемся на ваше письмо от 13 Мая. – We refer to your letter of May 13;

Я ценю Ваш быстрый ответ – I appreciate your prompt reply.

На первый взгляд наличие клишированных фраз в документе можно рассматривать как некое ограничение для переводчика, однако, на следующем примере мы рассмотрим, как разнообразные клише могут передать смысл одной и той же фразы «*Ниже прилагается*» / «*К письму прилагается*».

Please, find enclosed;

You will find enclosed;

Attached to this letter you will find;

I enclose herewith;

Кроме этого, важными элементами любой деловой документации являются аббревиатуры и сокращения. Они помогают сократить и упростить текст официально-делового документа.

G.M – General Manager – генеральный директор;
fact. – factory – завод, фабрика;
approx. – approximately;
dely. – delivery;
dis. – discount;
E.E. – errors excepted;
gds. – goods;
inc. – including;
Q. – quantity;
S.D. – sea damaged [4].

В каждом проанализированном документе наблюдалось частое использование терминов. Особенностью перевода терминов деловой документации является то, что для каждого из них нужно подобрать в языке перевода эквивалент, наиболее точно отражающий его суть. Использовать этот термин нужно во всем документе, недопустим случай употребления одного термина двумя разными синонимами. Таким образом, если в первый раз мы перевели слово «Дубликат» – «Сору», то мы не можем перевести его далее «Duplicate». Также, если термин в оригинале пишется с заглавной буквы, мы должны придерживаться этого и далее при переводе.

При составлении документа на русском языке, мы привыкли видеть названия компаний в кавычках. Однако, в документации на английском языке кавычки в названиях юридических лиц отсутствуют. При передаче на русский язык мы пишем ООО «Норман», эквивалентом в английском языке будет Norman либо Norman Ltd.

Говоря о грамматическом аспекте перевода деловой документации, необходимо отметить следующие особенности. Одной из особенностей, прослеживающийся во всей документации, является выражение долженствования с помощью модального глагола «should». В русском языке будет использоваться глагол «должен».

*Sellers **should** predict the risks.* – Продавцы должны прогнозировать риски;

*The amount **should** beat least 30,000* – Сумма должна быть не меньше 30.000;

*Damaged goods **should** be replaced* – Поврежденные товары должны быть заменены.

Помимо этого, долженствование может выражаться сочетанием «to be obliged to» – быть обязанным что-то сделать.

*Shareholders **are obliged to** be responsible for their share in the company.* – Акционеры обязаны нести ответственность за свою долю в компании.

Использование условных предложений – частое явление в деловой документации. Кроме того, они могут отличаться от привычных предложений с «if». В таких предложениях будет использоваться обратный порядок слов или инверсия. В контексте условного предложения инверсия меняет его значение: указывает на меньшую вероятность совершения этого действия.

Should we do not receive a response, we will cancel the event — Если мы не получим ответ, мы отменим мероприятие.

Часто можно наблюдать использование в простом предложении формы would + infinitive, выражающее действия возможное при определенных условиях.

«I would be glad to cooperate with your company» — Я был бы рад сотрудничать с вашей компанией.

Лексико-грамматические особенности перевода деловой документации — обширная и многогранная тема. Она требует не только знаний лексической составляющей языка, но и глубоких фоновых знаний, профессиональных умений и эрудиции в самых разнообразных аспектах. Главное в переводе официально-деловой документации то, что перевод должен быть точным, немногословным, ясным. Необходимо знать и использовать клишированную лексику, аббревиатуры, сокращения. Помимо этого, текст перевода должен соответствовать стилистике, быть грамматически и лексически верным.

Список использованных источников

1. Жукова, Е.А. Особенности официально-делового стиля / Е. А. Жукова // Вестник МИТУ – МАСИ № 1 / 2018. – М. : МИТУ – МАСИ, 2008. – С. 65-66.

2. Лазарев В.А. Особенности перевода официально-деловой документации / В.А. Лазарев, А.И. Чигвинцева // Приволжский научный вестник. – РнД. : Южный федеральный университет, 2016. – 114 с.
3. Сдобников, В.В. Начальный курс коммерческого перевода. Английский язык / В.В. Сдобников, А.В. Селяев, С.Н. Чекунова; под общ. Ред. М.П. Ивашкина. –М. : АСТ: Восток-Запад, 2006. – 192 с.
4. Слепович, В.С. Деловой английский язык. Business English : учеб. пособие / В. С. Слепович. – 7-е изд. – М. :ТетраСистемс, 2012. – 272 с.
5. Чечет, Р.Г. Официально-деловой стиль / Р. Г. Чечет // Филолог: научно-популярное издание для молодежи: сборник материалов для учащихся. – Мн.: НИО, 2008. – Мн. : НИО, 2008. – С. 44-48.

УДК 81'3

МЕНЮ ЗАВЕДЕНИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОРОДА ПИНСКА КАК ВИД КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

К.Д. Бех, 3 курс

Научный руководитель – **Н.Н. Базар**, к.фил.н.

Полесский государственный университет

В современном мире используются разные способы передачи информации, среди которых доминирующим является текст. Данные тексты не ограничиваются только набором связанных между собой слов и предложений. Их авторы прибегают к использованию компонентов различных семиотических систем как для дополнения сказанного в тексте, так и для передачи полностью новой и самостоятельной информации. Такое явление получило название «креолизация», а тексты, которые сочетают в себе элементы вербальной и невербальной систем – «креолизованные тексты».

Актуальность исследования обусловлена большой распространенностью креолизованных текстов, в том числе в общественных местах. Объектом исследования выступают креолизованные тексты в меню заведений общественного питания города Пинска. Целью работы является изучение креолизованных текстов в меню заведений общественного питания. Задачи исследования – ознакомиться с меню заведений общественного питания города Пинска; найти в их меню элементы креолизации; определить, какую роль креолизованные тексты играют в меню данных заведений.

Изучение креолизации как явления началось сравнительно недавно. Одни из первых исследователей данного явления – лингвисты Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов. Они считали, что креолизованными следует называть тексты, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей» [2, с. 181], т.е. тексты, состоящие из разнородных элементов. Доктор филологических наук Е.Е. Анисимова в одной из работ указала, что в «речевом общении креолизованный текст предстает сложным текстовым образованием, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [1, с. 18]. Отсюда следует, что основная функция креолизации – воздействие на получателя информации. Чаще всего данная функция проявляет себя в рекламе.

Невербальные элементы активно используются на рекламных баннерах, в газетах и журналах, на интернет-страницах и в социальных сетях. Все они усиливают внимание аудитории к товару или услуге, ведь внимание покупателя проще завоевать через связанное изображение, чем простым текстом на стандартном фоне. Помимо изображений, применяются и другие средства. Например, звуковое сопровождение или даже определенные запахи, как например, в ресторанах, что может передать посетителю информацию о том, что именно здесь готовят, или побудить его зайти внутрь. Активно креолизация используется в меню заведений общественного питания. Дополнение текста изображениями и определенными знаками, а иногда их отсутствие не только снабжает посетителя дополнительной информацией, но и помогает выделиться среди других таких же заведений питания и заинтересовать потенциального потребителя.

Нами изучено меню столовых учреждения образования «Полесский государственный университет». Оформление меню оказалось простым: на белом листе указаны названия блюд, их вес и стоимость. Отсутствие дополнительных элементов может быть обусловлено тем, что все готовые блюда уже размещены на прилавках столовых. Важной является ещё одна особенность: основную массу посетителей составляют студенты. Во время перерывов не всегда много времени, поэтому молодым людям проще ориентироваться на готовый вариант, который находится на виду. Исходя

из этого, минимальная креолизация в данном случае обоснована отсутствием необходимости в ней для целевой аудитории.

Также рассмотрено меню кофейни «Пачастунак» [3]. Меню в сравнении с вышеуказанными столовыми более разнообразное. Помимо названия и цены, указан также и состав блюд. Шрифт крупный и ровный. Отдельные карточки содержат цветное изображение на черном фоне с ярким описанием состава. Цены на данные блюда, соответственно, выше остальных. В данном случае креолизация служит для выделения одних блюд среди перечня других для привлечения большего внимания.

Каждая позиция меню сети ресторанов быстрого питания «KFC» [4] сопровождается красочной фотографией продукта. Цветное изображение товара демонстрируется на белом фоне, чем притягивает всё внимание на себя. Описания распространены оборотами и однородными членами, чаще всего – именами прилагательными. В описаниях содержится большое количество восклицательных знаков. Шрифт наклонный, черного цвета на белом фоне. Цена указана под описанием, размещена на ярком и притягивающем взгляд красном фоне меньшим шрифтом. Наиболее привлекательные акции расположены выше. Для их оформления использован более крупный и прямой жирный шрифт. Это делает описание насыщенным, создается впечатление, что оно как бы побуждает целевую аудиторию быстрее попробовать новый продукт.

Креолизованные тексты используются в меню ресторана «Бона Сфорца» [5]. Карточка блюда содержит его фотографию и текст. Снимок выполнен на сером фоне, деталей – минимум. Текст содержит только название блюда. Слева от названия указан вес блюда. Шрифт использован прямой, максимально простой, черный на сером фоне. Вес указан сразу после названия, более мелким шрифтом и менее ярким цветом. Ниже указана цена блюда черным цветом жирным шрифтом на белом фоне. Куда интереснее выглядит меню внутри ресторана: фотографии блюд отсутствуют, указаны только названия, нет описания. Весь текст выполнен простым шрифтом на сером фоне, дополнительные детали отсутствуют. Лаконичность придает более высокий статус, что рассказывает посетителям о более высоком качестве питания и обслуживания именно в этом заведении. Между разными группами блюд встречаются абзацы, в которых указана дополнительная информация о данной категории блюд. Присутствует описание с большим количеством дополнений и определений, используется комбинация кириллического и латинского письма. Это также может говорить о более высоком статусе ресторана и, соответственно, о более высоком качестве обслуживания.

Таким образом, на основании изученного меню заведений общественного питания города Пинска можно сделать вывод, что разные заведения используют различные элементы креолизации в меню. Одни заведения, такие как «KFC» выбирают красочные элементы для привлечения большего внимания к себе и к отдельным акциям. Другие, например, «Бона Сфорца», используют незначительное количество элементов для большей лаконичности и чаще обращаются к уникальным шрифтам и цветам, что также способствует привлечению внимания к себе и выделению среди конкурирующих заведений, а также в качестве способа сообщить о более высоком статусе и качестве блюд по сравнению с другими. Заведения более низкой ценовой категории, такие как столовые Полесского государственного университета, практически не используют креолизацию ввиду отсутствия необходимости в ней.

Список использованных источников

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов / Е.Е. Анисимова. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.
2. Сорокин, Ю.А., Тарасов, Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М.: Высшая школа, 1990. – С. 180–186.
3. Полесский государственный университет. Перечень объектов общественного питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.polesu.by/перечень-объектов>. – Дата доступа: 01.04.2024.
4. Сервис «Яндекс Карты». Пачастунак, кафе, Пинск, ул. Сергея Кирова, 29 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://yandex.by/maps/org/pachastunak>. – Дата доступа: 01.04.2024.
5. KFC.BY – Официальный сайт KFC в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kfc.by>. – Дата доступа: 31.03.2024.

УДК 008

ВЛИЯНИЕ СТЕРЕОТИПОВ НА МЕЖКУЛЬТУРНУЮ КОММУНИКАЦИЮ

К.И. Вабшевич, Е.С. Доморад, 4 курс

Научный руководитель – **М.Л. Шульга**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В условиях все более тесной связи между различными странами мира, усиления миграционных потоков и глобализации, тема межкультурных коммуникаций становится все более актуальной.

Межкультурная коммуникация предполагает взаимодействие людей, принадлежащих к разным культурам и имеющих разные системы ценностей, верований и моделей поведения. Эффективность такого взаимодействия во многом зависит от того, насколько партнеры по коммуникации способны понять и принять культурные особенности друг друга. На практике это часто оказывается затруднительным из-за влияния устойчивых стереотипов.

Существует множество определений стереотипа, но в целом его можно обобщить до понимания, представленного американским социологом У. Липпманом: «упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки мира» в сознании человека». [1, с. 6].

Известный исследователь У. Квастхофф признал в стереотипах вербальное выражение определенного убеждения, воздействие которого ориентировано на конкретные социальные группы или / и человека [2, с. 16].

Несколько отличное мнение высказывают Р. Берглер и Б. Сикс, рассматривая стереотипы в виде устойчивых, распространенных и ошибочных когнитивных формул, используемых людьми с целью облегчения решения повседневных задач, представленных в виде сформированных человеком убеждений как привычных для его знаний [4, с. 21].

Стереотипы сложны по своей природе. На них оказывают влияние психологические, социокультурные, социолингвистические и геополитические процессы, что делает изучение стереотипов актуальным для исследования. Стереотипы формируются в процессе социализации через взаимодействие с семьей, коллегами, СМИ и другими агентами культуры и возникают из социальной категоризации.

Стереотипизация - это неизбежный и даже необходимый процесс, поскольку стереотипы выполняют ряд функций, важных для межкультурной коммуникации: передают косвенную информацию о культуре, дают первоначальные ориентиры в незнакомых культуре и социуме, помогают поддерживать позитивную идентичность собственной группы [5, с. 32].

Наши стереотипные представления о социальной группе связаны с нашими чувствами, отношением и поведением по отношению к ней. Стереотипы уменьшают неопределенность в процессе коммуникации и повышают нашу уверенность в прогнозировании поведения незнакомцев. Однако, опираясь на стереотипы, мы зачастую переоцениваем общие черты определенной группы, упускаем из виду индивидуальные различия, причем делаем это автоматически, не задумываясь.

Нередко люди не осознают, что они имеют стереотипные представления о других культурах, поскольку эти представления могут быть глубоко вложены в наше подсознание и восприниматься как нечто естественное.

Рассмотрим основные компоненты стереотипов:

1. Рациональные (когнитивные) компоненты – оценочные высказывания, которые мы делаем о членах других культур. Например, мы можем сказать: "Арабы вспыльчивы". Это типичный пример рационального стереотипа, который основан на культурных стереотипах и предрассудках, а не на фактических наблюдениях о поведении отдельных индивидов.

2. Изобразительные компоненты – компоненты, которые существуют в нашем воображении в виде обобщающих образов о культурных атрибутах и образе жизни представителей различных наций. Эти образы часто формируются на основе медиа, литературы или других культурных источников и могут сильно отличаться от реальных людей. Например, "Типичный француз – это человек в берете, с багетом в руках, пьет вино."

3. Эмоциональные компонент – компоненты, связанные с эмоциями, которые мы испытываем по отношению к другим культурам и национальностям. Например, существует распространенное представление о том, что американцы всегда уверены в себе и амбициозны. Этот стереотип может вызывать положительные эмоции у тех, кто ассоциирует такие качества с активным образом жизни и стремлением к успеху. Однако у других людей эти же качества могут вызывать отрицательные эмоции, поскольку они видят в них проявление эгоцентризма или чрезмерной уверенности в себе.

В целом, стереотипы складываются на основе определенных общих черт, которые могут быть реальными или вымышленными, негативными или положительными. Стереотипы могут быть основаны на некоторой правде, но они не являются универсальными и не должны использоваться для обобщения всей культуры или группы людей, так как могут привести к ошибочным суждениям и повлиять на межкультурную коммуникацию.

Выделяют следующие причины, по которым стереотипы могут препятствовать межкультурной коммуникации. Во-первых, за стереотипами не удается выявить индивидуальные характеристики людей. Стереотипизация предполагает, что все члены группы имеют одинаковые черты. Такой подход применяется ко всей группе и к отдельному индивиду на протяжении определенного промежутка времени, несмотря на индивидуальные вариации. Примером может послужить отношение американских менеджеров к своим азиатским коллегам, которые часто воспринимаются как недостаточно настойчивые и не обладающие лидерскими качествами. Подобно этому, израильтяне часто считают индийских бизнесменов ненадежными и не предоставляющими точную информацию. Аналогично, иностранные студенты часто воспринимаются как аутсайдеры и люди с пассивным и замкнутым стилем общения.

Во-вторых, стереотипы повторяют и усиливают определенные убеждения и верования до тех пор, пока люди не начинают их принимать за правду. Один из примеров – это инцидент в США, когда два азиатских американца были атакованы на улице из-за стереотипов о том, что они якобы распространяют коронавирус. Этот инцидент произошел после того, как некоторые политические деятели и СМИ начали использовать термин «китайский вирус» в отношении COVID-19 [3]. Использование такой формулировки и распространение стереотипов о том, что азиаты могут быть источником распространения вируса, привело к тому, что некоторые люди начали воспринимать азиатов как угрозу. Этот инцидент показывает, как стереотипы могут привести к недопониманию и дискриминации, а также к физической опасности для людей, на которых направлены эти стереотипы.

В-третьих, стереотипы основываются на полуправде и искажениях. То есть имея в себе реальные характеристики стереотипизируемой группы, стереотипы искажают действительность, и дают неточные представления о людях, с которыми мы взаимодействуем. Так, например, в западной культуре существует стереотип о том, что все китайцы обладают выдающимися математическими способностями. Хотя в Китае действительно существует акцент на обучении математике, это искажает реальность, так как не все китайцы обладают подобными навыками. Этот стереотип может привести к недопониманию и преувеличенным ожиданиям при взаимодействии с китайцами в образовательной или профессиональной сферах.

Подводя итоги, можно отметить, что влияние стереотипов на межкультурную коммуникацию является значительным и комплексным. Стереотипы прочно вошли в систему человеческих ценностей, являются ее частью, и представляют собой защиту наших позиций в обществе. Это свидетельствует, что нет людей, свободных от стереотипов. Однако, для успешного функционирования в многонациональном обществе необходимо развивать умение преодолевать стереотипизированное восприятие культурных особенностей. Это может способствовать более глубокому пониманию и уважению к различиям между культурами, что, в свою очередь, содействует процессам интеграции и гармоничного сосуществования в современном поликультурном обществе.

Список использованных источников

1. Lippmann W. Public Opinion / W. Lippmann. – New York : Free Press bks., 1997. – 292 p.
2. Furnham A. Social difficulty in a foreign culture an empirical analysis of culture shock // Cultures in Contact: Studies in Cross-Cultural Interaction / A. Furnham, S. Bochner. – Oxford : Macmillan Heinemann, 1982. – 372 p.

3. Two Asian American women stabbed in San Francisco amid spate of anti-Asian attacks [Digital resource]. – URL : <https://edition.cnn.com> (date of the application 25.03.2024).

4. Берглер Р. Стереотипы и предрассудки: справочник по социальной психологии / Р. Берглер, Б. Сикс. – М. : Наука, 1972. – 174 с.

5. Попков В.Д. Стереотипы и предрассудки: их влияние на процесс межкультурной коммуникации // Социально-антропологические исследования / В. Д. Попков. – М. : Наука, 2002. – 279 с.

УДК 81.25

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИГРЫ СЛОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА «ДРУЗЬЯ»)

У.А. Васильева, 4 курс

Научный руководитель – **Е.Б. Греф**, старший преподаватель

Псковский государственный университет

Ситком, или комедийный сериал, является одним из видов кинодискурса, в котором вербальная составляющая содержания неразрывно связана с визуальной, образуя цельное семиотическое пространство [1, с. 13]. Из этого следует, что при переводе реплик персонажей ситкома важно воспринимать кинофразу как один из важнейших элементов кинотекста, погруженного в контекст соответствующего видеоряда.

Следующей особенностью перевода текста ситкома является внимание к основной задаче кинодискурса – воздействию на реципиента. Согласно данному критерию, переводчик должен стремиться к соблюдению культурного, эмотивного и содержательного аспекта в тексте перевода. Так, характерной особенностью ситкома является закадровый смех, следовательно, переводчику необходимо адаптировать исходный текст таким образом, чтобы видеофрагмент, вызывал смех и у иностранного зрителя [2, с. 3].

Ситком представляет собой жанр телевизионной комедии, в которой, с целью создания комического эффекта, часто используется игра слов, или каламбур. Передача игры слов при переводе телевизионных сериалов с английского языка на русский является одной из наиболее актуальных переводческих проблем.

Каламбур является средством, основанным на реализации двух хорошо известных значений слова или фразы. По мнению В.С. Виноградова, каламбур реализует комический эффект базируясь на полисемии, омонимии, паронимии и модификации фразеологических оборотов. Функции каламбура очень ёмко описаны В. З. Санниковым: «в каламбурной упаковке грубая непристойность становится допустимой шалостью, старомодная назидательность – мудростью, тривиальность – любопытным соображением и, наконец, откровенная чушь – загадочным глубокомыслием» [3, с. 59].

Существуют различные способы передачи каламбура с исходного языка на переводящий. Передача игры слов подразумевает возможность использования различных переводческих трансформаций, необходимых для достижения адекватного перевода. Согласно классификации Л.С. Бархударова, можно выделить четыре типа переводческих трансформаций: добавления, опущения, перестановки и замены. К заменам относятся такие приемы, как *конкретизация, генерализация, антонимический перевод, модуляция, компенсация, прием смыслового развития и целостного переосмысления* [4, с. 194–220].

Перевод каламбуров, как отмечает В.С. Виноградов, является достаточно узкоспециальным переводческим вопросом, требующим особого подхода [5, 199]. Когда переводчик имеет дело с каламбуром, основанном на омонимии, он имеет право не привязываться к семантическому аспекту исходного каламбура. В таком случае переводческая работа сводится к подбору подходящего слова, которое будет созвучно основанию (опорному компоненту) каламбура и способствовать сохранению комического эффекта высказывания. Однако подбор нужного слова не всегда является возможным. В таком случае переводчик может прибегнуть к более сложному приему – словотворчеству, созданию переводческого неологизма, окказионального слова. Для этого переводчики, как правило, подбирают какой-либо подходящий корень или основу слова, дополняя его прочими морфемами для достижения каламбурного созвучия. При этом значение выбранного корня должно

быть легко определяемым, поскольку составит основу для смысловой игры внутри каламбура [5, с. 202–203].

Рассмотрим примеры перевода каламбура из сериала «Друзья».

Довольно часто допускается потеря каламбура вследствие использования при переводе приема целостного переосмысления. Например:

*We're like The Three **Hockey-teers**, you know?* [6]

Мы всегда вместе ходим, особенно на хоккей! [7]

Каламбур в данном примере основан на словотворчестве с отсылкой к произведению А. Дюма «Три мушкетера» («The Three Musketeers»). При переводе семантика высказывания сохраняется, но происходят потери в плане аллюзивности, и, как следствие, производимый в исходном тексте комический эффект нейтрализуется.

Анализ способов перевода каламбура в ситкоме «Друзья» показал, что зачастую в переводе РТР игра слов не сохраняется, акцент делается на передаче общего семантического аспекта. Однако, при таком подходе комический эффект нейтрализуется и перевод сложно признать адекватным, так как происходит рассинхронизация текста перевода с коммуникативной интенцией говорящего.

Однако, были выявлены и примеры адекватного перевода игры слов, построенной на словотворчестве. Например:

No, I'm just gonna help him, you know, get "de-Ursula-ized" [6].

Нет, я просто хочу произвести "деурсулизацию" [7].

Каламбур «de-Ursula-ized» – «деурсулизация» описывает процесс помощи одному из героев забыть о девушке по имени Урсула (Ursula). Он построен на создании окказионального слова посредством добавления к имени собственному соответствующих морфем.

Рассмотрим еще один похожий пример:

*Hey, you're a **cheap-a-saurus!*** [6]

*Э, да ты **скупозавр!*** [7]

Данный перевод также является эквивалентным и точно отображает не только исходную форму, но и семантику.

Далее рассмотрим перевод каламбура, основанного на полисемии компонентов:

– *We should take a **trip!***

– *I don't think we need to, because you're **tripping** me out right now* [6].

– *Мы должны куда-нибудь **поехать!***

– *В этом нет необходимости, у меня и так уже **крыша от тебя едет*** [7].

Данная игра слов основана на полисемии лексической единицы *trip* (*a trip* - поездка; *to trip* – сбивать с толку). Переводчику удалось подобрать подходящую аналогичную пару, семантически близкую к компонентам исходного каламбура (*поехать* – в значении путешествия; *едет крыша* – сходить с ума от чего-либо). Коммуникативный эффект высказывания при переводе сохранен в полном объеме.

Однако, перевод каламбуров не всегда связан с кропотливым подбором подходящих аналогов для его компонентов. Например:

– *So you need a dentist? I've got a good one.*

– *Thanks, I have got a good one too. I just **can't see him.***

– *That is the problem with **invisible** dentists* [6].

– *Тебе нужен дантист? Я знаю хорошего.*

– *Нет, спасибо. Я сама хорошего знаю, только **видеть его не могу!***

– *Никогда не обращай к **невидимым** дантистам* [7].

В данном примере при переводе были использованы эквивалентные соответствия для компонентов каламбура, поскольку их грамматическая и семантическая роль совпадает с единицами исходного текста, не разрушая структуру и семантику игры слов.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что, задача переводчика каламбура осложняется необходимостью передачи не только содержания и формы, но и комического эффекта высказывания. Поэтому очень часто потери при переводе данного стилистического средства оказываются неизбежны. Такой перевод требует не только профессиональных навыков, но и творческой предрасположенности переводчика. Вместе с тем, важно понимать, что перевод

кинодискурса является комплексным процессом, сопряженным с необходимостью достигать соответствия текста перевода не только нормам переводящего языка, но и коммуникативной ситуации, визуальному окружению кинотекста.

Список использованных источников

1. Слышкин, Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа): монография / Г.Г. Слышкин, М.А.Ефремова. — М.: Водолей Publishers, 2004. — 153с.
2. Давыдкина, Н.С. Гармоничный перевод в кинодискурсе как залог успеха продукта иностранного кинематографа среди носителей другого языка / Н.С. Давыдкина, В.А.Фенская; Перм.гос. гум.-пед. ун-т.// Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. — 2014. — № 19. — С. 22-27.
3. Санников, В.З. Каламбур как семантический феномен / В.З. Санников // Вопросы языкознания. — 1995. — № 3. — С. 56-69.
4. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. — М., «Междунар. отношения», 1975. — 240 с.
5. Виноградов, В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. — М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. — 224 с.
6. Sitcom Friends [Электронный Ресурс]: ling.online — Электрон. Дан. — М., 2017. — Режим доступа: <https://engvideo.net/en/serials/Friends/> (Дата обращения: 04.04.2024).
7. Сериал “Друзья” [Электронный ресурс]: TVkrash — Электрон. дан. — М. — Режим доступа: https://tvv.b3serial.xyz/serialy/7530-druzya_online-3.html (Дата обращения: 04.04.2024).

УДК 811.111

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА АТРИБУТИВНЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

А.Д. Васинкевич, 4 курс

Научный руководитель — **Ю.В. Корженевич**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Атрибутивные конструкции представляют собой один из наиболее распространенных типов свободных словосочетаний в современном английском языке.

Г.Б. Язкычев рассматривает атрибутивные (определительные) словосочетания как словосочетания, в которых зависимое слово является определением главного слова. Такие конструкции всегда указывают на отношения, которые существуют между предметом и его признаком, или атрибутом [3, с. 138].

Актуальность данной работы заключается в том, что перевод атрибутивных словосочетаний является одной из наиболее сложных задач в переводческой практике. Атрибутивные словосочетания, в особенности те, что представлены в англоязычном экономическом дискурсе, могут вызывать определенные переводческие трудности, и требуют от переводчика как знания структурно-семантических особенностей, так и большой интеллектуальной работы.

Цель исследования — выявить специфику перевода атрибутивных словосочетаний в англоязычном экономическом дискурсе.

Объектом исследования являются атрибутивные словосочетания в англоязычном экономическом дискурсе, а предметом — особенности перевода таких словосочетаний на русский язык.

По мнению В.Е. Чернявской, экономический дискурс — это система текстов, объединенных единой темой, возникающая в процессе коммуникации в области экономики под воздействием различных факторов (экстралингвистических, прагматических, социокультурных и других) [1, с. 152].

В экономическом дискурсе атрибутивные словосочетания играют особую роль, так как они содержат специфическую терминологию, которая может быть непонятна для носителей других языков. Поэтому, переводчики, работающие в области экономики и финансов, должны иметь хорошее знание английского языка и понимать специфику перевода атрибутивных словосочетаний.

Согласно И.И. Юдиной, по своей структуре атрибутивные конструкции разделяются на три группы: препозитивные, постпозитивные и так называемые смешанные конструкции [2, с. 65].

Рассмотрим каждую из этих групп на примерах из англоязычных экономических СМИ и выявим особенности их перевода на русский язык.

При переводе препозитивной группы, необходимо применение различных переводческих приемов, таких как:

1) добавление (например: *capital gains tax* – налог на прирост капитала [5]; *trade deficit* – дефицит торгового баланса [7]);

2) замена формы слова (например: *consumer price index* – индекс потребительских цен – замена формы слова “*price*” единственного числа на форму слова “*цен*” множественного числа [8]);

3) конкретизация (например: *inflation figure* – уровень инфляции – приём конкретизации, так как многозначное слово “*figure*” переводится словом “уровень” в более узком значении [9]).

Анализ постпозитивных атрибутивных словосочетаний и их перевода показывает, что такой тип принято переводить приёмом калькирования.

Рассмотрим данную группу на примерах в предложениях:

The litany of troubles is familiar. — *litany of troubles* — перечень проблем — линейный перевод, приём конкретизации [5].

We expect the economy to continue to stagnate for the rest of the year but there is a growing risk of a recession towards the end of this year or early 2024. — *risk of a recession* — риск рецессии — приём калькирования [7].

Далее рассмотрим смешанную группу атрибутивных словосочетаний:

*On Wednesday, Mr Hunt will put **boosting long-term economic growth** at the heart of his Autumn Statement, potentially the second-last fiscal event before the next general election.* — *boosting long-term economic growth* — стимулирование долгосрочного экономического роста — линейный перевод с приёмом генерализации [9].

*If the Cape Breton Regional Municipality wants to foster **the growth of the creative economy**, it should take steps including creating a new co-ordinator position and establishing a creative economy fund, a consultant has said.* — *the growth of the creative economy* — рост креативной экономики — линейный перевод с приёмом калькирования [6].

При анализе смешанной группы атрибутивных словосочетаний было выявлено, что основными приёмами перевода данных словосочетаний являются конкретизация и калькирование. Например: *Friday’s retail sales figures* — данные по розничным продажам за пятницу — смешанный перевод с приёмом конкретизации и добавления [4]. В данном примере используется приём конкретизации, так как английское слово “*figures*” в широком значении мы заменяем на русское слово “данные” в узком значении.

В ходе анализа перевода отобранных нами примеров атрибутивных словосочетаний были выявлены самые распространённые способы перевода таких словосочетаний в экономических текстах: калькирование – 30%, приём добавления – 25%, приём замены формы – 13%, конкретизация – 9%.

Очевидно, что достижение адекватного перевода атрибутивных словосочетаний в англоязычном экономическом дискурсе требует использования различных приемов и трансформаций для передачи смысловой нагрузки и контекстуальной информации.

Таким образом, мы пришли к выводу, что самыми часто употребляемыми способами перевода препозитивных атрибутивных словосочетаний являются приёмы добавления, замены формы, конкретизации и калькирования. Постпозитивные атрибутивные словосочетания чаще всего переводятся приёмом калькирования, а смешанные атрибутивные словосочетания – с применением конкретизации и калькирования.

В результате проведенного анализа становится очевидным, что перевод атрибутивного словосочетания с английского языка на русский требует глубокого понимания контекста и требует разработки различных приемов и преобразований. Это позволяет поддерживать семантические отношения и передавать информацию об отношениях между существительными в дискурсе экономических отношений.

Список использованных источников

1. Чернявская, В.И. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса / В.И. Чернявская. – 6-е изд. – Изд-во: Флинта, 2020. – 208 с.

2. Юдина, И.И. Структурные особенности атрибутивных словосочетаний и способы их перевода / И.И. Юдина // Актуальные вопросы гуманитарных наук в современных условиях развития страны. – Санкт-Петербург: Инновационный Центр Развития Образования и Науки, 2018. – С. 57-59.
3. Язкычев, Г.Б. Препозитивные атрибутивные структуры / Г.Б. Язкычев // Инновационные механизмы решения проблем научного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2018. – С. 136-138.
4. Bootle, R. We are finally about to get some good news on the economy / R. Bootle // The Telegraph [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: <https://www.telegraph.co.uk/business/2023/11/12/finally-good-news-economy/>. – Date of access: 03.04.2024.
5. Hayes, S.A. This tiny island could save the British economy – and the Conservative Party / S.A. Hayes // The Telegraph [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: <https://www.telegraph.co.uk/money/tax/isle-of-man-britain-economy-conservative-party-income-tax/>. – Date of access: 03.04.2024.
6. King, N. Creative economy takes centre stage in CBRM / N. King // SaltWire [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: <https://www.saltwire.com/cape-breton/news/creative-economy-takes-centre-stage-in-cbrm-15322/>. – Date of access: 03.04.2024.
7. Lawford, M. Bank of England risks interest rates ‘overdose’ as economy shrinks / M. Lawford // The Telegraph [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: <https://www.telegraph.co.uk/business/2023/09/13/recession-fears-uk-economy-shrinks-july-gdp-figures/>. – Date of access: 03.04.2024.
8. Rugaber, C. What's pushing inflation down? More goods, workers and housing / C. Rugaber // TimesDaily [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: https://www.timesdaily.com/business/whats-pushing-inflation-down-more-goods-workers-and-housing/article_dae18059-4ba5-529f-a31d-7ce79c4e2d92.html. – Date of access: 03.04.2024.
9. Smith, B.R. Jeremy Hunt: The time has come for tax cuts / B.R. Smith // The Telegraph [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2023/11/17/jeremy-hunt-interview-tax-cuts-autumn-statement-2023/>. – Date of access: 03.04.2024.

УДК 82-343.4

**МЕТАФОРИЧЕСКИЕ ВЫРАЖЕНИЯ В СКАЗКЕ «МАЛЕНЬКИЙ ПРИНЦ»
А. ДЕ СЕНТ-ЭКЗЮПЕРИ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ
К СОЦИАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ**

Д.В. Вечёрко, 8 «Г» класс

Научный руководитель – А.В. Володько, учитель

Государственное учреждение образования «Средняя школа № 3 г. Пинска»

Сказка, являясь одним из жанров устного народного творчества или художественной литературы, играет значимую роль в жизни каждого человека, так как она вырабатывает у нас основы коммуникации и поведения, воспитывает нравственные качества.

С познавательной точки зрения особый интерес вызывает философская сказка, так как в ней поднимаются важные жизненные вопросы, над которыми следует основательно подумать, чтобы принять верное решение для плодотворной жизни.

Философская сказка — литературное произведение дидактического характера, имеющее сказочную сюжетную основу, галерею вымышленных героев, определённую морально-нравственную установку [3].

Одной из самых распространённых фигур речи, используемой в философской сказке, является метафора, которая позволяет автору проявить творческое мышление с целью создания определённого образа или явления.

Метафора (от греч. *metaphora* — перенос) – перенос наименования с одного предмета на другой по сходству тех или иных признаков: сходство по форме (змеиная кожа, рыбы глаза); сходство по цвету (цветовая близость) (жемчужный оттенок, коралловые губы); сходство по функции, действию (пробирается луна, локальная сеть); сходство восприятий, ассоциаций, впечатлений (воздушный крем (воздушная пробка), кружится голова (кружится волчок)) [2, с. 21].

Сегодня метафора является одним из самых популярных терминов в лингвистике. Исследователи данного понятия С.Е. Никитина и Н.В. Васильева в одном из своих трудов пишут о том, что «множество теорий на него обрушилось, и при всех расхождениях их объединяет стремление ви-

деть в метафоре один из основополагающих принципов мышления языка и речевой деятельности» [1].

Одним из наиболее ярких и уникальных произведений, насыщенных метафорическими выражениями, является философская сказка А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц».

Мастер слова считал, что дать самое верное понятие какой-либо реалии может только метафорическая единица. Так, например, в культурной памяти человечества А. де Сент-Экзюпери увидел «глубину моря», в яблоке – «маленькую планету», в одиночестве – «пустыню» и т.д.

Уже в самом начале философского произведения, используя свои рисунки, А. де Сент-Экзюпери учит читателя метафорическому пониманию и творческому взгляду на окружающую действительность. Так, например, в обычной шляпе мы должны увидеть фрагмент из жизни джунглей, полной приключений, а в незатейливом ящике – барашка.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в современной действительности существование языка без метафорических выражений сложно представить, поэтому указанный оборот речи вызывает особый интерес со стороны различных наук, целью которых является его анализ, с помощью которого можно конструировать язык. Актуальность работы заключается также в том, что многие учащиеся сталкиваются с проблемами в ходе интерпретации текста, содержащего метафорические выражения. Однако, несмотря на большое количество научных работ, до сих пор остается недостаточно выясненным вопрос использования метафорических выражений как средства понимания социальных проблем, поднятых в сказке «Маленький принц» А. де Сент-Экзюпери.

Мы считаем, что метафорические выражения, используемые в сказке «Маленький принц» А. де Сент-Экзюпери, являются важнейшим средством привлечения внимания к социальным проблемам, что явилось **гипотезой** нашей работы.

Объектом исследования является сказка «Маленький принц» А. де Сент-Экзюпери. **Предмет исследования** – метафорические выражения в сказке «Маленький принц» как способ привлечения внимания к социальным проблемам.

Целью нашей работы явилось рассмотрение, анализ и выявление закономерностей метафорических выражений в сказке «Маленький принц» А. де Сент-Экзюпери, которые активно используются для привлечения внимания к проблемам общества.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

- 1) проанализировать основные теоретические источники по исследуемой проблеме;
- 2) интерпретировать метафорические выражения;
- 3) распределить по группам метафорические выражения как средство привлечения внимания к социальным проблемам;
- 4) создать иллюстрированный сборник философских сказок с использованием метафорических выражений из сказки «Маленький принц» А. де Сент-Экзюпери, общепринятых поэтических метафор, индивидуальных (авторских) метафор.

Практическая значимость исследования заключается в привлечении внимания общественности к важности сохранения жизненных ценностей.

В ходе анализа метафорических выражений мы пришли к следующим **выводам**:

- 1) философские сказки необходимы в современном обществе, так как они помогают выбрать правильный ориентир в жизни, способствуют нравственному развитию;
- 2) метафора является мощнейшим орудием выразительности для описания различных предметов и явлений, ключом к пониманию многих социальных проблем;
- 3) разгадывание метафорических выражений привлекает внимание к актуальным общественным проблемам, а также способствует более глубокому пониманию художественного произведения;
- 4) главенствующее место в структуре сказки «Маленький принц» занимают не проблемы, поднятые в произведении, а метафорический стиль преподнесения этих проблем;
- 5) через метафорические выражения А. де Сент-Экзюпери затронул в сказке такие глобальные социальные проблемы, как ответственность, раскрытие таланта, одиночество, смысл жизни, любовь, взаимоотношения.

На основании полученных выводов нами был создан иллюстрированный сборник философских сказок с использованием метафорических выражений из сказки «Маленький принц» (смотрел во

все глаза; догнать его душу; страна слёз; погрузился в созерцание; раздуться в гордости; зорко одно лишь сердце), общепринятых поэтических метафор (бездонное небо; стена непонимания; ручеёк жизни), а также индивидуальных (авторских) метафор (радуга жизни; путь к радуге; остров одиночества; ступенька неизвестности; дуга любви; ступенька дуги; пояс радуги; улыбка дождя; радужное приключение; косы трав), которые использовались в целях привлечения внимания к социальным проблемам.

Философские сказки, составленные нами, написаны, в первую очередь, для подрастающего поколения, а также для взрослых. Основная цель сборника – привлечение внимания к необходимости правильного выбора моральных и этических ценностей, осознания своей ответственности в свободе нравственного выбора.

Материалы исследовательской работы могут быть использованы в беседах, посвящённых нравственному и эстетическому развитию адресата, в социальных сетях, на страницах блога, на платформах для размещения и просмотра видеоконтента с целью определения (осознания/переосмысления) жизненных ценностей.

Список использованных источников

1. Никитина, С.Е., Васильева, Н.В. Экспериментальный системный толковый словарь стилистических терминов / С.Е.Никитина, Н.В.Васильева. – М., 1996. – 94 с.
2. Ткачева, Т.Л. Русский язык в таблицах и тестах: пособие для учащихся учреждений общ. средн. образования с белорусск. и русск. яз. обучения / Т.Л.Ткачева. – Минск: Аверсэв, 2017. – 575 с.
3. Жанровые особенности философской сказки [Электронный ресурс]. – 2020. — Режим доступа: <https://dspace.enu.kz/jspui/bitstream/data/16979/1/ЖАНРОВЫЕ%20ОСОБЕННОСТИ%20ФИЛОСОФСКОЙ%20СКАЗКИ.pdf>– Дата доступа: 05.10.2023.

УДК 811

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА МОДАЛЬНЫХ ГЛАГОЛОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ВЫСКАЗЫВАНИЯ НА РУССКИЙ ЯЗЫК НА ПРИМЕРЕ ЖАНРА ИНТЕРВЬЮ

А.А. Деканчук, 4 курс

Научный руководитель – **Л.Н. Селюжицкая**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Понятие модальности со второй половины XX столетия являлось той категорией, о которой спорили многие лингвисты, прежде чем дать четкое определение ее языковой природе. Данная проблема имеет существенное значение для лингвистики, так как категория модальности включается в число наиболее важных языковых характеристик предложения и рассматривается в качестве основного признака суждения как формы мышления.

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» модальность квалифицируется как «функционально-семантическая категория, выражающая разные виды отношения высказывания к действительности, а также разные виды субъективной квалификации сообщаемого» [1, с. 320].

Модальные глаголы, наряду с модальными словами и модальными конструкциями, в английском языке выражают разновидности модальности высказывания.

К модальным английским глаголам относятся глаголы, которые отражают определенное отношение к действию, содержащемуся в высказывании, будь то полная уверенность, невозможность или желательность: can, could, may, might, will, shall, would, should, ought to, must, need, dare. От других глаголов модальные глаголы отличаются разновидностями значений, иной грамматической конструкцией и местом в предложении, отсутствием непредикативных форм. Этот набор характеристик позволяет модальным глаголам занять особое место в структуре языка.

В жанре англоязычного интервью используются модальные глаголы разных категорий. В зависимости от ситуаций в ходе беседы они могут выражать разные оттенки значений, которые, соответственно, разными способами передаются на русский язык.

Интервью – один из наиболее распространенных жанров в современной журналистике, который широко используется в англоязычной среде. Англоязычное интервью отличает, с одной стороны, стремление придать коммуникации черты повседневного диалога, а с другой, использование журналистами различных стилистических и риторических средств для оказания воздействия на

речевое поведение интервьюируемого и снижение вероятности его уклонения от ответа на заданный вопрос [2, с. 117].

Так как модальность имеет несколько разновидностей значений, то при переводе важно передать все заложенные автором смыслы в интервью. В зависимости от того, какая структура используется в англоязычном тексте, на русский язык модальность переводится следующими способами:

1. Подбором русского эквивалента, когда в языке перевода существует слово с аналогичным значением.

2. Если эквивалента нет, то используется замена части речи, например, на существительное, которое передаст значение модального глагола.

3. В некоторых ситуациях при переводе происходит опущение модального глагола, если это существенно не исказит смысл высказывания.

У многих англоязычных модальных структур есть варианты перевода на русский язык, которые чаще всего используются переводчиком [3]. Например, поскольку модальный глагол *must* выражает предположение, которое с большой долей вероятности окажется правдой, то на русский язык данное слова часто переводится как «должно быть, вероятно». Модальные глаголы, которые в английском языке несут значения сомнения и неуверенности, при переводе на русский обычно преобразуются в такие слова, как «маловероятно, с долей сомнений». Пара глаголов *can* и *could* при употреблении со значением неуверенности на русский язык чаще всего передаются словом «неужели», а со значением невозможности словом «не может быть».

Опущение модального глагола при переводе чаще происходит в устойчивых фразах, например: «I must be off. – Мне пора». Глагол *can* обычно опускается в вопросах по типу: «Can you hear me? – Ты меня слышишь?».

На примерах и анализах следующих интервью видно, как даже в пределах одной беседы авторы используют множество значений модальных глаголов, что отражается в процессе перевода.

1. Режиссер Дэвид Линч на премьере его фильма дал интервью репортеру Мэтью Свиту из программы *Sound of Cinema* на BBC Radio 3. Режиссер рассказывает репортеру про то, как проходила его совместная работа с композитором Анджело Бадаламенти:

«Angelo, he *can* do anything, he *can* write any kind of music». – «Анджелло, он *может* создать все, что угодно, он *способен* написать любую музыку» [4].

В этом высказывании Дэвид Линч с помощью модального глагола *can* передает реальность физической способности Анджело Бадаламенти создать музыку любой сложности, ведь режиссер действительно уверен в высоком уровне профессионализма композитора. Поэтому на русский язык модальный глагол *can* передается словами «может, способен».

2. В интервью изданию *The Diplomat-Bucharest* Разван Мокану, менеджер по интернет-проектам компании Orange, рассказывает, что для них важно развивать цифровые услуги в Румынии:

«When talking about smart cities, we *must* first cover the connectivity needs of various solutions». – «Когда мы говорим об умных городах, мы *должны в первую очередь* учитывать потребности в различных средствах связи» [5].

Модальный глагол *must* выражает мнение автора, что для развития умных городов обязательно должны быть созданы подходящие условия. Таким образом, *must* отображает обязательность, нерушимость закона, и в данном случае на русский язык был переведен фразой «должны в первую очередь».

3. Доктор Стэк в интервью *The Maroon* рассказала о своей работе венчурным капиталистом и предпринимателем. Во время учебы в медицинском университете она заинтересовалась венчурным капиталом, о чем говорит следующие слова:

«I often *have to* think about how to conduct experiments and consider whether the results are enough to build a business». – «Мне часто *приходится* думать о том, как проводить эксперименты, и размышлять о том, достаточны ли полученных результатов для построения бизнеса» [6].

Так как доктор Стэк занялась предпринимательством во время учебы в медицинском университете, она рассказывает, что ей приходится совмещать научные экспериментов с ее новой деятельностью. Характер вынужденности передается модальной конструкцией *have to*, выражающей, что собеседнице пришлось так делать из-за натиска обстоятельств. Поэтому в переводе с английского на русский было использовано слово «приходится».

Таким образом, модальные глаголы в английском жанре интервью могут быть переданы на русский язык следующими способами: подбором эквивалента, который будет с таким же смыслом, как в оригинальном тексте, заменой части речи, обычно модальные глаголы передаются наречиями или краткими прилагательными, или, если так позволяет смысл фразы, то происходит опущение. Модальность в английском жанре интервью передает различные оттенки значений, которые заложил во фразу говорящий: полную уверенность, частичную уверенность, сомнения, одобрение или неодобрение, вероятность, возможность, усиление или предположение. При переводе на русский язык предложений, содержащих модальность, эти в оригинале заложенные собеседником моменты сохраняются путем правильного подбора слов, которые способны достоверно передать изначальный смысл фразы.

Список использованных источников

1. Ярцева, В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В.Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. – 709 с.
2. Лукина, М.М. Технология интервью: учеб. пособие для вузов / М.М. Лукина. – 2-е изд., доп. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 192 с.
3. Костюченко, В.Ю. Категория модальности с точки зрения логики и лингвистики: сходства, различия и перспективы синтеза / В.Ю. Костюченко // Журнал Белорусского государственного университета. Филология. 2019. 3. с. 71-82. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://journals.bsu.by/index.php/philology/article/view/281/233>. – Дата доступа: 25.03.2024.
4. Sweet, M. David Lynch interview: 'Even in the so-called dark things, there's beauty' / M. Sweet // BBC Culture [Electronic resource]. – London, 2023. – Mode of access: <https://www.bbc.com/culture/article/20230525-david-lynch-interview-how-the-mulholland-drive-director-worked-with-composer-angelo-badalamenti>. – Date of access: 26.03.2024.
5. Baras, P. Interview Razvan Mocanu, Orange Romania Communications: “We want to develop the area of education and innovation in the IoT domain” / P. Baras // The Diplomat [Electronic resource]. – Bucharest, 2023. – Mode of access: <https://www.thediplomat.ro/2023/11/07/interview-razvan-mocanu-orange-romania-communications-we-want-to-develop-the-area-of-education-and-innovation-in-the-iot-domain/>. – Date of access: 27.03.2024.
6. Caddell, L. Uncommon Interview: Entrepreneur and Investor Dr. Risa Stack / L. Caddell // The Chicago Maroon [Electronic resource]. – Chicago, 2023. – Mode of access: <https://chicagomaroon.com/40577/news/entrepreneur-and-investor-dr-risa-stack-phd-96/>. – Date of access: 27.03.2024.

УДК 81'373.43

ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕРЕВОД НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

А.Д. Джумалиева, 3 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Стремительное развитие технологий за последние несколько лет привело к появлению множества новых терминов, связанных с компьютером, интернетом, искусственным интеллектом и цифровой культурой. Как отмечают исследователи, «люди живут в постоянном движении» [1], и поэтому анализ недавно появившихся слов дает ценное представление о развитии языка.

Цель данной статьи – рассмотреть процесс образования неологизмов, а также варианты и особенности их перевода.

Объектом исследования являются неологизмы в английском языке.

Предмет исследования – особенности образования и перевода неологизмов.

Материалом для исследования послужили 20 статей из англоязычного издания «The Guardian».

В Лингвистическом энциклопедическом словаре дается следующее определение термина «неологизм»: «слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз («окказиональные» слова) в каком-либо тексте или акте речи» [2, с.331]. Лингвисты и лексикографы считают слово неологизмом, если оно еще не успело широко прижиться среди большинства носителей языка. Стоит отметить, что в тоже время оно может быть популярным среди определенной группы/слоя населения.

Многие «новые слова» берут свое начало с того, что мы называем «сленгом». Словарь Merriam-Webster определяет сленг как:

- «язык, свойственный определенной группе»;
- «неформальная, нестандартная лексика, состоящая из штампов, произвольно измененных слов и ... фигур речи» [3].

Согласно Оксфордскому словарю, ярким примером перехода слова из группы «сленг» в группу «неологизм» можно считать слово – *rizz* (риzz), образованное от слова *charisma* (харизма) [4].

При изучении способов образования неологизмов мы в своей работе будем опираться на классификацию, предложенную Луи Гилбертом:

- **Комбинирование:** Объединение двух существующих слов для создания нового термина, например:

1. «**Nanolearning**» – **nano** + **learning** (**нанообучение** - обучение, которое предполагает чтение/просмотр коротких заметок/коротких видео в интернете на интересующую вас тему);

2. «**Meatspace**» – **meat** + **space** (**реальный мир**; термин, используемый для описания физического мира, в отличие от виртуального мира интернета).

- **Смешивание:** Смешивание частей слов для создания нового термина:

1. «**Infodemic**» – **information** + **epidemic** (поток фальшивой и непроверенной информации в условиях какого-то кризиса);

2. «**Phygital**» – **physical** + **digital** (совмещение реальности и виртуальной среды в маркетинге и торговле и т.д.);

3. «**Smishing**» – **SMS** + **phishing** (вид фишинга через SMS).

- **Аффиксация:** Добавление распространенных префиксов и суффиксов к словам:

1. «**Tomemeify**» – **memе** + **-ify** (сделать из чего-либо интернет-мем);

Часто используемые суффиксы: *-ify*, *-ize*, *-esque*, как в «*algorithmicize*» - *алгоритмизировать*, «*gamify*» - *геймификация*, «*TikTok-esque*» - *тиктоковский*.

- **Сокращение:** Сокращение более длинных фраз, например:

1. «**sponson**» от **sponsored content** (*спонсорский контент*);

2. «**in app**» от **in-application** (*в приложении*).

- **Семантические изменения:** Существующие слова приобретают новые значения, связанные с технологией, например:

1. «**troll**» - человекоподобное мифическое существо из скандинавской мифологии / человек, который намеренно оставляет в Интернете раздражающее или оскорбительное сообщение, с целью расстроить кого-то;

2. «**stream**» - поток, струя, ручеек / прямой эфир на интернет-сервисе;

Рассмотрим более подробно на отобранных нами примерах неологизмов из англоязычного издания «The Guardian» основные способы их перевода.

1. **Калькирование**

«The role of Gulf **petrodollars** remains the untold story of the financial crisis...» - пер.: Роль нефтедолларов Персидского залива остается нерассказанной историей финансового кризиса...

В данном примере слово «*petrodollar*» было образовано методом комбинирования, переведено методом калькирования.

2. **Транскрипция и транслитерация.**

«Earlier in the day, the **Nikkei** increased 2.19% to close at 39,098.68 in Tokyo» - пер.: Ранее в течение дня Никкей вырос на 2,19% и остановился на отметке 39 098,68 в Токио.

Nikkei – индекс курсов ценных бумаг на Токийской фондовой бирже.

В данном примере слово «*Nikkei*» было образовано методом сокращения (от *Nikkei 225 Stock Average*), переведено методом транскрипции.

«There is a difference, however, between using creative technologies to make a video more engaging and using them to make a whole platform or user **interface** more engaging» - пер.: Однако есть разница между использованием креативных технологий для того, чтобы сделать видео более увлекательным, и использованием их для того, чтобы сделать более увлекательной всю платформу или пользовательский интерфейс.

В данном примере слово «interface» было образовано методом комбинирования, переведено методом транскрипции.

3. *Описательный перевод.*

«The plan would have terminated the “*open outcry*” trading of the LME, where dealers set daily benchmark prices for industrial metals including copper, aluminium and zinc, by shouting buy and sell orders across the ring in intense five-minute trading sessions during the day» - пер.: План предусматривал прекращение общения, используя выкрики, на LME, где дилеры ежедневно устанавливают базовые цены на промышленные металлы, включая медь, алюминий и цинк, путем подачи заявок на покупку и продажу по всему биржевому фонду в ходе интенсивных пятиминутных торговых сессий в течение дня.

Используя метод калькирования, мы могли бы получить перевод «открытый выкрик». Однако такой перевод не передает смысла данного выражения, исходя из этого уместнее будет использовать описательный перевод: *метод общения между профессионалами на фондовой бирже, который включает в себя выкрики для передачи информации*. В данном примере слово «open outcry» было образовано методом семантического изменения, переведено методом описательного перевода.

4. *Поиск эквивалента.*

«With some commentators predicting the Bank of England may begin lowering interest rates this summer, some borrowers will be considering a base rate tracker *mortgage*, particularly one with no early repayment charges» – пер.: Поскольку некоторые эксперты прогнозируют, что Банк Англии может начать снижать процентные ставки уже этим летом, заемщики будут рассматривать возможность получения ипотеки с базовой ставкой, без комиссии за досрочное погашение.

В данном примере слово «mortgage» было образовано методом смешивания, переведено методом поиска эквивалента.

Таким образом, в данной статье мы рассмотрели способы образования и перевода неологизмов в английском языке. Из проанализированных нами статей, мы пришли к выводу, что большая часть неологизмов образуется путем комбинирования и смешивания, а переводятся - транскрипцией или транслитерацией.

Список использованных источников

1. Beatriz Rodríguez Arrizabalaga Social Networks: A Source of Lexical Innovation and Creativity in Contemporary Peninsular Spanish [Электронный ресурс] / B.R. Arrizabalaga // Google Scholar. – Режим доступа: Languages | Free Full-Text | Social Networks: A Source of Lexical Innovation and Creativity in Contemporary Peninsular Spanish (mdpi.com). – Дата доступа: 28.03.2024.

2. Лингвистический энциклопедический словарь / Институт языкознания АН СССР; редкол.: В. Н. Ярцевой (гл.ред). – Москва: 1990. – 682 с.

3. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс] / Merriam-Webster. – Режим доступа: SlangDefinition&Meaning-Merriam-Webster. – Дата доступа: 27.03.2024.

4. Euronews.Culture [Электронный ресурс] / Euronews. – Режим доступа: Oxford's Word of the Year for 2023 is... | Euronews. – Дата доступа: 27.03.2024.

УДК 811.133.1

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ТЕРМИНОСИСТЕМЫ «ФАСАД» НА ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Е.С. Доморад, К.М. Павлова, 4 курс
Научный руководитель – **О. Ф. Жилевич, к.ф.н., доцент**
Полесский государственный университет

Понятие терминологического поля можно рассматривать как фундаментальную когнитивную структуру, которая организует знания о конкретной теме или области, например, об определенной области науки, техники или искусства. Терминологическое поле обеспечивает концептуальную основу для понимания и использования терминов и понятий в определенной области. Понимание терминологического поля необходимо для эффективной коммуникации и решения проблем в данной области.

Объект исследования данной терминосистемы включает в себя изучение специфики фасадных элементов, их функциональных и эстетических характеристик, а также процессов и методов их создания, монтажа и обслуживания.

Предметом исследования может стать анализ существующих терминов, их соответствия современным стандартам и нормативам, а также разработка новой терминологии в соответствии с современными требованиями и технологиями в области фасадных конструкций.

Актуальность данной темы связана с тем, что терминологическое поле обеспечивает концептуальную основу для понимания и использования терминов и понятий в определенной области. Понимание терминологического поля необходимо для эффективной коммуникации и решения проблем в данной области.

Цель исследования – выявление особенностей формирования терминосистемы «Фасад» во французском языке.

Термин «терминологическое поле» обозначает совокупность лингвистических и концептуальных элементов, связанных с определенным термином, которые необходимы для его точного понимания и использования [5, С.110]. Понятие терминологического поля можно рассматривать как фундаментальную когнитивную структуру, которая организует знания о конкретной теме или области, например, об определенной области науки, техники или искусства. Терминологическое поле обеспечивает концептуальную основу для понимания и использования терминов и понятий в определенной области. Понимание терминологического поля необходимо для эффективной коммуникации и решения проблем в данной области.

Согласно В. М. Лейчику, терминология – это совокупность терминов, не объединенная какой-либо теорией или концепцией, соответственно, не отражающая все понятия данной науки или отрасли техники; а терминосистема, напротив, – совокупность терминов, сформированная на основе одной теории или концепции и отражающая связи всех понятий определенной области знания [1, С. 64-65].

А. К. Сулейманова в диссертационной работе «Терминосистема нефтяного дела и ее функционирование в профессиональном дискурсе специалиста» [4] полагает, что терминосистема соотносится с системой понятий определенной сферы знания и представляет собой совокупность терминов, обусловленных культурой страны и менталитетом народа.

Терминология и терминосистемы любой отрасли знания неразрывно связаны с конкретным естественным языком, с его культурой, традициями и спецификой. Каждый язык имеет свою уникальную терминологию, созданную для описания явлений, процессов и объектов, характерных для данной культуры.

Поэтому изучение терминологии отражает особенности видения мира национальной научной и профессиональной общественности. Таким образом, терминосистема языка науки не только отражает специфику профессионального мышления, но и является важной частью национальной научной карты мира. Национальная научная картина мира – это национальная картина мира, «запечатленная в терминосистемах (языке науки) того или иного национального языка» [2, с. 44].

В лексико-семантической модели терминополья «Фасад» нами выделяется ядро – термин «фасад» – репрезентирующий общее значение поля, ядерная зона, в которую входят базовые, основные, производные и сложные термины терминологического поля «Фасад», а также периферия, включающая профессиональные лексемы, не вполне удовлетворяющие требованиям терминов (предтермины, терминоиды и номенклатурные обозначения).

Ядро терминологического поля представлено номинатом центрального концепта терминополья – фасад. Понятие фасад определяется как «наружная сторона здания или сооружения» и переводится на французский как «façade» [6].

В ядерную зону входят базовые, основные, производные и сложные термины.

Нами были выделены следующие термины, относящиеся к ядерной зоне:

Таблица 1. – Ядерная зона терминосистемы «Фасад»

Русский	Французский
Фасадная система	<i>Couche de finition</i>
Навесной фасад	<i>Façade rideau</i>
Фасадная панель	<i>Panneau pour façade</i>
Фасадная керамика	<i>Céramique de façade</i>
Отделочное покрытие	<i>système de façade</i>
Фасадно-облицовочная плитка	<i>Carreau pour revêtement de façade</i>

В зоне периферии терминологического поля «Фасад» находятся предтермины – специальные лексемы, используемые для номинации новых понятий, которые не соответствуют всем требованиям термина [1, С. 44]. Нами были выделены следующие термины периферии:

Таблица 2. – Периферия терминосистемы «Фасад»

Русский	Французский
Дюбель	<i>Pinoche</i>
Кляммер	<i>Patte d'agrafe</i>
Кронштейн	<i>Support console bras</i>
Коннектор	<i>Connecteur</i>
Армированный слой обделки	<i>Anneau de renfort</i>
Клеевой слой	<i>Plan de collage</i>

В заключении данной работы можно отметить, что терминологическое поле играет важную роль в организации и структурировании знаний в конкретной области. Оно обеспечивает основу для понимания и использования терминов и понятий, необходимых для эффективной коммуникации и решения проблем в данной области.

Изучение и анализ терминологического поля "Фасад" на французском языке, а также соответствие терминов современным стандартам и нормативам, являются актуальными задачами и могут способствовать развитию и улучшению терминологии в области фасадных конструкций.

Таким образом, данная работа позволяет более глубоко понять и исследовать терминологическую структуру и специфику терминосистемы "Фасад", что является важным фактором для развития профессиональной коммуникации и дальнейшего прогресса в данной области.

Список использованных источников

1. Гринёв-Гриневиц, С.В. Терминоведение. М. : Академия, 2008. – 304 с.
2. Корнилов, О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.: Издательство ЧеРо, 2003. 349 с.
3. Лейчик, В. М. Оптимальная длина и оптимальная структура термина // Вопросы языкознания. М. : Российская академия наук, 1981. – № 2. – С. 63-73
4. Сулейманова А. К. Терминосистема нефтяного дела и ее функционирование в профессиональном дискурсе специалиста [Электронный ресурс]: дисс. ... д. филол. н. URL: <http://www.dissercat.com/content/terminosistema-neftyanogodela-i-ee-funktsionirovanie-v-professionalnom-diskurse-spetsialist> (дата обращения: 28.03.2024).
5. Суперанская А.В. и др. Общая терминология: Вопросы теории. М. : Либроком, 2012. 248 с.
6. Фасад здания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://photogrammetria.ru/63-fasad-zdaniya.html>. Дата доступа: 01.04.2024.

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМЫ КОСМЕТИЧЕСКИХ БРЕНДОВ)

А.К. Егорова, магистрант

Научный руководитель – Е.Б. Греф, старший преподаватель
Псковский государственный университет

В современном мире реклама является одной из важных сфер общественной жизни человека. Рекламная кампания превратилась в отдельный вид деятельности – рекламный бизнес. Особенно ярко это проявляется в сфере красоты. Косметические бренды стремятся привлечь потребителей по всему миру, и на основе их деятельности можно выявить тенденции перевода рекламного текста.

Определение дискурса является довольно сложным и многогранным, имеет различные подходы к трактовке значения, но по сравнению с понятием текста, дискурс затрагивает непосредственно процесс коммуникации. В широком значении под дискурсом понимают «коммуникативное событие, которое происходит между говорящим и слушателем, в процессе коммуникации в определенном времени и контексте» [1, с. 93-99]. Дискурс всегда можно назвать текстом, но не каждый текст представляет собой дискурс, который подчеркивает, что данный текст находится в процессе речи, он, по афористичному выражению Н.Д. Арутюновой, «погружен в жизнь» [2, с. 136-137].

На основании критерия характеристики участников общения выделяется 4 типа дискурсов:

1. бытовой, лично ориентированный (разговорный дискурс);
2. художественный дискурс;
3. ситуативно-ролевой дискурс;
4. институциональный (статусно-ориентированный) дискурс [3].

Одним из видов институционального дискурса является рекламный дискурс, результатом которого является готовый рекламный текст.

По мнению кандидата филологических наук С.Ю. Тюриной, понятие «рекламный дискурс» включает в себя рекламный текст в совокупности с экстралингвистическими, социокультурными, психологическими и другими факторами рекламной коммуникации [4, с. 2].

Целью исследования рекламы с точки зрения лингвистики выступает установление типологии речевых стратегий предложения товаров и концептов современной рекламы, поэтому можно выделить различные коммуникативные стратегии и тактики рекламного дискурса. Обобщая рассмотренные подходы к определениям, под коммуникативной стратегией понимается определенную схему речевых действий, которые приводят к достижению цели. Стратегия, в свою очередь, состоит из тактик. Коммуникативная тактика представляет собой конкретные способы реализации стратегии.

Рассмотрим использование коммуникативных стратегий и способы их перевода на примерах рекламы косметических брендов *Guerlain* и *Artdeco*. За основу при анализе коммуникативных стратегий и тактик взята классификация О.В. Стрижковой, которая выделяет рациональную, эмоциональную, комбинированную стратегии и соответствующие им тактики [5].

В **рациональной стратегии** используются две тактики. Первая из них – акцент на главных компонентах продукта в рекламе и их действии:

«*Soft and easy to apply, this sun-kissed powder warms the complexion and sculpts the features*» [8]. – «*Нежная пудра озаряет лицо теплыми солнечными переливами и придает выразительность чертам лица*» [9].

При переводе данного фрагмента используется ряд преобразований. Опускание «*Soft and easy to apply*» оправдано при переводе на русский язык, так как здесь важно, скорее, передать результат использования продукта. Также переводчик использует модуляцию «*this sun-kissed powder warms the complexion*» – «*пудра озаряет лицо теплыми солнечными переливами*», «*sculpts the features*» – «*придает выразительность чертам лица*» и генерализацию «*the complexion*» – «*лицо*».

Вторая тактика заключается в демонстрации практической пользы, уникальности и преимуществ товара:

«MAD EYES Brow Framer gently shapes the brow line while adding volume for defined, naturally beautiful eyes. Its formula enriched with beeswax, cotton extract and D-panthenol infuses the eyebrows with skincare properties, just like a serum» [8]. – «MAD EYES Brow Framer мягко формирует линию бровей, придавая им объем для скульптурного и естественного взгляда. Формула, обогащенная пчелиным воском, экстрактом хлопка и D-пантенолом, ухаживает за бровями, подобно сыворотке» [9].

В данном примере переводчик оставляет оригинальное название косметического продукта, предназначенного для оформления бровей, так как прямого эквивалента слова «*framer*» в русском языке нет. Также здесь используется модуляция «*naturally beautiful eyes* (буквальный перевод – «естественно-красивые глаза»)» – «естественного взгляда» и перестановки в словосочетаниях «*the brow line*» – «линию бровей», «*cotton extract*» – «экстракт хлопка».

Далее рассмотрим реализацию **эмоциональной стратегии**, которая отличается обилием эпитетов, метафор, личных местоимений. Одна из трёх её тактик – тактика самопохвалы:

«Wear a new colour every day with the Perfect Colour Lipstick! The revolutionary formula of this lipstick has been designed to perfection. The creamy lipstick texture combines the latest technology with effective care» [6]. – «Каждый день новый оттенок с помадой Perfect Color Lipstick! Благодаря революционному составу, эта помада абсолютно идеальна. Кремовая, нежная текстура сочетает в себе новейшие технологии с эффективным уходом» [7].

При переводе данного фрагмента рекламного текста использован ряд трансформаций. Опущение глагола «*wear*» («носить»), использованного в оригинале в императивной форме, придает фразе в переводном тексте более лаконичное звучание; добавление существительного с предлогом «с помадой» к названию, в котором фактически содержится лексическая единица «*Lipstick*» («помада») – «с помадой Perfect Color Lipstick», а также конкретизация «*colour*» – «оттенок» способствуют адаптации содержания рекламного текста для восприятия русскоязычной аудиторией.

Тактика сближения с адресатом:

«Precision is absolutely essential when applying liquid liner! This is often easier said than done. The High Precision Liquid Liner allows you to create a fine, precise line» [6]. – «Точность – это основа основ для жидкой подводки! Для многих женщин легче сказать, чем сделать. С помощью жидкой подводки для глаз High Precision Liquid Liner ты сможешь нарисовать аккуратные и тонкие стрелочки» [7].

В приведенном примере выражение «*absolutely essential*», которое можно перевести калькированием («абсолютно необходимо»), посредством использования целостного преобразования переводится фразеологизмом «*основа основ*». Применение приема модуляции «*This is often*» – «Для многих женщин» позволяет конкретизировать целевую аудиторию бренда. Кроме того, в данном примере используется конкретизация «*line*» – «стрелочки», осложненная грамматической заменой – существительное «*line*» в форме единственного числа преобразуется в существительное во множественном числе – «стрелочки». Все использованные преобразования позволяют достичь адекватности при переводе данного фрагмента рекламного текста.

Тактика апелляции к удовольствию от использования рекламируемого товара применена в следующем примере:

«Against fatigue that blurs the complexion, women now have TERRACOTTA JOLI TEINT. At the heart of winter or upon arrival of spring, this beautiful small bottle reveals the skin radiance!» [8]. – «Избавиться от видимых признаков усталости и вызванного ею тусклого цвета лица женщины могут теперь благодаря Terracotta Joli Teint. Этот милый тюбик способен пробудить сияние вашей кожи и глубокой зимой, и с наступлением солнечных дней!» [9].

При переводе данного примера используются комплекс различных трансформаций. Добавление лексических единиц «видимых признаков» способствует оформлению высказывания в соответствии с лексическими нормами русского языка. Грамматическая структура «*Against ... women have...*» передается как «Избавиться ... женщины могут благодаря...». В исходном языке используется предлог «*against*» («против»), однако в русском языке глагол «избавиться» требует после себя употребление предлога «от». Глагол «избавиться» является частью составного глагольного сказуемого, где также используется предлог «благодаря», который требует дополнения в дательном падеже; при этом название продукта остается оригинальным – *Terracotta Joli Teint*. Кроме того, при переводе применяются целостное преобразование – «*that blurs the complexion*» – «вы-

званного ею тусклого цвета лица», конкретизация «small bottle» – «тюбик» и ряд грамматических трансформаций.

Для **комбинированной стратегии** используется тактика моделирования проблемной ситуации и выхода из нее с помощью рекламируемого средства:

«Rosy cheeks with a delicate glow, as if you had just spent a day in the fresh air, with a lightweight imperceptible finish. A feat made possible by the new Rose aux Joues which brings a pink flush to your cheeks with a single sweep of the brush» [8]. – «Нежный румянец, как после проведенного на свежем воздухе дня, без видимых следов макияжа? Достаточно одного взмаха кисти румян Rose aux Joues с тонким цветочным ароматом, чтобы щеки нежно зарозовели. Нет ничего проще, чем нанести их!» [9].

В приведенном примере использована форма «вопрос-ответ» и сделан акцент на действии косметического продукта, что характерно для комбинированной стратегии. При переводе использована модуляция «Rosy cheeks with a delicate glow» – «Нежный румянец» и антонимический перевод «with a lightweight imperceptible finish» – «без видимых следов макияжа».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что представленный комплекс трансформаций необходим для достижения адекватности при переводе англоязычной рекламы на русский язык, поскольку переводной рекламный текст должен соответствовать грамматическим нормам, а также правилам лексической сочетаемости русского языка. В целом в процессе перевода должны учитываться особенности восприятия иноязычного потребителя, что, в итоге, способствует продвижению косметического продукта на рынке.

Список использованных источников

1. Добренькова, Е.В. Дискурс как коммуникативное событие и речевое общение / Е.В. Добренькова // Коммуникология. 2013. №1.
2. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. Москва, 1990.
3. Карасик, В.И. О категориях дискурса: языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты / В.И. Карасик // Волгоградский государственный педагогический университет. – 1998. – С. 185–197.
4. Тюрина, С.Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст / С.Ю. Тюрина // Вестник ИГЭУ. – 2009. – №1.
5. Стрижкова, О.В. Сопоставительный анализ реализации коммуникативных стратегий в англо- и русскоязычной рекламе кисломолочной продукции / О.В. Стрижкова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2012. – № 5. – С. 46–50.
6. Artdeco.co.uk [англоязычный сайт] [Электронный ресурс]: URL: <https://www.artdeco.co.uk/>
7. Artdeco.co.uk [русскоязычный сайт] [Электронный ресурс]: URL: <https://www.artdeco.com/ru/>
8. Guerlain.com [англоязычный сайт] [Электронный ресурс]: URL: <https://www.guerlain.com/uk/en-uk#1>
9. Guerlain.com [русскоязычный сайт] [Электронный ресурс]: URL: <https://www.guerlain.com/ru/ru#1>

УДК 811.111

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Ю.Ю. Егорова, 3 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Фразеологизмы играют значительную роль в языке и могут быть сложными для понимания и перевода. Эти устойчивые выражения часто несут в себе культурные и исторические коннотации, которые могут быть неочевидны для тех, кто изучает язык.

Перевод фразеологизмов является одним из наиболее сложных видов перевода, изучению которого уделяется значительное внимание как опытнейших лингвистов, так и молодых исследователей.

Целью данной работы является исследование и изучение особенностей перевода фразеологизмов с английского языка на русский.

В лингвистике дается множество определений фразеологической единицы, но ни одно из них не нашло общего признания. Термин “фразеологическая единица” был введен В.В. Виноградовым и употреблялся для определения тех соединений, которые не образуются в процессе речи, а воспроизводятся по традиции. Таким образом, воспроизводимость, по мнению ученого, является основным признаком фразеологизма [1].

Как считал А.В. Кунин, фразеологические единицы “это устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением” [2, с.11]. Наиболее общими признаками фразеологических единиц называют “языковую устойчивость, семантическую целостность и раздельно-оформленность” [3, с.25]. Решающим фактором закрепления фразеологической единицы является её образность, отвечающая одной из тенденций развития языка- тенденции к экспрессивности.

Фразеологический арсенал английского языка представляет собой сложное сочетание унаследованных и заимствованных фразеологизмов, преимущественно состоящее из первых. В некоторых выражениях сохраняются архаические элементы, что делает вопрос перевода фразеологических выражений особенно важным в лингвистике.

Фразеологические единицы (идиомы) могут встречаться в различных жанрах:

1. Профессиональная терминология: например, “cut corners” означает экономить усилия, “hit the nail on the head” сделать точное замечание.

2. Фольклор: например, “to beat the air” биться как рыба об лед.

3. Цитаты из литературы: например, “between you and me and the bed-post” - строго конфиденциально, между мной и тобой.

4. Библейские выражения: например, “a wolf in sheep's clothing” - человек, который кажется добродетельным, но скрывает свои злобные намерения.

5. Публицистика: например, “throw in the towel” - сдаться, признать поражение.

6. Разговорная речь: например, “piece of cake” - легкое дело, просто как дважды два.

Известные эксперты в области переводоведения, такие как С.В. Влахов, С.С. Флорин, и В.Н. Комиссаров, выделяют несколько методов перевода английских фразеологизмов на русский язык. Особое внимание стоит уделить классификации профессора А.В. Кунина, которая, по нашему мнению, является наиболее всесторонней. Он выделяет:

1. Фразеологический перевод, при котором используются стандартные выражения с разными степенями соответствия между соответствующими фразеологизмами английского и русского языков (от точного соответствия до приблизительного):

- метод фразеологического эквивалента (“sword of Damocles” – “Дамоклов меч”);

- метод фразеологического аналога, при котором идиоматические выражения передаются с помощью совершенно других лексических средств (“by hook or by crook” – “не мытьем, так катаньем”).

2. Нефразеологический перевод (свободный, описательный), который применяется крайне редко и используется только в случае отсутствия соответствующих эквивалентов или аналогов в русском языке. При использовании этого метода фразеологические выражения передаются при помощи лексических, а не фразеологических средств. Однако данный способ не может быть полностью эффективным, так как потери в образности и выразительности неизбежны. Нефразеологический перевод включает:

- лексический перевод (“burst open” – “взломать”);

- дословный перевод (калькирование), например, “burn like a match” – “сгореть как спичка”.

Перевод окказиональных (авторских) фразеологизмов может представлять значительные трудности, поскольку большинство из них являются эмоционально насыщенными, выразительными оборотами, присущими определенному функциональному стилю и обладающими ярко выраженной экспрессивной окраской.

Для того, чтобы понять, к каким методам перевода фразеологизмов прибегают переводчики, мы изучили произведение Дж.К.Роулинг “HARRY POTTER AND THE PHILOSOPHER’S STONE” [4]. Из данной книги мы отобрали самые интересные, на наш взгляд, фразеологизмы и проанализировали их перевод на русский язык.

1. “On Saturday, things began *to get out of hand*” [4, с.161] - В субботу ситуация стала *выходить из-под контроля*. Для перевода этого выражения мы воспользовались методом фразеологического эквивалента, при котором переводная единица сохранила свой статус.

2. “To his horror, the elf *burst into tears* — very noisy tears” [4, с.246] - К ужасу, эльф начал лить громкие крокодильи слезы. Здесь мы использовали метод фразеологического аналога, для лучшего понимания читателем эмоций и атмосферы.

3. “Aunt Petunia often said that Dudley looked like a baby angel — Harry often said that Dudley looked like *a pig in a wig*” [4, с.15] - Тётушка Петунья всегда твердила, что Дудли на вид как ангелочек, однако Гарри считал его свиньёй в парике. Данный фразеологизм был переведён с помощью метода калькирования (дословный перевод), чтобы передать негативные качества персонажа.

4. “You hang around with riff-raff like the Weasleys and that Hagrid and it’ll *rub off on you*” [4, с. 85] – Если ты будешь водиться с такими бездельниками, как Уизли и этот Хагрид, то это скажется и на тебе. В этом случае мы перевели фразеологизм методом фразеологического аналога.

5. “He *had half a mind* to ask Wood to call time out” [4, с.177] – Он уже подумывал о том, чтобы попросить Вуда объявить тайм-аут. Здесь был применён метод лексического перевода фразеологизма.

6. “If Dudley’s friends saw him sitting here, they would be sure to make a *beeline for him*, and what would Dudley do then? He wouldn’t want *to lose face* in front of the gang, but he’d be terrified of provoking Harry...” [4, с.20] - Только бы друзья Дудли увидели его сидящим здесь, они бы подошли и начали задирать Гарри. И чтобы тогда сделал Дудли? Ему бы не хотелось казаться слабаком перед ними, но и провоцировать Гарри он тоже не желал. Для перевода этих двух фразеологических единиц был выбран метод аналога.

Таким образом, мы пришли к выводу, что изучение фразеологии как неотъемлемой части языка способствует погружению в него. Необходимо отметить, что перевод фразеологизмов на русский язык требует индивидуального подхода в зависимости от конкретной ситуации. Переводчик должен вжиться в иноязычную культуру и найти уникальный и наиболее подходящий вариант перевода для каждого конкретного выражения. Также, исходя из анализа произведения Дж.К.Роулинг, можно заметить, что нет одной наиболее используемой переводческой трансформации. При переводе подобных выражений ключевую роль играют контекст и обстоятельства, поэтому профессионалам необходимо стремиться к выбору наиболее уместного и оправданного метода перевода.

В заключение следует отметить, что, несмотря на отчетливо прослеживающийся в последние несколько лет рост количества эквивалентов для фразеологизмов, проблема перевода данных идиом остается достаточно актуальной и требует дальнейшего исследования.

Список использованных источников

1. Пашенко, Н.М. Особенности использования бизнес-идиом в английском языке [электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-biznes-idiom-v-angliyskom-yazyke>. Дата доступа: 16.03.2024.

2. Кунин, А.В. Фразеология: Учебное пособие. / А.В. Кунин — М.: Флинта, Наука, 2017. — 396 с.

3. Бархударова, Л.А. Фразеология современного русского языка: Учебное пособие. / Л.А. Бархударова — М.: Академия, 2016. — 301 с.

4. Rowling J. K. Harry Potter and the Philosopher’s Stone / J. K. J. K. Rowling. — London: Publishing Plc, 36 Soho Square, 1997–10–300 p.

УДК 811.111

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БИЗНЕС-ИДИОМ В ТЕКСТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

А.С. Ковалевская, 3 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В настоящее время, несомненно, наблюдается рост интереса к изучению иностранного языка не только как средства общения, но и в качестве средства развития экономических, культурных и деловых связей. Знакомство с иностранным языком подразумевает под собой изучение грамматического, лексического и фонетического аспекта, а также погружение в саму культуру языка. Использование в речи пословиц, поговорок и идиом, безусловно, способствует такому приобщению.

Сегодня в период расцвета межкультурных коммуникаций и глобализации знание деловой лексики английского языка чрезвычайно необходимо экспертам в области международной экономики, руководителям крупных компаний, управляющих международными предприятиями. Однако наличие хороших фоновых знаний грамматики и объемный словарный запас не всегда достаточны для понимания содержания экономических текстов, которые зачастую изобилуют идиомами.

Цель данного исследования заключается в изучении особенностей использования и перевода английских бизнес-идиом для выявления трудностей, с которыми сталкиваются переводчики и носители языка.

Несмотря на то, что понятие “идиома” является ключевой для фразеологии, допускаются более 20 интерпретаций определения, которые были представлены отечественными и зарубежными исследователями.

По мнению Н. Е. Горской и Е. О. Лукьянцева “идиома – наиболее сложная единица, обуславливающая разнообразие и вариабельность фразеологических сочетаний, в сравнении с основным словарным составом языка” [1, с.3].

Также можно выделить определение, которое дает М. Бэйкер в своей книге “Другими словами”. В данной работе он определяет идиомы как “устойчивые единицы языка, которые мало или совсем не позволяют варьировать формы и часто несут значения, которые не могут быть выведены из их отдельных компонентов” [2].

В английском словаре “Cambridge Dictionary” говорится, что “идиома – это группа слов в фиксированном порядке, которая имеет особое значение, отличное от значения каждого слова по отдельности” [3].

Исходя из вышеизложенного материала можно сделать вывод, что трудно дать четкое определение идиомы. Однако, проанализировав несколько источников, мы выделили наиболее развернутое и точное определение. По-нашему мнению его дает Н. Вебстер в американском словаре английского языка. Согласно данному словарю идиома — фраза, конструкция или выражение, которое признается единицей в использовании данного языка и либо отличается от обычных синтаксических шаблонов, либо имеет значение, которое отличается от буквального значения его частей вместе взятых.

Существует большое количество способов классификации идиом. В данной работе мы опирались на классификацию, предложенную И. Е. Митиной. Она разделила фразеологизмы, встречающиеся в англоязычном деловом дискурсе, на несколько основных типов в зависимости от их грамматической структуры. А именно:

1. составное слово;
2. слово + союз “and” + слово;
3. глагол + дополнение;
4. фраза с использованием предлога;
5. придаточное предложение или целое предложение [2].

В ходе данного исследования материалом для анализа послужили текстовые фрагменты из электронного англоязычного экономического журнала “The Economist”. Рассмотрев 30 статей, мы обнаружили, что в 24 из них авторы использовали различные бизнес-идиомы.

При анализе отобранных бизнес-идиомы, было замечено, что чаще всего встречаются конструкции типа “глагол+дополнение”. Например:

*In most elections, if you win more than half of the votes, you **call the shots** [4]. — Если на выборах вы собираете больше половины голосов избирателей, вы становитесь **хозяином положения (диктуете условия)**.*

*On top of everything else, Turkey still appears to **have an ace up its sleeve**, in the form of recordings and documents that some have suggested could even implicate Prince Muhammad in the murder [5]. — Ко всему прочему, у Турции, похоже, есть **козырь в рукаве** в виде записей и документов, которые, по мнению некоторых, могут даже обвинить принца Мухаммеда в убийстве.*

Бизнес-идиомы с такой грамматической структурой составили 41,6% от всех отобранных нами примеров. Следовательно, можно сделать вывод, что именно они более точно передают заложенный смысл.

На втором месте по употреблению стали бизнес-идиомы с грамматической конструкцией “составное слово” (33,3%). Данные составные слова встретились в 8 статьях в ходе исследования.

Not that General Motors expects the sleek four-seater to be a cash-cow [6]. — Не то чтобы General Motors рассчитывала на то, что элегантный четырехместный автомобиль будет приносить прибыль (станет дойной коровой).

But in the past few weeks it seemed that the tenure of the longest-serving boss of a German blue-chip company was coming to an end at last [7]. — Но в последние недели казалось, что срок службы руководителя немецкой компании “голубой фишки” (крупной компании), дольше всего занимающего свой пост, подошел к концу.

Реже всего нам встречались бизнес-идиомы в качестве придаточного или целого предложения. Выражение с такой конструкцией мы обнаружили только в 1 статье.

“I should see your face and you should see mine. It's as simple as that” [8]. — “Я должен увидеть ваше лицо, а вы должны видеть мое. Все просто как дважды два”.

Таким образом, исследование идиом из английского бизнес-издания “The Economist” показывает, что они являются важной частью лексического арсенала, используемого для описания различных аспектов бизнеса, отношений, коммуникации и процессов. Несмотря на то, что деловой стиль предполагает ясность и краткость выражения, идиомы выполняют свою функцию, добавляя выразительности и красочности тексту.

Подводя итоги исследования можно отметить, что изучение английских идиом в области экономики, финансов и бизнеса, может способствовать лучшему пониманию иностранного языка в профессиональной сфере, также как и пониманию культуры другой страны, делая речь более выразительной и эмоциональной.

Список использованных источников

1. Лукьянцев, Е. О. Семантические особенности английских идиом / Е. О. Лукьянцев, Н.Е.Горская – Молодежный вестник Иркутского государственного технического университета, 2016. № 1 – 36 с.
2. Англоязычные идиоматические сочетания в медиадискурсе экономической направленности. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/angloyazychnye-idiomaticheskie-sochetaniya-v-mediadiskurse-ekonomicheskoy-napravlennosti>. Дата доступа: 17.03.2024.
3. Cambridge Dictionary Online [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/idiom>. – Дата доступа: 17.03.2024.
4. Losing to win [Электронный ресурс] // The Economist. Режим доступа: <https://www.economist.com/schumpeter/2014/06/23/losing-to-win>. – Дата доступа: 20.03.2024.
4. How the killing of Jamal Khashoggi affects Turkish Saudi relations [Электронный ресурс] // The Economist. Режим доступа: <https://www.economist.com/the-economist-explains/2018/11/01/how-the-killing-of-jamal-khashoggi-affects-turkish-saudi-relations>. – Дата доступа: 20.03.2024
5. Difference Engine: Volt farce [Электронный ресурс] // The Economist. Режим доступа: <https://www.economist.com/babbage/2011/12/08/difference-engine-volt-farce>. – Дата доступа: 20.03.2024.
6. Raising their voices [Электронный ресурс] // The Economist. Режим доступа: <https://www.economist.com/business/2008/03/19/raising-their-voices>. — Дата доступа: 20.03.2024
7. Quebec’s ban on face-coverings risks inflaming inter-communal tensions [Электронный ресурс] // The Economist. Режим доступа: <https://www.economist.com/erasmus/2017/10/20/quebecs-ban-on-face-coverings-risks-inflaming-inter-communal-tensions>. – Дата доступа: 20.03.2024.

УДК 811.161.1

РОЛЬ КИТАИЗМОВ В РЕЧИ СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ

Д.А. Ковальчук, М.В. Шелест, 3 курс
Научный руководитель – Н.Н. Базар, к.фил.н.
Полесский государственный университет

В современном мире межкультурное взаимодействие и глобализация придают особое значение изучению иностранных языков, включая китайский язык, который находится в центре внимания как один из наиболее распространенных и важных языков мира.

Студенты-лингвисты, изучающие китайский язык, в повседневной жизни сталкиваются с особым видом лингвистической перспективы – китаизмами. Китаизмы представляют собой заимствования из китайского языка в другие языки, что является следствием культурного и исторического влияния Китая.

Цель данной работы заключается в выявлении самых распространённых китаизмов и определении роли данных слов в речевой деятельности студентов-лингвистов, изучающих китайский язык. Задачами работы являются анализ видов и функций китаизмов, а также выявление особенностей их использования в речи студентов, изучающих китайский язык как иностранный.

Как отмечает Савилова С. Л., кандидат филологических наук, «степень восприятия иноязычной лексики студентами высока». На основании её исследований можно утверждать, что взаимодействие языков и культур сопровождается адаптацией и переработкой китайских слов в речи студентов, причем этот процесс может протекать различными путями. Один из таких путей перенятия китайских слов в речь русскоязычных студентов заключается в прямом заимствовании. В этом случае слово или выражение из китайского языка переносится в русский язык без изменений, сохраняя свою звуковую форму и значение. Примерами таких заимствований могут служить слова «юань» от кит. 元 (yuán), «улун» (сорт чая) от кит. 乌龙 (wūlóng), «фэншуй» (даосское учение) от кит. 风水 (fēngshuǐ), «тофу» (соевый творог) от кит. 豆腐 (dòufu), которые широко употребляются в среде изучающих китайский язык студентов [1, с.740].

В русском языке также имеются китаизмы, которые были получены посредством дословного перевода составных частей китайских слов. Например, слово «Поднебесная» в китайском языке состоит из двух иероглифов: 天 (небо) и 下 (внизу, под). В современном китайском языке термин 天下 (tiānxià) практически не используется, так как считается устаревшим, но в русском языке «Поднебесная» является синонимом для «Китая» и часто употребляется в речи студентов-лингвистов.

Особый интерес представляют заимствования из китайского языка, которые относятся к бытовым понятиям или предметам китайской культуры и становятся значимыми для студентов только после начала изучения ими китайского языка. Эти заимствования включают лексику различных тематических групп. В данной работе будут рассмотрены такие лексические группы, как «еда» и «общество».

Категория «еда» включает в себя, например, существительное «чифанька», используемое для обозначения небольших ресторанов китайской кухни. Это слово образовано от глагола «есть» (кит. 吃(chī)) и существительного «еда» (кит. 饭(fàn)), которое выступает в качестве объекта действия в словосочетании, дополненного уменьшительно-ласкательным суффиксом -к- и окончанием женского рода -а. Таким образом, в китайском языке словосочетание 吃饭(chīfàn) означает «есть, кушать», но в русском языке китаизм «чифанька» приобретает другое значение и может использоваться в качестве синонима для выражений «китайский ресторан» или «китайское кафе».

Еще одна обширная группа – «общество» - также состоит из китаизмов, обозначающих явления и понятия, первоначально возникшие в китайском обществе. В этой категории стоит рассмотреть слово «гаофушуй» (кит. 高富帅(gāofùshuài)). Это слово, заимствованное путём транскрибирования, является частью сленга китаистов и состоит из трех прилагательных – «высокий, богатый, красивый». «Гаофушуй» описывает популярное представление девушек об идеальном мужчине, который прежде всего должен обладать этими тремя качествами [2].

Для определения наиболее распространенных китаизмов, используемых в речи студентов-лингвистов, был проведен лингвистический эксперимент в форме анкетирования. В эксперименте участвовала малая группа людей, состоящая из 20 студентов специальности «лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций».

Для проведения констатирующего эксперимента были предусмотрены два этапа: на первом этапе был использован метод опосредованного наблюдения за устной речью студентов; на втором – были отобраны самые часто используемые китаизмы и составлена таблица, в которой заключены слова на русском и китайском языках с переводом.

Таким образом, исследование роли китаизмов в речи студентов-лингвистов выявило, что студенты используют подобные слова в качестве заимствованных слов, чтобы обогатить свой словарный запас и выразить культурные концепции, отсутствующие в русском языке.

Использование китаизмов в речи студентов-лингвистов выполняет несколько функций: служит маркерами культурной идентичности, позволяет выражать эмоции и отношения, облегчает академическое обсуждение [1, с.739].

Таблица – Китаизмы в активной лексике студентов-лингвистов

В русском языке	В китайском языке	Перевод/часть речи
фунчоза	粉条子 (fěn tiáo zǐ)	лапша/сущ.
тофу	豆腐 (dòu fu)	вид сыра “бобовое брожение”/сущ.
рамэн	拉面 (lā miàn)	“вытянутая” лапша/сущ.
личи	荔枝 (lì zhī)	личи/сущ.
улун	乌龙 (wū lóng)	чай, чёрный дракон/сущ.
чай	茶 (chá)	чай/сущ.
байховый	白花 (bái huā)	байховый/прил.
кунфу	功夫 (gōng fu)	кунг-фу/сущ.
ушу	武术 (wǔ shù)	искусство боя/сущ.
женьшень	人参 (rén shēn)	женьшень/сущ.
тайфун	台风 (tái fēng)	ветер из Тайваня, большой ветер/сущ.
фэншуй	风水 (fēng shuǐ)	ветер и вода/сущ.
инь	阴 (yīn)	Инь/сущ.
ян	阳 (yáng)	Янь/сущ.
даосизм	道教 (dào jiāo)	даосизм/сущ.
жемчуг	珍珠 (zhēn zhū)	жемчуг/сущ.
чифанить	吃饭 (chī fàn)	есть/глагол
гаофушуй	高富帅 (gāo fù shuài)	идеальный образ мужчины/сущ.

Изучив употребление китаизмов, можно сделать вывод, что в речи студентов-лингвистов преобладают имена существительные.

Исследование также показало, что использование китаизмов различается в зависимости от уровня владения китайским языком. Студенты с начинающим уровнем владения китайским языком обычно используют от 2 до 5 китаизмов в своей речи. Студенты с более высоким уровнем владения языком используют в среднем от 15 до 20 китаизмов в более сложных контекстах [2].

Китаизмы в речи студентов-лингвистов выполняют следующие роли:

- расширяют словарный запас;
- повышают межкультурную компетентность;
- способствуют построению профессиональной и академической идентичности.

В заключение стоит отметить, что исследование роли китаизмов в речи студентов-лингвистов вносит ценный вклад в понимание использования китайского языка в межкультурном контексте и подчёркивает необходимость учитывать культурные особенности языков.

Список использованных источников

1. Савилова С. Л. Студенческий жаргон как компонент формирования речевой компетенции студентов-билингвов (иноязычная лексика) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. - № 5-4. – С. 739-741.

2. Сычева О. Н. Русские слова китайского происхождения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/77/473/25282.php>. – Дата доступа: 02.04.2024.

УДК 372.881.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

М.О. Кузьмина, 1 курс

Научный руководитель – Д.А. Петрукович, к.пед. н., доцент

Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина

Искусственный интеллект (ИИ) стал незаменимым компонентом современного образования, включая его применение в сфере изучения иностранных языков. Эта интеграция предлагает мно-

жество преимуществ, которые значительно улучшают процесс обучения и способствуют улучшению академических результатов учащихся. Искусственный интеллект стал важным компонентом современного образования, особенно в области изучения иностранных языков. Быстрый рост и развитие искусственного интеллекта привели к непрерывной эволюции терминологии и концепций, которые все еще находятся в процессе четкого определения. Воспользуемся учебным пособием Гусаровой Н. Ф., в котором дается наиболее точное определение данного термина: «Искусственный интеллект – это цифровое воспроизведение процессов сознательной активности человека и социума в целом в части творческой обработки и рассуждений на основе нетривиально формализуемой информации в условиях временных и ресурсных ограничений, неопределенности и неполноты исходных данных, создающее кибернетические объекты, способные самостоятельно ставить цели и их достигать с качеством не ниже среднего специалиста, способное в перспективе заменить существующие виды деятельности и профессии» [1, с. 8]. Тема взаимодействия с ИИ в настоящее время имеет большое значение, подчеркивая необходимость тщательного изучения его влияния на качество образования.

Одним из многочисленных преимуществ использования искусственного интеллекта является реализация персонализированного обучения. Этот подход предполагает использование технологии искусственного интеллекта для сбора данных об успехах и проблемах учащихся, что позволяет преподавателям адаптировать процесс обучения к индивидуальным потребностям. Эта концепция предполагает адаптацию образовательного пути к индивидуальным требованиям и способностям каждого учащегося, что приводит к множеству преимуществ, которые значительно повышают эффективность и качество обучения. Благодаря адаптации образования к конкретным потребностям каждого учащегося, персонализированное обучение позволяет учителям учитывать индивидуальные стили обучения и предпочтения [2].

Одним из ключевых преимуществ внедрения технологий искусственного интеллекта в образование является возможность получать мгновенную обратную связь. Используя технологии распознавания речи и анализа текста, системы искусственного интеллекта могут обеспечивать оценку заданий в режиме реального времени, позволяя учащимся оперативно вносить исправления и улучшать понимание материала. Кроме того, немедленная обратная связь позволяет учителям эффективно оценивать прогресс учащихся и адаптировать материалы к индивидуальным потребностям. Такая оперативная обратная связь способствует повышению вовлеченности и участия в процессе обучения [3].

Интерактивные учебные материалы являются ценным преимуществом технологии искусственного интеллекта в создании интерактивных образовательных ресурсов, которые значительно улучшают качество обучения учащихся. Эти ресурсы могут состоять из таких элементов, как геймификация, виртуальные туры и другие интерактивные методы, направленные на то, чтобы сделать обучение более приятным и эффективным. Использование интерактивных инструментов обучения оказывает существенное влияние на то, как учащиеся усваивают информацию, превосходя эффективность традиционных методов доставки образовательного контента. Уровень интерактивности служит показателем подготовленности, умения и точности пользователя в достижении своих целей [4].

Еще одним преимуществом внедрения ИИ в образование является повышенная доступность разнообразных ресурсов. Используя технологию искусственного интеллекта, учащиеся могут легко получить доступ к обширному массиву информации, который превосходит то, что обычно предоставляется при традиционном обучении в классе. Следовательно, учебные материалы, исследовательские работы и ценный контент, созданный знающими профессионалами, становятся легко доступными для студентов независимо от их местоположения или временных ограничений. Этот исключительный уровень доступности позволяет учащимся учиться в своем собственном темпе, тем самым способствуя более индивидуальному и адаптируемому учебному процессу.

Гибкость, обеспечиваемая использованием искусственного интеллекта, является еще одним плюсом, делающим обучение более доступным. Студенты могут учиться в любое время и в любом месте, что способствует повышению мотивации и эффективности обучения.

Важное преимущество искусственного интеллекта заключается в его способности помогать в мозговом штурме. Наш мозг часто создает уникальные и инновационные идеи на бессознательном уровне, но мы иногда не можем их реализовать из-за нечеткости или недостаточного понимания.

Использование искусственного интеллекта позволяет проводить объективный анализ идей, выявлять скрытые проблемы и потенциальные возможности, что способствует принятию обоснованных решений и навигации в нужном направлении, обеспечивая более эффективное и точное принятие решений.

Но необходимо сказать и о недостатках использования ИИ. Одним из них является его недостаточно гуманный подход. При избыточном использовании ИИ в образовании уменьшается человеческий элемент, который играет важную роль в процессе усвоения знаний. Обучение не ограничивается простым запоминанием фактов; оно включает в себя участие в онлайн-исследованиях, развитие критического мышления, формирование чувства сочувствия и сострадания, а также поощрение сотрудничества между учащимися. Тем не менее, когда слишком сильно полагаются на искусственный интеллект (ИИ), эти важные аспекты обучения могут оказаться под угрозой [5].

Учитывая важность сохранения беспристрастного и ориентированного на конфиденциальность подхода, крайне важно решить проблему обучения искусственного интеллекта фильтрации предвзятости в данных. ИИ обладает потенциалом увековечивать глубоко укоренившиеся предубеждения и предубеждения, присутствующие в данных, на которых он учится, особенно в разнообразном социальном контексте. Поэтому крайне важно внедрять политику, ставящую во главу угла безопасность данных и справедливое их использование в системах искусственного интеллекта.

Более того, игнорирование таких важных социальных навыков, как общение и эмпатия, а также развитие плохой осанки на рабочем месте, могут препятствовать инновационному мышлению и генерации идей. Стоит учитывать, что чрезмерная зависимость от ИИ для решения основных задач может привести к снижению памяти и когнитивных функций, а также к снижению уверенности в себе и самооценки.

Таким образом, вопрос о преимуществах и недостатках искусственного интеллекта в образовании остается открытым. С одной стороны, искусственный интеллект открывает путь в будущее. С другой – чрезмерное использование алгоритмов может помешать независимому мышлению и уменьшить способность к сочувствию. Для эффективного преодоления жизненных трудностей важнее развивать критическое мышление и навыки решения проблем. При всей полезности технологий важно найти баланс и не слишком полагаться на них, чтобы поддерживать личностный рост и развитие.

Список использованных источников

1. Гусарова, Н.Ф. Введение в теорию искусственного интеллекта: учеб. пособие / Н.Ф. Гусарова. – СПб.: ИТМО, 2018. – 8 с.
2. Слепухин А.В. Использование персональной образовательной среды в процессе индивидуализации смешанного обучения студентов // Педагогическое образование в России. – 2014. – №11. – 195–204 с.
3. Интерактивные средства обучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/pedagogika/sredstva_obucheniya_i_ih_klassifikaciya/interaktivnye_sredstva_obucheniya/#sovremennye-interaktivnye-sredstva-obucheniya. – Дата доступа: 02.04.2024.
4. Корчажкина О.М. Возможности создания интерактивных учебных материалов по иностранному языку // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2009. – №3. – 201 с.
5. Павлюк Е.С. Анализ зарубежного опыта влияния искусственного интеллекта на образовательный процесс в высшем учебном заведении // Современное педагогическое образование. – 2020. – №1. – 65-70 с.

УДК 398.3

BRITISH AND BELARUSIAN SUPERSTITIONS: SIMILARITIES AND DIFFERENCES

Н.А. Кухарчук, В.М. Мелюх, 3 курс

Научный руководитель – **Л.А. Изотова**, преподаватель

Полесский государственный университет

Superstitions have been an intriguing aspect of human life throughout history, shaping beliefs and behaviors in diverse cultures worldwide. Thus, superstitions continue to influence people's everyday decisions and perceptions.

According to the Britannica Dictionary, a superstition is 'a belief or way of behaving that is based on fear of the unknown and faith in magic or luck: a belief that certain events or things will bring good or bad luck' [1]. In addition, in accordance with the definition given in Cambridge Dictionary superstition is 'a belief that is not based on human reason or scientific knowledge, but is connected with old ideas about magic, etc [2].

Superstitions are often confused with omens, because they are very similar in their construction. But there are significant differences between these two concepts. For the most part, the sign carries information about the obvious cause-and-effect relationships between one natural phenomenon and another, and superstition has a mystical subtext. Obviously, superstition is an extremely ancient phenomenon, directly related to mythological and magical thinking [3].

Both Great Britain and Belarus are known for the diversity of their culture, traditions and folklore. Quite a lot of superstition have arisen on folklore. The folklore in Great Britain and Belarus is very different, therefore, superstitions are also of different nature. It is also necessary to add that similarities and differences of superstitions in these countries depend also on how different the history of these two countries is and how different the territory of their habitation is. The problematic issue of our study is the analysis of the peculiarities of superstitions in Belarusian and English cultures.

Having studied the literature, we have identified the most popular superstitions that are common in both Britain and Belarus.

In Britain and Belarus, many superstitions are associated with mirrors. It is known that a broken mirror brings misfortune, illness and even the death of a close relative. In English, it sounds like this: 'Breaking a mirror equals 7 years of bad luck' (*'Разбитое зеркало – 7 лет несчастья'*) [4]. It was believed that the mirror reflects not the body of a person, but his soul, so if you break the mirror, the soul of a person breaks [3].

Aside from that, of particular importance in both countries are the superstitions relating to wedding ceremonies. The most famous wedding superstition is the tossing of the bride's bouquet. In English, it sounds like: 'If a girl catches the bride's bouquet after a wedding, she will be next to merry' (*'Если девушка поймает букет невесты на свадьбе, она следующая выйдет замуж'*) [4]. That's why both young British and Belarusian women try to catch the bride's bouquet at the wedding. It is important to note that it was not always the bouquet that was thrown. In some parts of England, it was a cake or a head of cheese and even the bride's stocking.

There are also superstitions about wedding dates. For example, many people in Belarus and Britain believe that it is impossible to get married during Lent. In this case there is a saying 'If you merry in Lent, you will live to repent' (*'Кто в пост женится, всю жизнь кается'*). Moreover, the day of the week should be chosen thoughtfully, in Britain there is a saying 'Monday for health, Tuesday for wealth, Wednesday best of all, Thursday for losses, Friday for crosses, Saturday for no luck at all' (*'Понедельник – к счастью, вторник – к богатству, среда – лучший день для свадьбы, четверг – к потерям, пятница – к ссорам, суббота – к неудачам'*) [5].

There is another interesting superstition concerning the bride's dress: 'Married in white, you have chosen right; married in black, you'll wish yourself back' (*'В платье ты белом – выбор твой верный, черное возьмишь – от мужа уйдешь'*) [5].

Moreover, similarities in superstitions associated with the number 13 are evident in both Britain and Belarus. In both cultures, the number 13 is seen as hapless and bringing bad luck. In Britain, this superstition manifests itself, for example, in the fact that many buildings skip the 13th floor by omitting it in the numbering, and in the fact that some people avoid gathering around a table of 13. In Belarus, the combination of the number 13 is also considered unfavourable, and many people try to avoid it when making important decisions or planning events.

In addition, both British and Belarusian cultures believe that scattering salt will result in bad luck and quarrels. There is a belief that if you scatter salt, you should throw some salt over your left shoulder to ward off evil spirits or demons.

However, there are many differences between British and Belarusian superstitions. One of the most important differences is the interpretation of the superstition when a black cat runs across the road. If in Belarus it means bad luck, in Britain a black cat symbolises happiness and good luck. From the British point of view, it sounds like this: 'If a black cat crosses your path, you will have good luck' (*'Встретить чёрную кошку к удаче'*) [3].

Superstitions associated with the ladder have differences in perception and interpretation in Britain and Belarus. In Britain, it literally sounds like this: ‘Do not walk under the ladder’ (*Пройти под лестницей! – к несчастью*) [3]. It is believed that if you pass under the ladder, which is leaned against the house - a bad sign, because the ladder, the wall and the earth form a triangle - the symbol of the Trinity, so to pass through it - means to commit blasphemy. In turn, Belarus has its own superstition connected with the ladder. For example, there is a belief that if you climb the stairs holding a cracked handrail, you can attract bad luck and misfortune.

Another very British superstition is about umbrellas. In Britain it is said: ‘Do not open an umbrella indoors’ (*Открыть зонтик в помещении – к горю и дождю*) [3]. It is believed that opening an umbrella indoors can bring bad luck on a person, or at the very least bad weather. In Belarus, on the other hand, it is accepted to open an umbrella indoors to dry it out.

Besides that, there is also a superstition in Britain that if you scratch your left hand, you will give money away. In Belarus, it is believed that if you scratch your left hand, on the contrary, it promises great wealth.

Having analysed superstitions in Britain and Belarus, it must be admitted that there are similarities in common superstitions, such as beliefs about bad luck with a broken mirror or scattered salt. However, there are also differences in the superstitions of Belarus and Britain. This is because of the historical, cultural and religious peculiarities of each country. The differences are also influenced by the social and economic status of the country, the educational level of the population and geographical features. Although superstitions may be regarded as illogical beliefs, they play a significant role in shaping people's worldviews and behaviour.

Literature

1. The Britannica Dictionary [Electronic resource] / Encyclopedia Britannica, Inc. – Mode of access: <https://www.britannica.com/dictionary/superstition>. – Date of access: 06.03.2024.
2. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus [Electronic resource] / Cambridge University Press & Assessment. – Mode of access: <https://dictionary.cambridge.org/ru/>. – Date of access: 06.03.2024.
3. Differences between beliefs and superstitions [Electronic resource] / FernFlower Group. – Mode of access: <https://www.fern-flower.org/en/articles/differences-between-beliefs-and-superstitions>. – Date of access: 06.03.2024.
4. Объединенное королевство [Электронный ресурс] / Официальный сайт детского языкового Лагерь «Объединённое королевство». – Режим доступа: <https://ukcamp.ru/blog/>. – Дата доступа: 06.03.2024.
5. Lim English [Electronic resource] / Lim English. – Mode of access: <https://lim-english.com/posts/primety-i-sueveriya-v-velikobritanii/>. – Date of access: 06.03.2024.

УДК 81.255

ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ: СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ЖАНРЕ

В.М. Лазанюк, 4 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель
Полесский государственный университет

Имена собственные образуют определенную систему в каждом языке. Их многообразие и широкое распространение в нашей жизни являются важным аспектом изучения для многих лингвистов.

По определению А.М. Мезенко, имя собственное – имя существительное, обозначающее слово или словосочетание, предназначенное для именованья конкретного, вполне определенного предмета или явления, выделяющее этот предмет или явление из ряда однотипных [3, с. 72].

Онимы являются неотъемлемой частью англоязычной прессы и в условиях развития межкультурных связей становятся объектом перевода [1, с. 92]. Считается, что перевод имен собственных не вызывает трудностей, поскольку они относятся к языковым единицам с однозначными соответствиями. В силу того, что не всегда есть зафиксированный образец передачи того или иного объекта, сложности все равно возникают [2, с. 83].

Актуальность данного исследования заключается в недостаточной изученности проблемы перевода имен собственных, а также в определении подходящих переводческих трансформаций при передаче онимов различных типов в структуре экономических медиа-текстов.

Объектом исследования являются имена собственные в публицистических текстах экономической направленности.

Предмет исследования – особенности перевода имен собственных в публицистических текстах экономической направленности.

Цель исследования заключается в изучении особенностей перевода имен собственных в структуре экономических медиа-текстов.

Выбор конкретного приема передачи имени собственного зависит от наличия зафиксированного варианта перевода. К трансформациям, используемым при переводе онимов, относятся транскрипция, транслитерация, транспозиция, калькирование, трансплантация, а также прием добавления.

Материалом для исследования послужили 40 статей в 8 электронных периодических изданиях, из которых методом сплошной выборки было отобрано для анализа 73 примера имен собственных.

Проведенный нами анализ свидетельствует о том, что в экономических медиа-текстах встречаются такие виды имен собственных как антропонимы, топонимы, годонимы, названия компаний, учреждений, бирж, магазинов, пабов и другие наименования. Рассмотрим на примерах специфику перевода представленных онимов.

Самой преобладающей группой имен собственных являются топонимы (37,8 %). Перевод данной категории онимов не вызывает трудностей, поскольку у большинства единиц есть однозначное соответствие:

*The retailer is opening the smaller Express stores in locations such as **Dorset, Surrey and Lancashire**. – Ритейлер открывает небольшие экспресс-магазины в таких городах, как **Дорсет, Суррей и Ланкашир** [9].*

В единичных случаях приходится прибегать к переводческим трансформациям, таким как полукалькирование:

*Benchmark prices on homes were down anywhere from 1.8 per cent (in Pitt Meadows) to 16.7 per cent (in **West Vancouver**). – Базовые цены на дома снизились: от 1,8% (в Питт-Медоуз) до 16,7% (в **Западном Ванкувере**) [8].*

Следующими по частоте употребления являются названия компаний (24,3 %). Графический перенос с использованием латиницы будет наиболее подходящим вариантом для того, чтобы передать оригинальное название компании:

***Klarna** axes popular credit product used by 90k customers in run-up to Christmas. – **Klarna** выпускает популярный кредитный продукт, которым пользуются 90 тысяч клиентов в преддверии Рождества [6].*

Несмотря на то, что многие названия находятся на слуху, есть вероятность того, что для читателя будет непонятно, для наименования какого именно объекта оно используется, поэтому к трансплантируемому названию добавляется уточняющее слово, в данном случае «компания»:

*Information released in the **BWA Insolvency** quarterly report recently makes for concerning reading. – Информация, опубликованная недавно в ежеквартальном отчете **компании BWA** о банкротстве, вызывает беспокойство [5].*

Следующей по распространенности группой имен собственных являются антропонимы (14,8 %). В отобранном материале основным и единственным способом для их перевода является транскрипция:

*WSJ personal finance reporter **Oyin Adedoyin** joins host **Ariana Aspuru** to explain what this means for holiday shoppers. – Репортер Уолл-стрит джорнэл по личным финансам **Ойин Адедойин** присоединяется к ведущей **Ариане Аспуру**, чтобы объяснить, что это значит для покупателей во время праздников [9].*

В структуре экономических текстов нередко встречаются названия различных учреждений (6,8 %). Такая переводческая трансформация как калькирование признана наиболее подходящей для интерпретации такого рода наименований:

The Reserve Bank of Australia outlook also pointed to growing evidence that inflation expectations are beginning to rise. – Прогноз **Резервного банка Австралии** также указывает на увеличивающееся число свидетельств того, что инфляционные ожидания начинают расти [9].

Следующим по частоте использования видом онимов являются названия магазинов и пабов (6,8 %). Трансплантация и транскрипция были определены как наиболее подходящие способы перевода:

The highest paying Christmas pub jobs this year revealed – and it's not Greene King and Wetherspoons. – Выявлены самые высокооплачиваемые рождественские вакансии в пабах в этом году – и это не **Грин Кинг** и **Уэзерспунс** [6].

Редко встречающимся в структуре медиа-текстов видом имен собственных являются топонимы (2,7 %). Для их перевода используется транскрипция:

Mars Group to sell St Kilda Road site at a loss. – Компания **Mars Group** продаст участок на **Сент-Килда-роуд** себе в убыток [7].

К прочим именам собственным были отнесены названия центров, бирж, изданий и т.д. (6,8 %). При их переводе применяется прием калькирования:

You can't miss the Northern Specialist Centre. – Вы не можете пропустить **Северный специализированный центр** [5].

Проведенный анализ свидетельствует о том, что в экономических текстах встречаются различные виды имен собственных. Самыми распространенными являются топонимы – 37,8 %, названия компаний – 24,3 % и антропонимы – 14,8 %. Наиболее распространенными видами перевода оказались транскрипция и трансплантация. Выбор переводческой трансформации зависит от типа переводимого онима. Поэтому каждый переводчик должен уметь различать виды имен собственных и в зависимости от этого выбирать подходящий способ перевода. Помимо этого, не стоит забывать и о национально-культурных особенностях языка, о диалектических противоречиях, которые связаны с функционированием онимов в языковой среде. Только благодаря учету всех особенностей можно избежать субъективных ошибок и неточностей и достичь наиболее качественного и эквивалентного перевода.

Список использованных источников

1. Бурханова, Е.В. Способы перевода имен собственных на английский язык / Е.В. Бурханова // Вестник Уфимского юридического института МВД России. – 2016. – №1. – С. 92-95.
2. Леонович, Е.О. Заметки об английских собственных именах: учеб. пособие / Е.О. Леонович, О.А. Леонович. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2020. – 192 с.
3. Мезенко, А.М. Теория имени собственного: учебное пособие / А.М. Мезенко, В.М. Генкин, А.Н. Деряго; под общ. ред. А.М. Мезенко. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2022. – 202 с.
4. Calgary Herald [Electronic resource]. – Mode of access: <https://calgaryherald.com/>. – Date of access: 28.03.2024.
5. Local Matters [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.localmatters.co.nz/> – Date of access: 28.03.2024.
6. The Sun [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.thesun.co.uk>. – Date of access: 28.03.2024.
7. The Sydney Morning Herald [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.smh.com.au>. – Date of access: 28.03.2024.
8. The Vancouver Sun [Electronic resource]. – Mode of access: <https://vancouversun.com>. – Date of access: 28.03.2024.
9. The Wall Street Journal [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.wsj.com>. – Date of access: 28.03.2024.

СМАЧНА ЕСЦІ! КУЛІНАРНЫЯ ТРАДЫЦЫІ БЕЛАРУСАЎ: АД ЖЫЦЦЯ ДА ЛІТАРАТУРЫ

Д.В. Лекуновіч

Навуковы кіраўнік – **Н.І. Куратнік**, настаўнік беларускай мовы і літаратуры
ДУА «Гімназія № 2 г. Пінска»

Сёння адчуваецца пільная патрэба пазнання беларусамі саміх сябе праз культурныя і духоўныя здабыткі народа. Разам з мовай, вуснай народнай творчасцю, рамёствамі адметнай рысай кожнай нацыі з’яўляецца і нацыянальная кухня, якая сыходзіць сваімі каранямі ў глыбокую старажытнасць. Адлюстроўваючы штодзённы побыт народа, пісьменнікі не маглі абысці ўвагай і яго кулінарныя традыцыі.

Мэта даследчай работы: даследаванне асаблівасцей адлюстравання кулінарных традыцый беларусаў у літаратуры.

Пастаўленая мэта прадугледжвае вырашэнне наступных **задач**:

- знайсці беларускія народныя стравы і сістэматызаваць іх у тэматычныя групы;
- раскрыць характар адлюстравання нацыянальнай кухні ў беларускім фальклоры;
- высветліць, як кулінарныя традыцыі беларусаў паказаны ў паэзіі;
- вызначыць асаблівасці апісання беларускай нацыянальнай кухні ў мастацкай прозе і публіцыстыцы.

Аб’ект даследавання: паэтычныя і празаічныя творы, у якіх адлюстраваны беларускія нацыянальныя кулінарныя традыцыі.

Прадмет даследавання: асаблівасці адлюстравання беларускай нацыянальнай кухні ў літаратуры.

Гіпотэза: творы літаратуры з’яўляюцца адной з крыніц пазнання кулінарных традыцый беларусаў.

Паколькі даследчая работа звязана з літаратурай і этнаграфіяй, мы аналізавалі не кулінарныя кнігі, а энцыклапедыю “Этнаграфія Беларусі”, якая дапамагае знайсці адказ на пытанне, якія стравы нацыянальнай кухні выкарыстоўваліся ў традыцыйным побыце беларусаў. Усяго ў згаданым вышэй выданні мы знайшлі назвы 93 страў. Іх мы раздзялілі на групы: першыя стравы, другія стравы, стравы з бульбы, мясныя стравы, мучныя стравы, печыва, напоі, малочныя стравы, дэсерт. Прааналізаваўшы дадзенае выданне, мы прыйшлі да вываду, што беларуская нацыянальная кухня мае багатыя традыцыі, а характар харчавання і ежы беларусаў у многім вызначаліся накіраванасцю іх гаспадаркі. Таму асноўны прынцып беларускай кухні – максімальнае выкарыстанне раслінных прадуктаў пры мінімуме мяса.

У рабоце мы даследавалі нацыянальную кухню праз адлюстраванне яе ў творах літаратуры, і для стварэння больш поўнага ўяўлення вырашылі разгледзець і паэтычныя, і празаічныя творы, а таксама фальклор.

Прааналізаваныя намі фальклорныя творы не вызначаюцца багаццем у адлюстраванні традыцый нацыянальнай кухні. Пры гэтым большай тэматычнай разнастайнасцю характарызуюцца прыказкі і прымаўкі. У загадках, прыказках, казках сустракаюцца традыцыйныя нацыянальныя стравы і прадукты, якія прысутнічалі ў штодзённым рацыёне нашых продкаў: бліны, кулеш, клёцкі, сыр, капуста. Адзначым, што на аснове твораў вуснай народнай творчасці можна зрабіць вывад, што з глыбокай старажытнасці беларусы з вялікай павагай ставіліся да хлеба. І гэта не выпадкова, бо менавіта “хлеб у беларусаў, як і ў іншых земляробчых народаў, здаўна служыў сімвалам жыцця і дабрабыту” [1, с. 513].

Наступным аспектам нашага даследавання было адлюстраванне традыцый нацыянальнай кухні ў паэзіі. На аснове аналізу паэтычных твораў мы прыйшлі да высновы, што ў прааналізаваных намі вершах стравы нацыянальнай кухні згадваюцца рэдка. Акрамя вершаў, мы прааналізавалі ліра-эпічныя творы вялікай формы і высветлілі, што яны вызначаюцца разнастайнасцю ў адлюстраванні кулінарных традыцый беларусаў. Напісаныя ў розныя дзесяцігоддзі XIX і XX стагоддзяў, яны даюць нам магчымасць прасачыць, як мяняліся з цягам часу кулінарныя густы нашых продкаў. У бурлескна-травесційных паэмах “Энеіда навыварат” і “Тарас на Парнасе” на сталі ў

багоў традыцыйныя сялянскія стравы: *капуста, кулеш, каша, бліны, крупеня і жсур*. І гэта “адпавядае канцэпцыі бурлескна-травесцыйнага твора, у якім антычныя багі “пераапануты” ў сялянскую вопратку і паказаны ва неўласцівых ім умовах простанароднага жыцця і побыту” [2, с. 67].

У плане адлюстравання кулінарных традыцый вялікую цікавасць уяўляе паэма Якуба Коласа “Новая зямля”, у якой аўтар паказвае штодзённы і святочны стол сялянскай сям’і, а таксама застольныя традыцыі, перадаючы “паэзію “гастранамічных” адчуванняў” беларусаў” [3, с. 134]. Не абышлі мы ўвагай і першы беларускі раман у вершах “Родныя дзеці”, які цікавы нам з пункту гледжання захавання беларускіх кулінарных традыцый. У дадзеным творы згадваецца 19 страў нацыянальнай кухні. У кулінарным плане звяртаюць на сябе ўвагу раздзелы “Пашанаванне” і “Тама на ў застоллі”, дзе багаты стол увасабляе гасціннасць гаспадароў і з’яўляецца адзнакай дабрабыту, а таксама сведчаць пра захаванне кулінарных традыцый продкаў. Адчуваецца захапленне аўтара традыцыямі нацыянальнай кухні, якімі “*слаўны ў свеце родны край*”, таму менавіта ім прысвечаны раздзел “Адступленне пятае – кулінарнае”. У ім паэт пяе хвалебную песню беларускаму сталу, згадваючы “*парася па-беларуску*”, *вяндлінку з водарам ядлоўца, вясковую каўбаску, вантрабянку, бабку, бліны, мачанку-верашчаку і калдуны*. Як бачым, гэтыя традыцыйныя беларускія стравы, якія і ў канцы мінулага страгоддзя займалі пачэснае месца на стале беларусаў і былі вядомы суседнім народам. Звернем увагу на тое, што тут пераважаюць мясныя стравы, што сведчыць аб росце дабрабыту беларусаў у XX стагоддзі, які знайшоў адлюстраванне і ў кулінарных густах.

Сярод праявітых твораў найбольш інфармацыйна насычаным з’яўляецца раздзел “Хлеб і да хлеба” з кнігі нарысаў Уладзіміра Караткевіча “Зямля пад белымі крыламі”, бо ў ім аўтар згадвае, а ў некаторых выпадках і апісвае дзясяткі страў і прадуктаў. Письменнік у невялікім па аб’ёме артыкуле здолеў раскрыць адметнасць нацыянальнай кухні і пераканаць чытача у тым, што “*беларус любіць смачна паесці*” [4, с. 398]. Такім чынам ён імкнецца захаваць беларускую кухню як з’яву нацыянальнай культуры, па якой можна меркаваць пра народ, яго звычай і побыт.

Уяўленне пра стол заможнай шляхты канца XIX стагоддзя, які вызначаўся вытанчанасцю, разнастайнасцю прадуктаў і спецыяльнасцю, дае аповесць Уладзіміра Караткевіча “Дзікае паляванне караля Стаха”. А ў рамане Івана Мележа “Людзі на балоце” стравы, што стаяць на небагатым сялянскім стале, дапаўняюць наша ўяўленне пра сацыяльнае становішча сялян у пачатку XX стагоддзя. Неўрадлівыя землі (“*пясок ці балото*”) не давалі багаты ўраджай, таму людзі шукалі спосаб “*перабіць нішчымніцу*” [5, с. 78]. На небагатым штодзённым сялянскім стале *вараная бульба (картоплі), расол, боршч*.

Як відаць з праведзенага даследавання, стравы нацыянальнай кухні заўсёды займалі важнае месца на стале беларусаў, што знайшло сваё адлюстраванне ў літаратуры, таму сустракаецца даволі вялікая колькасць фальклорных, паэтычных і праявітых твораў, у якіх яны згадваюцца. Такім чынам, можна зрабіць вывад, што выказаная ў пачатку работы гіпотэза пацвердзілася, паколькі літаратурныя творы служаць адной з крыніц пазнання кулінарных традыцый беларусаў.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Этнаграфія Беларусі: Энцыкл. – Мн.: БелСЭ, 1989. – 575 с.
2. Беларуская літаратура: вучэбны дапаможнік для 9 класа ўстаноў агульнай сярэдняй адукацыі з беларускай і рускай мовамі навучання. / В.У. Праскаловіч, В. П. Рагойша, Т. І. Шамякіна – Мінск: Нац. Ін-т адукацыі, 2019. – 286 с.
3. Навуменка, І. Якуб Колас: Духоўны воблік героя / І. Навуменка. – Мн.: Выдавецтва БДУ, 1981. 240 с
4. Караткевіч, У. Збор твораў: У 8 т. Т. 8. Кн. 2. / У.Караткевіч. – Мн.: Маст. Літ., 1991. – 495 с.
5. Мележ, І. “Людзі на балоце”/ І. Мележ. – Мн.: Юнацтва, 1987. – 387 с.

КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ: ТИПЫ, УСЛОВИЯ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Т.Д. Лозицкая, А.Н. Степаненко, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар**, к.ф.н.
Полесский государственный университет

Проблема коммуникативных неудач (КН) является одной из важнейших, изучаемых современной коммуникативной лингвистикой в последние десятилетия. Представители разных лингвистических направлений исследуют явление коммуникативной неудачи и сегодня, однако истоки этой проблемы восходят еще Аристотелю, который писал о «неправильностях речи», приводящих к «логическим неправильностям» [2, с. 25].

КН считается ситуация, когда один из участников коммуникации не полностью понимает сообщение другого, что приводит к «сбою» [1, с. 53] в общении. В этом случае речевые высказывания не выполняют своей функции, и их компоненты не используются для взаимодействия с окружающей средой [1].

Актуальность данной научной работы обусловлена необходимостью понимания и улучшения коммуникации в современном обществе. Неудачи в общении могут иметь серьезные последствия и на личном, и на профессиональном уровне, приводя к конфликтам, непониманиям. Цель исследования – изучение коммуникативной неудачи, её причин и условий успешного общения на основе лингвистических подходов.

Задачи научной работы: 1) изучить типы коммуникативных неудач на основе причин их возникновения; 2) проанализировать примеры коммуникативных неудач из реальной жизни и выявить возможные способы их предотвращения; 3) предложить рекомендации по развитию коммуникативных навыков для улучшения качества речевого взаимодействия.

Объект изучения – КН в речевом взаимодействии между молодежью и старшим поколением; представителями американской и японской культур.

Исследователи согласны в том, что КН являются обычным явлением в реальном человеческом общении. Они всегда присутствуют и естественны, так как непонимание, недопонимание, неспособность услышать и выразить мысль являются почти неизбежными спутниками естественного общения [3].

Одна из первых попыток типологии КН в зарубежном языкознании предпринята Д. Остином в рамках его теории речевых актов. Исследователь называет КН «осечкой», в случае которой коммуникативный акт становится нерезультативным вследствие «нарушений правил обращения к процедуре», «нарушения правил применения процедуры», «нарушения правил выполнения процедуры». Д. Остин выделяет «злоупотребления», которые соответствуют «перформативным неудачам», то есть нарушениям условий успешности перформативного высказывания, а, следовательно, и речевого акта [4, с. 33–35].

Основные причины коммуникативной неудачи: различия в представлениях мира, созданных различными национальными культурами участников общения;

несовпадение оценок явлений действительности; неправильное понимание речевой интенции; неточности и недосказанности при выражении мысли.

Г.М. Шипицына и Ю.А. Воронцова выявили следующие типы КН на основе причин их возникновения с помощью лингвистического эксперимента (анкетирование): 1) КН, связанные со специфическими проявлениями когнитивно-вербальных механизмов построения текстов; 2) КН, вызванные различием фоновых знаний коммуникантов; 3) КН, связанные с интерпретационной деятельностью реципиента; 4) КН, вызванные прагматической некорректностью высказывания; 5) КН, обусловленные введением в текст грубых, вульгарных слов и выражений [5].

Успешность речевого взаимодействия зависит от соблюдения определенных условий, которые определяются постулатами общения. Соблюдение постулатов позволяет точнее предсказывать положительный результат коммуникативного акта для обеих сторон. Для описания этих условий используют постулаты кооперативного общения Г. Грайса, которые включают четыре категории:

1. Категория Количества, связанная с количеством информации, которое необходимо передать. Она включает два постулата: а) твое высказывание не должно содержать меньше информации, чем требуется; б) твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

2. Категория Качества, содержащая требование истинности высказывания и включающая два постулата: а) не говори того, что ты считаешь ложным; б) не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

3. Категория Отношения, представленная одним постулатом – не отклоняйся от темы.

4. Категория Способа, которая соотнесена не с тем, что говорится, а с тем, как говорится и выражающая общее требование «Выражайся ясно», реализованное в постулатах: избегай непонятных выражений; избегай неоднозначности; избегай ненужного многословия; будь организован.

Эти постулаты являются наиболее общими, базовыми для выделения и/или конкретизации других условий успешности дискурса [6].

Рассмотрим пример КН, вызванной прагматической некорректностью высказывания. Ситуационный контекст: на свадебной церемонии бабушка (А) обращается к внучке (Б), которая только что вышла замуж:

А: Ты так прекрасна сегодня, моя дорогая внучка! Спасибо за этот праздник.

Б: Спасибо, бабушка, что ты здесь со мной.

А: Как я могу не быть здесь? Я уже предвкушаю, когда ты мне подаришь правнука!

Б: (смущенно) Бабушка, нам с мужем еще рано думать об этом.

А: (обиженно) Ты меня разочаровываешь, дорогая!

В данной ситуации возникает коммуникативный конфликт из-за различия в ожиданиях и ценностях между поколениями. Бабушка выражает свою любовь и заботу о внучке, но ее ожидание правнука вызывает смущение у молодой пары. Молодежь воспринимает это как навязывание старых ценностей, что приводит к недопониманию и обиде. Причина конфликта заключается в различии во взглядах на семейные ценности и временные рамки для принятия решений. Для предотвращения подобных ситуаций важно осознавать свои ожидания и быть открытым к различию в подходах к жизненным событиям.

Рассмотрим пример КН между представителями культурных групп. Ситуационный контекст: американский студент (А) пригласил на обед нового знакомого из Японии (Б):

А: Что будем готовить на обед? Может закажем пиццу?

Б: Нет, спасибо, я не очень люблю пиццу. Может сделаем суши?

А: Извини, но мне не очень нравятся суши. Давай пойдем в «КФС»!

Б: Прости, но «КФС» не для меня.

Оба участника диалога ожидали успешного общения и приятного обеда, но из-за различий в культурных особенностях возникла КН. Американский студент предложил блюда, которые широко распространены в его культуре, но оказались неприемлемыми для японского собеседника.

Для улучшения качества речевого взаимодействия и развития коммуникативных навыков рекомендуем следующее: 1) быть активным слушателем; 2) развивать эмпатию; 3) выражать свои мысли ясно и четко, чтобы избежать двусмысленности; 4) задавать вопросы; 5) уважать культурные различия; 6) практиковаться в общении с представителями различных возрастных и культурных групп.

Исследование КН является важным компонентом изучения процессов общения между людьми. Нами изучены типы КН, причины их возникновения, условия успешного общения с использованием лингвистических подходов. Рассмотрение лингвистических теорий, экспериментов исследования КН позволило выявить ключевые особенности речевого взаимодействия между участниками разных культур, между молодежью и старшим поколением.

Результаты исследования подчеркивают важность понимания основных моментов успешного общения и умения учитывать различия в подходах к общению. Анализ реальных примеров КН помог выявить возможные способы их предотвращения и разработать рекомендации по развитию коммуникативных навыков. Предложенные в рамках исследования рекомендации направлены на улучшение качества речевого взаимодействия между представителями различных культур и возрастных групп, что является ключевым элементом успешного коммуникативного процесса.

Список использованных источников

1. Агапова, С. Г. Основы межличностной и межкультурной коммуникации /С. Г. Агапова. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 282 с.
2. Аристотель. Сочинения в четырёх томах. Т.2. / под ред. З.Н. Микеладзе. – М. : Мысль, 1978. – 684 с.
3. Диалоговое взаимодействие и представление знаний : сб. науч. тр. / АН СССР, Сиб. отд-ние, ВЦ ; под ред. А. С. Нариньяни. – Новосибирск : ВЦ СО АН СССР, 1985. – 189 с.
4. Новое в зарубежной лингвистике : сб. ст. / Слово как действие ; под ред. Б. Ю. Городецкого. – М. : Прогресс, 1986. – 422 с.
5. Шипицына, Г. М., Воронцова Ю.А. О коммуникативной установке текстов СМИ / Г. М. Шипицына, Ю. А. Воронцова. – М. : Русская речь, 2005. – 67 с.
6. Grice, H. P. Logic and conversation / H. P. Grice. – New York ; Academic Press, 1975. – 58 p.

УДК 81'25

FAR-АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПЕРЕВОДА МЕЖЪЯЗЫКОВЫХ СУБТИТРОВ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

П.А. Мальцева, 2 курс магистратура

Научный руководитель – **В.Д. Грищенко**, к.п.н.

Государственный социально-гуманитарный университет

Субтитрированный перевод компьютерных игр — это новый и особый вид аудиовизуального перевода, который нуждается в тщательном изучении. Это связано с тем, что индустрия компьютерных игр стремительно развивается, а процесс глобализации способствует их быстрому распространению во всём мире. Переводчики вынуждены оперативно решать переводческие проблемы, чтобы сохранить маркетинговую привлекательность и оригинальность компьютерной игры.

Одной из проблем, с которой сталкиваются переводчики при передаче компьютерных игр, является оценка качества субтитров со стороны редактора, издателя и, конечно же, игрока.

Вопросами разработки моделей оценки качества субтитров занимались многие ученые, такие как Ромеро Фреско, Пабло Мартинес, Хенрик Вальтер-Йонсен и другие. Однако их модели больше рассматривались, как руководство и каждая из них имели свои недостатки.

Исследователь и доцент кафедры переводоведения Стокгольмского университета, Ян Педерсен, разработал FAR-анализ в попытке создать универсальный подход к оценке качества перевода. Эта модель может применяться совместно с различными руководствами и нормами, предлагаемыми в области переводоведения.

Аббревиатура FAR образуется из названий трёх свойств качества, которые поделены на три группы: функциональная эквивалентность (functional equivalence), адекватность (acceptancy) и читаемость (readability) [2, с. 217]. Единицей оценивания является семантически и синтаксически самостоятельный субтитр. Данный анализ качества субтитров предусматривает систему выставления штрафных баллов за ошибки в каждой области. Ошибки подразделяются на незначительные (0,25 балла), стандартные (0,5 баллов) и серьёзные (1 балл).

Рассмотрим каждый аспект более детально. Функциональная эквивалентность, или как отмечает Ян Педерсен, прагматическая эквивалентность, определяет, насколько точно передается смысл высказывания. Важнее всего передать смысл реплики персонажа игры, а не слова, которые он использовал при этом. Хотя идеально было бы передать и форму, и содержание субтитров, но часто это невозможно из-за ограничений по пространству и времени. Если удалось передать только смысл, это не является ошибкой. Однако, если передана только форма без учета смысла, это может запутать зрителя и привести к серьезным ошибкам [2, с. 218].

Ошибки в субтитрах могут быть разделены на семантические и стилистические. Незначительные семантические ошибки чаще всего связаны с ошибками в лексике, включая ошибки в терминологии, и не оказывают влияния на сюжет или восприятие игрока. Если в субтитрах присутствуют заметные ошибки, которые не сильно мешают пониманию сюжета и не усложняют процесс игры, то такие ошибки считаются стандартными. Также стандартной ошибкой является случай, когда важные для сюжета высказывания остаются непереведенными. Если субтитры содержат ошибочную информацию, которая затрудняет восприятие сюжета игры или приводит к полному непониманию аудиовизуального текста, то это уже серьезная ошибка [2, с. 219].

Стилистические ошибки не являются столь критичными, так как они редко приводят к полному непониманию сюжета, но могут создавать негативное впечатление. Примерами таких ошибок могут быть неподходящие формы обращения, неправильный регистр (слишком высокий или слишком низкий) или другие языковые особенности, которые не соответствуют стилю оригинала.

Следующий аспект оценки FAR-анализа - это адекватность, которая оценивает соответствие перевода нормам целевого языка. Ошибки в этой области могут придавать субтитрам иностранное или неестественное звучание. Эти ошибки могут быть грамматическими, орфографическими или идиоматическими. Стоит отметить, что незначительные грамматические не влияют на понимание реплик. Серьезные ошибки более заметны и затрудняют чтение и понимание субтитров. К незначительным орфографическим ошибкам относятся любые ошибки, которые меняют значение слова, а к серьезным - ошибки, которые делают слова невозможным для прочтения и понимания. Главная причина идиоматических ошибок - интерференция исходного текста, но могут быть и другие причины. Как отмечает Я. Педерсен, иногда ошибки в исходном тексте могут быть настолько серьезными, что речь идет об эквивалентности [2, с. 221].

Третьей областью оценки FAR-анализа субтитров является читаемость, включающая технические аспекты. Сюда входят ошибки сегментации и времени субтитров, пунктуационные ошибки, скорость чтения и длина строк. Неправильная сегментация может отвлекать игрока от процесса игры. Если ошибка находится между разными субтитрами, то это стандартная ошибка, если между строками субтитров, то ошибка незначительная. Серьезных ошибок в данной категории не выделяется. Ошибки времени возникают из-за несоответствия субтитра с речью персонажа или с изображением. Если субтитры поздно появляются на экране, игрок начинает искать их глазами ещё до того, как они появляются. Когда синхронизация нарушена более чем в одной реплике, то это серьезная ошибка. Незначительные ошибки появляются, когда субтитр опаздывает или спешит менее чем на одну секунду. Другие ошибки относятся к стандартным ошибкам [2, с. 222].

В субтитрировании ошибки в пунктуации имеют большое значение. Я. Педерсен отмечает использование в субтитрах курсива. Во многих странах курсив используется для указания на то, что голос или текст не присутствуют в кадре (например, голоса, звучащие по телефону или телевизору). Ошибочное использование курсива рассматривается как стандартная ошибка.

Скорость чтения и длина строки также являются категориями, влияющими на читабельность субтитров. В зависимости от особенностей языка длина строки и количество символов варьируются. Слишком медленные или крайне быстрые субтитры могут привлекать внимание зрителей и нарушать восприятие. Скорость чтения у каждого человека определяется его индивидуальными особенностями, и учесть это при создании модели крайне сложно. Поэтому для практических целей следует привлекать также нормы различных руководств. Если таких норм нет, Я. Педерсен утверждает, что если скорость чтения превышает 15-20 символов в секунду (или 240 слов в минуту), то начисляются штрафные баллы. Данная ошибка будет считаться стандартной [2, с. 223].

Когда все области оценены, происходит подсчет всех штрафных баллов. Общую сумму баллов делят на количество субтитров и получают оценку для каждой области, делая вывод о том, насколько функционально эквивалентным, адекватным и читабельным получился перевод аудиовизуального текста компьютерных игр.

Таким образом, преимущество FAR-анализа состоит в том, что он оценивается в конкретных областях, дает возможность всесторонне проанализировать каждый субтитр по всем критериям и при проверке минимизировать количество ошибок. Данная модель является важной разработкой в области аудиовизуального перевода, требует обширного применения и дальнейшей работы над методикой оценивания переводов субтитров компьютерных игр.

Список использованных источников

1. Горшкова, В.Е. Перевод в кино[Текст] : учеб. / В.Е. Горшкова. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – 278 с.
2. Pedersen, J. The FAR model: assessing quality in interlingual subtitling [Электронный ресурс] / J. Pedersen. – URL: <https://www.phoenix3.ir/admin/News/file/46.pdf> (дата обращения: 03.04.2024).
3. Ivarsson, J. Code of Good Subtitling Practice [Электронный ресурс] / J.Ivarsson, M. Carroll. — URL: <https://www.esist.org/wp-content/uploads/2016/06/Code-of-Good-Subtitling-Practice.PDF.pdf> (дата обращения: 03.04.2024).

ОСОБЕННОСТИ СОЧЕТАНИЯ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ РАЗМЕР В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ, ПРИ ПЕРЕВОДЕ

А.А. Марчик, А.А. Марчик, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н.**
Полесский государственный университет

Язык крайне важен для каждого, и, тем не менее, в течение нашей жизни мы вряд ли понимаем более двух или трех языков, можем свободно изъясняться на них. У большинства людей есть возможность общения только на своем родном языке. Лишь небольшая часть людей владеет двумя или более языками. Существует множество ситуаций, когда человеку могут потребоваться услуги переводчика, ведь именно перевод является неотъемлемой частью современного мира.

Для современной лексикологии актуален вопрос о лексической совместимости. В материале рассматриваются проблемы, связанные с лексической совместимостью прилагательных, которые обозначают размер в русском и английском языках.

Целью работы является поиск, анализ и сравнение наиболее часто встречающихся прилагательных, обозначающих размер в русском и английском языках при переводе для нахождения особенностей перевода в них лингвокультурологического компонента. Материалом для изучения послужили лингвистические единицы, обозначающих размер, взятые из словарей, информационных ресурсов сети Интернет. Основными методами исследования являются: наблюдение, категориальный анализ, количественный анализ, сравнительный анализ.

Изучением обозначенных в материале вопросов занимались следующие лингвисты: Н.З. Котелова, И.В. Рахманов, Ю.Д. Апресян, И.А. Мельчук, В.В. Морковкин и др. Из исследований можно подчеркнуть, что вопрос сочетаемости элементов является чрезвычайно важным в плане обучения неродному языку, лексикографии, переводу и т.п. В задачи современного этапа также входит и создание новых словарей комбинаторного типа, которые отображали бы все сочетаемостные свойства языковой единицы.

Важность слова определяется природой его значения. Исследование совместимости слов путем их сопоставления в различных языках представляет особый интерес. Подобные сравнения помогают выявить как сходства, так и различия в употреблении слова «знак» в различных языках. Например, в одном языке «знак» может иметь более широкий семантический спектр, охватывая различные виды знаний, в то время как в другом языке оно может быть узкоспециализированным и использоваться только в определенном контексте.

Лексическая сочетаемость – это способность слова сочетаться с определённым кругом других слов. С точки зрения современного языка часто бывает трудно или даже невозможно объяснить причины различной сочетаемости близких по смыслу слов. Результат – лексические ошибки.

Итоги таких исследований имеют неоценимое значение для повышения эффективности обучения иностранному языку на основе родного, для теории и практики перевода. Известно, что слова, представленные в двуязычных словарях в качестве переводных эквивалентов, имеют существенные различия в лексической сочетаемости. Актуальность исследования обусловлена значительным интересом современной лингвистики к проблемам семасиологии. Тот факт, что исследование проводится на материале двух неродственных языков, демонстрирует национальную специфику сочетаемости элементов в языках, а это, в свою очередь, поможет в определенной степени снять фактор субъективности при построении лексической сочетаемости конструкций – это синтаксическая сочетаемость, которая ранее не принималась во внимание [1].

В сфере деловой документации английского распространены прилагательные общего характера. А люди, говорящие на русском, используют более конкретные и точные прилагательные, которые могут находиться на периферии. Но это зависит от направления документации. Например, big boxes – крупные, громоздкие и объемные упаковочные коробки.

Словарные определения показывают, что в семантической структуре анализируемых прилагательных всегда присутствует денотативный вспомогательный компонент.

Б.А. Ершов обращает внимание, что самые яркие образы и понятия носителей русского языка, а также у носителей английского языка ассоциируются с названиями различных предметов (домаш-

него обихода, названиями частей тела людей и животных, названиями растений, приборов и изобретений и др.) [4].

Семантическая структура изучаемой группы прилагательных существенно не зависит от генетических и структурных особенностей языка. Процессы формирования вторичных значений, которые как бы потенциально заложены в семантическую структуру слова, являются универсальными и характерными для живых языков [5]. Однако, несмотря на универсальный характер восприятия размеров предметов и явлений окружающего нас мира и большое сходство систем «эталон» размеров у разных народов, культура и история людей понимаются неодинаково [6].

Как в русском, так и в английском поле выделяется одинаковое количество посылок. Однако заполненность посылок на двух языках различна. Например, структура лексико-семантических полей прилагательного «size» в английском языке и размер в русском имеет одинаковое количество посылок.

Основное количество посылок в английском поле несколько меньше. крупнее, что объясняется наличием синонимов: big, great, huge, minimal, little и маленький, большой, огромный, минимальный, крошечный. Многие прилагательные в английском языке образованы от названий животных, таких как мамонты, слоны, а также от имен литературных персонажей. Зато благодаря наличию большого количества окончаний и форм в русском языке разбежки между формами размеров значительно меньше.

В текстах, где необходимо подчеркнуть выразительность и образность, прилагательные периферии встречаются чаще, чем прилагательные ядра. Четкой границы между ядром и периферией нет. Как отмечает М.В. Влататская, в тексте периферийные прилагательные могут становиться коммуникативно-релевантными, в то время как ядерные отходят на второй план [7].

Таким образом, в разных языках существует большое количество прилагательных, обозначающих размер. Вместе с тем переводчикам и лингвистам очень сложно подобрать точный эквивалент одного или другого слова. Так, в славянских языках наблюдается большее количество описательных прилагательных, чем в западных. Четкие границы между употребительными прилагательными и периферийными практически отсутствуют. Несмотря на разную структуру, в языках можно найти соответствия.

Список использованных источников

1. Ашмаров, И.А., Ершов, Б.А. Церковь как социально-экономический институт общества в XIX – начале XX вв. // И.А. Ашмаров. – II Международная научно-практическая конференция «Православие и Общество: грани взаимодействия». – Чита : Забайкальский государственный университет, 2018. – С. 33–41.
2. Ершов, Б.А. Значение духовно-нравственных ценностей в воспитании молодежи // Б.А. Ершов. – Вестник Воронежского государственного технического университета, 2009. – С. 34–37.
3. Ершов, Б.А., Зименкова, Е.В. Последствия распада СССР // Б.А. Ершов, Е.В. Зименкова. – Международный Журнал гуманитарных и естественных наук, 2016. – С. 20–22.
4. Ершов, Б.А. Историографические аспекты взаимоотношений Русской православной церкви // Б.А. Ершов. – Вестник Воронежского государственного технического университета. Серия «Гуманитарные науки», 2002. – С. 188–192.
5. Федянин, В.И., Ершов, Б.А., Зубов, И.В. Духовно-нравственное воспитание курсантов институтов государственной противопожарной службы Министерства по чрезвычайным ситуациям и высших военных учебных заведений современной России: история и современность // И.В. Федянин, Б.А. Ершов, И.В. Зубов. – Вестник Вятского государственного университета. Университет, 2007. – С. 63–67.
6. Фурсов, В. Н., Ершов, Б.А., Лубкин, Ю.Ю. Участие Русской Православной церкви в патриотическом воспитании молодого поколения в современной России. // В.Н. Фурсов, Б.А. Ершов, И.В. Зубов. – Известия Воронежского государственного Педагогический университет, 2000. – С. 147–150.
7. Влататская, М.В. Демаркация семантической, лексической и фразеологической сочетаемости в контексте комбинаторной семасиологии. // М.В. Влататская. – Вестник Пятигорского государственного университета, 2005. – С. 17.

РЕЧЕВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ПИНСКА

В.В. Мелюх, Н.А. Кухарчук, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар**, к.фил.н.
Полесский государственный университет

Реклама играет ключевую роль в современном мире, поскольку она способствует популяризации продуктов и услуг, увеличивает узнаваемость бренда, а также создает потребительский спрос. Она влияет на поведение потребителей и их решения о покупке, а также способствует формированию предпочтений и лояльности к товару или услуге. Однако очень важно уделять внимание лексической составляющей рекламных текстов, которая и является основой речевого воздействия, а значит, представляет собой один из главных механизмов влияния на покупателя.

Данная работа имеет своей целью изучение и анализ основных приемов манипуляции, используемых в рекламных текстах в общественных местах города Пинска для влияния на сознание и поведение потребителя.

Задачи исследования – изучить теоретические основы речевой манипуляции; рассмотреть основные приемы речевой манипуляции, применяемые в современной рекламе в общественных местах города Пинска.

Специалисты по маркетинговым коммуникациям часто применяют приемы речевой манипуляции, порой интуитивно, порой вполне осознанно. По мнению профессора, доктора технических наук С.Н. Литунова, «языковое манипулирование» – это отбор и использование таких средств языка, с помощью которых можно воздействовать на адресата речи [1]. По определению доктора экономических наук О.Н. Быковой, «речевое манипулирование» – вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент. Исследователь также отмечает, что «в основе речевого манипулирования лежат такие психологические и психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений, провоцируют его на совершение выгодных для манипулятора поступков» [2, с.99].

Следовательно, суть речевого манипулирования в рекламе заключается в том, что рекламная информация подается таким образом, чтобы потребитель на ее основе самостоятельно сделал определенные выводы, а именно менее критичные и с большим доверием [1].

Изучив труды О.Н. Быковой, С.Н. Литунова, Е.Л.Доценко, Е.С. Поповой, И.Я. Имшенецкой, В.Н. Панкратова и А.А. Белгородского, посвященные вопросам речевой манипуляции в рекламе, отметим наиболее распространенные приемы манипуляции, которые используются в рекламных текстах, что встречаются в общественных местах города Пинска (торговые центры, кофейни, рестораны, улицы, пешеходные зоны, супермаркеты).

1. Эвфемизация. «Толковый словарь Ожегова» дает следующее определение «эвфемизма» – это слово или выражение, заменяющее другое, неудобное для данной обстановки или грубое, непристойное [3]. Так в тексте рекламы от салона оптики «*Limbus*», расположенного в Пинске, употребляется фраза «*Поможем видеть мир чётко*». В данном случае, эвфемизация заключается в замене более прямого или негативного термина «ясно» на более мягкое и приятное «четко» [4].

2. Риторический вопрос. Под риторическом вопросом, понимают одну из стилистических фигур: вопросительное предложение, содержащее утверждение или отрицание, оформленное в виде вопроса, не требующего ответа [5]. Отрицательный ответ на вопрос не ожидается в силу его крайней очевидности. Например, страховая компания «*Белгосстрах*», представительство которой есть в Пинске, часто использует риторические вопросы в рекламе: «*А нужна ли страховка в отпуске?*», «*Хотите ли вы быть полностью защищены от непредвиденных ситуаций*» [6]. Этот прием вызывает эмоциональный отклик и мотивирует потенциальных клиентов действовать.

3. Переосмысление. Очевидному и всему известному факту, присваивается новый смысл, удобный манипулятору, открывая его с новой стороны [7]. Классический пример рекламы с приемом переосмысления – компания «*Coca-Cola*» под названием «*Share a Coke*» («*Поделись Колой*»). В

рамках этой компании на упаковке банок и бутылок напитка заменяли обычные логотипы и надписи на имена людей. Например, на банке написано «*Share a Coke with Sarah*» («*Поделись Колой с Сарой*»). В данной рекламе суть приема заключается в том, что Coca-Cola трансформирует свой продукт, обычно ассоциируемый с общим брендом, в индивидуализированный подарок. В качестве примера также можно привести компанию «*Полесье*», действующую в городе Пинске, с ее лозунгом «*Вдохновение быть собой*» [8]. В данном контексте лозунг может быть направлен на изменение восприятия собственной личности и своих возможностей.

4. Применение имплицатур. Имплицатура – неявные значения или намёки, которые слушатель извлекает из высказывания, основываясь на общепринятых принципах общения и контекста [3]. Следовательно, прием характеризуется присутствием в тексте рекламы утаенной информации, которая, итак, понятна. В качестве примера можно привести фразу на рекламном баннере супермаркета «*Евроопт*» – «*Радость выгодных покупок*» [9]. Скрытая информация в том, что радость и удовлетворение можно получить не только от покупки самого товара, но и от того, что покупка была выгодной, так как позволила сэкономить деньги.

5. Подмена понятий. Известное понятие ставится в один ряд с негативными (или позитивными) понятиями. Из-за этого оно приобретает негативный (позитивный) смысл [10]. Например, реклама майонеза «*Calve*» «*У женщин свои секреты*» [11] намекает, что именно у женщин есть определенные секреты приготовления, которые делают их блюда особенно вкусными. В данном случае майонез приравнивается к женским секретам.

6. Командование. Приём командования в рекламе заключается в использовании уверенных, заповедных формулировок, которые призывают совершить определенное действие [7]. Например, реклама кофейни города Пинска «*Расцветай с VARKA*» подчеркивает желание или необходимость действия со стороны потребителя.

Исходя из проанализированных нами пятидесяти рекламных текстов, которые используются для продвижения товаров и услуг в Пинске, отметим, что чаще всего их создатели используют имплицатуры, подмены понятий и переосмысления. Также мы выяснили, что созданием рекламных текстов и распространением рекламы в Пинске занимаются порядка 20 агентств контекстной рекламы. Среди них назовём «Пинскмедиа», «Smm Pinsk», «Информационный отдел пинских новостей», «Акварели», «ФилиНик» и др.

Таким образом, в сфере рекламы активно применяются разнообразные приемы манипулирования и, как правило, они используются комплексно. Все эти приемы имеют манипулятивную цель – навязывают адресату определенные оценки, точки зрения и, в конечном итоге, служат для побуждения его к каким-либо действиям.

Список использованных источников

1. Речевое воздействие и языковое манипулирование в рекламе [Электронный ресурс] / Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/manipulation.htm>. – Дата доступа: 23.03.2024.
2. Быкова О. Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1. Красноярск, 1999. С. 99-103.
3. Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс] / Ожегов Сергей Иванович. – Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=36048>. – Дата доступа: 23.03.2024.
4. Limbus Оптика [Электронный ресурс] / Instagram from Meta. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/limbuspinsk/>. – Дата доступа: 28.03.2024.
5. Риторический вопрос [Электронный ресурс] / Фоксфорд. – Режим доступа: <https://foxford.ru/wiki/literatura/a-rhetorical-question>. – Дата доступа: 23.03.2024.
6. Белгострах филиал по Брестской области [Электронный ресурс] / Белгострах. – Режим доступа: <https://brest.bgs.by/presscenter/news/>. – Дата доступа: 23.03.2024.
7. Манипулирование в рекламных текстах [Электронный ресурс] / Издательство «Молодой учёный» – Режим доступа: <https://moluch.ru/young/archive>. – Дата доступа: 23.03.2024.
8. Полесье – производство трикотажа и пряжи [Электронный ресурс] / Полесье. – Режим доступа: <https://polesie.by>. – Дата доступа: 23.03.2024.
9. Евроопт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://evroopt.by>. – Дата доступа: 28.03.2024.
10. Речевые манипулятивные техники в рекламе [Электронный ресурс] / Бизнес-школа SRC: семинары и тренинги в Москве: бизнес семинары, курсы и тренинги. – Режим доступа: <https://www.src-master.ru/article12.html>. – Дата доступа: 23.03.2024.

УДК 811.111

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИХ МАРКЕРОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПРЕЗЕНТАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ

М. Нехме, 3 курс, **М. Жилевич**, 6 класс
Научный руководитель – **О.Ф. Жилевич**, к.фил.н., доцент
Полесский государственный университет
А.И. Зизико, учитель ГУО «Средняя школа № 10»

В современном мире корпоративные презентации – важное средство коммуникации для транснациональных компаний, стремящихся продемонстрировать свои достижения, привлечь внимание общественности и инвесторов, а также укрепить свою позицию на рынке. В этом контексте изучение языковых средств, выражающих категоричность в презентационном корпоративном дискурсе, становится ключевым для понимания механизмов воздействия и убеждения аудитории.

Цель данного исследования – проанализировать специфику функционирования лексико-грамматических маркеров снижения категоричности в презентационных текстах транснациональных корпораций.

Для практического анализа языковых средств в презентационном корпоративном дискурсе, мы отобрали методом сплошной выборки 5 презентационных текстов американских компаний "Google", "Meta Platforms", "Microsoft" и "Apple".

Презентационный текст должен состоять как из некатегоричных высказываний, так и категоричных, поскольку компания обязана сохранять твердость своих позиций, но при этом ее цель – не допустить, чтобы в результате его коммуникативных усилий у потребителя возникло отторжение к компании [1, с. 16]. Для этого используются определенные языковые средства усиления и снижения категоричности.

Как показал практический анализ презентационных текстов, следует выделить следующие языковые средства смягчения категоричности:

а) модальные слова с семантикой неуверенности, в частности с семантикой предположения и сомнения, выступающие в роли вводных слов: *probably, apparently, doubtless, perhaps, possibly, seems to be, maybe*

б) вводные слова и конструкции, указывающие на то, что источником информации является сам говорящий: *I think, I guess, I feel, I believe;*

в) частицы вроде, как бы с семантикой предположения; частицы *just, only, a little bit, a bit* с семантикой ограничения признака;

г) личные местоимения во множественном числе, употребляемые вместо личных местоимений в единственном числе: *we вместо I, us вместо me, our вместо tu* и т. д.;

д) модальные глаголы с семантикой желания и возможности осуществления действия в будущем, выступающие в роли сказуемых (в том числе с частицей БИ как показателем условного наклонения): *want to, would like to, would love to, could, can, to be thrilled to, to be excited to.*

Примеры данных слов и выражений в англоязычных презентациях мы распределили по способам смягчения категоричности, см. таблицу.

Итак, языковыми средствами смягчения категоричности являются:

- личные местоимения во множественном числе, употребляемые вместо личных местоимений в единственном числе – 122 примера,
- глаголы и модальные глаголы с семантикой желания и возможности осуществления действия в будущем, выступающие в роли сказуемых – 98 примеров,
- частицы с семантикой предположения; частицы *just, only, a little bit, a bit* с семантикой ограничения признака – 86 примеров,
- вводные слова и конструкции, указывающие на то, что источником информации является сам говорящий – 54 примера,

– модальные слова с семантикой неуверенности, в частности с семантикой предположения и сомнения – 32 примера.

Таблица – Языковые средства смягчения категоричности в англоязычном презентационном корпоративном дискурсе

Примеры	Языковые средства смягчения категоричности	кол-во
we our us	личные местоимения во множественном числе, употребляемые вместо личных местоимений в единственном числе	122
to want to to be excited to can/could would like to/'d like to to hope can't wait to to be thrilled to to look forward to would love	глаголы и модальные глаголы с семантикой желания и возможности осуществления действия в будущем, выступающие в роли сказуемых	98
just a little bit only a little a bit	частицы с семантикой предположения; частицы <i>just, only, a little bit, a bit</i> с семантикой ограничения признака	86
to think to believe to feel to assume to find	вводные слова и конструкции, указывающие на то, что источником информации является сам говорящий	54
may/maybe probably	модальные слова с семантикой неуверенности, в частности с семантикой предположения и сомнения	32
Итого		392

Примечание – Источник: собственная разработка.



Рисунок – Соотношение лексико-грамматических маркеров смягчения категоричности по группам в англоязычных презентационных текстах

Примечание – Источник: собственная разработка.

Процентное соотношение лексико-грамматических маркеров смягчения категоричности по группам представлено на рисунке.

Как видно, наиболее частотными средствами смягчения категоричности являются личные местоимения во множественном числе, употребляемые вместо личных местоимений в единственном числе (55%), глаголы и модальные глаголы с семантикой желания и возможности осуществления действия в будущем, выступающие в роли сказуемых (17%), частицы с семантикой предположения и частицы с семантикой ограничения признака (16%).

Таким образом, в англоязычном презентационном корпоративном дискурсе языковые средства смягчения категоричности служат для выражения отношения компаний к клиентам и сотрудникам и способствуют открытости, уважению, нацеленности на построение взаимоотношений, вызывающих чувство доверия к компании.

Список использованных источников

1. Brown, Penelope. Universals in Language Use: Politeness Phenomena / Penelope Brown and Stephen Levinson // Questions and Politeness Strategies in Social Interaction, ed. Esther N. Goody. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2020. – P. 56-310.
2. Sperber, D. Relevance: Communication and Cognition / D. Sperber. – Oxford, Blackwell, 2016. – 238 p.

УДК 339.13

КУЛЬТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ СУЩЕСТВОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ

Э.У. Новик, 1 курс

Научный руководитель – **Л.А. Изотова**, преподаватель

Полесский государственный университет

Глобализация и ускоренное развитие экономики в наши дни приводят к перепроизводству товаров. Огромную роль в становлении культуры потребления играют средства массовой коммуникации: телевизионная и радиореклама, глянецовые журналы, использование социальных сетей как инструмента для продвижения соответствующей философии мировоззрения.

Что же такое потребление? С.А. Грязнов, кандидат педагогических наук и доцент Самарского юридического института ФСИН в России, отходит от общепринятого определения и в условиях современной реальности описывает потребление не только как использование продукта в целях удовлетворения потребностей, но и как «социальный процесс, благодаря которому ожидается, что любой предмет, который мы хотим, всегда будет доступен для покупки» [1, с. 242]. С другой стороны, А.Н Ильин, доцент кафедры философии Омского государственного педагогического университета, считает, что «потребление – это тотальная идеалистическая практика, имеющая мало общего с действительным удовлетворением потребностей или с принципом реальности» [2, с. 113].

Культура потребления, как указывает С.А. Грязнов, зародилась в 1920-х годах и была связана с повышением покупательской способности и автоматизацией труда, что привело к выпуску товаров в больших количествах и по сниженным ценам. Спустя некоторое время, а именно в 1960-х годах, в Америке возникло социальное явление, о котором можно говорить как об «обществе потребления». «Общество потребления – это совокупность отношений, где господствует выступающий смыслом жизни символизм материальных объектов, влекущий потребителей приобретать вещи и тем самым наделять себя определенным статусом» [2, с. 113].

По результатам проведенного опроса среди студентов первого курса Полесского государственного университета по значению шоппинга для удовлетворения базовых потребностей, способа получения удовольствия или причастности к современным трендам, было выявлено, что большая часть респондентов рассматривают шоппинг как способ удовлетворения базовых потребностей, таких как еда, одежда, медикаменты и прочее.

Пагубность культуры потребления заключается в ее негативном воздействии на психологические, социальные, финансовые и экологические стороны жизни человека. Вещи и их количество стали показателем социального статуса человека, его места в общественной иерархии.

Отдельное место в продвижении гиперпотребленческого образа жизни занимают люксовые бренды. В своих трудах А.Ю. Стрижак, доктор экономических наук, подчеркивает, что желанность товаров класса high-luxury сфабрикована средствами массовой информации осознанно, и это связано с перепределением покупательских привычек потребителей, успешным функционированием экономики в условиях повышенного потребления [3, с. 69]. Более того, нередко люди влезают в долговые ямы ради приобретения нового автомобиля/ смартфона/ аксессуара, который с практической точки зрения им, по сути, и не нужен.

Результаты проведенного анкетирования среди студентов первого курса Полесского государственного университета указывают на то, что большая часть современной молодежи не связывает материальное и социальное положение с приобретением товаров премиум-качества.

Кроме того, сложно недооценить разрушительное влияние культуры потребления на экологическую ситуацию в мире. «Культура потребления существует параллельно с культурой выбрасывания. Причина, по которой люди быстрее выбрасывают товары, заключается в том, что компании производят продукты с намеренно коротким сроком службы, поэтому потребители чаще покупают их повторно. Этот ход называется плановым устареванием. К примеру, еще в 1920-х годах лампочки могли работать почти 2500 часов, а сегодня – всего 1000 часов. Компании, которые производят лампочки, намеренно сокращают срок их службы, чтобы получать более высокую прибыль» [1, с. 242]. Вне всяких сомнений, заполненные свалки и бесконтрольное использование невозобновляемых природных ресурсов являются прямым следствием функционирования культуры потребления.

Казалось бы, что выхода нет, и культура потребления является необходимым условием существования современной модели экономики, основанной на рыночной конкуренции. Но С.А. Грязнов подчеркивает, что, хотя отдельные сознательные потребители не могут изменить способ функционирования мировой экономики в одиночку, индивидуальные действия являются не менее важными, чем коллективные. Спрос порождает предложение, а значит, отказываясь от покупки старательно навязываемых СМИ товаров, мы вносим свою лепту в искоренение гиперпотребления. Такой вид покупательской активности называется «осознанным потреблением». «Неосознанным» можно считать нерациональное потребительское поведение под воздействием экономических стимулов и стереотипов массового сознания, а «осознанным», напротив, отказ от общепринятых ценностей потребительского общества и переход к приоритету этических ценностей устойчивого развития окружающего мира и человеческого здоровья» [4, с. 8].

Результаты анкетирования среди респондентов первого курса Полесского государственного университета указывают на то, что современную молодежь волнуют вопросы, связанные с экологической ситуацией в мире и роль человека как потребителя по изменению экологической ситуации.

Профилактикой траты финансов на ненужные товары является развитие критического мышления, знание базисных принципов психологической манипуляции, сокращение экранного времени (в особенности в социальных сетях).

Таким образом, можно сказать, что потребление как форма социальной активности необходимо в условиях современной экономики. Проблемы начинаются тогда, когда потребление возводится в культ и ухудшает, прямо или косвенно, качество жизни общества.

Список использованных источников

1. Грязнов, С.А. Опасность потребительской культуры [Электронный ресурс] / С.А. Грязнов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 7. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opasnost-potrebitelskoy-kultury/viewer>. – Дата доступа: 20.04.2024.
2. Ильин, А.Н. Влияние культуры потребления на экологию [Электронный ресурс] / А.Н. Ильин // Век глобализации. – 2013. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-kultury-potrebleniya-na-ekologiyu/viewer>. – Дата доступа: 18.04.2024.
3. Стрижак, А.Ю. Современные тенденции потребления предметов роскоши в странах с рыночной экономикой [Электронный ресурс] / А.Ю. Стрижак // Вестник Института экономических исследований. – 2021. – №4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-potrebleniya-predmetov-roskoshi-v-stranah-s-rynochnoy-ekonomikoy/viewer>. – Дата доступа: 19.04.2024.
4. Герасименко, В.В. Идеология осознанного потребления и восприятие ценностей бренда [Электронный ресурс] / В.В. Герасименко // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. –

УДК 008

ТОВАРНЫЕ СВОЙСТВА ИНФОРМАЦИИ НА РАЗЛИЧНЫХ ПЛАТФОРМАХ СМИ

Т.А. Новогран, К.М. Павлова, 4 курс

Научный руководитель – **М.Л. Шульга**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Современное общество охвачено информационным потоком, который постоянно расширяется и меняется. СМИ играют важную роль в распространении и передаче этой информации. В современном информационном пространстве возникает необходимость понимания того, как информация представляется и воспринимается через СМИ, и какое влияние и последствия она может иметь на общество.

По причине развития цифровых технологий и интернета, доступ к информации стал более широким и безграничным, из-за чего возникает необходимость в анализе товарных свойств информации, чтобы различать достоверную и качественную информацию от массы непроверенной и несовершенной.

Хотя слово и понятие «информация» используются очень давно как в бытовой, так и в научной речи, тем не менее, продолжают споры о сути этого фундаментального понятия, о его смысле и значении.

В философском энциклопедическом словаре [4] приведено следующее определение: «Информация: 1) сообщение, осведомление о положении дел, сведения о чем-либо, передаваемом людьми; 2) передача, отражение разнообразия в любых объектах и процессах (неживой и живой природы)».

Известный польский репортёр Рышард Капусьцинский, классик журналистики, заявил: «Жизнь мирового сообщества уже невозможно представить без средств массовой информации. На предыдущих этапах человек не мог выжить без применения оружия, затем без помощи машины или электричества, а сегодня его выживание невозможно без средств массовой информации» [1].

Важнейшей составляющей информации является её качество. Среди десятков других, не менее важных, признаков информации медийные эксперты чаще всего называют достоверность, точность, своевременность и актуальность.

Нередко в определениях можно увидеть, что информация подразумевается как сведения беспристрастного, объективного характера. Хотя на самом деле, необъективная, недосказанная, изменённая информация сегодня в публичном и медийном пространстве стала нормой, ни для кого не удивительной. Как говорил французский медиа-аналитик Пьер Шеффер, «независимой и объективной информации не существует. Даже если мы говорим правду, мы все равно выбираем формы этой правды, дозируем содержание, заложенное в программах».

Лауреат Нобелевской премии К. Дж. Эрроу считает, что «информация может принимать разные очертания и формы, но здесь есть два важных момента.

Первое: она играет существенную роль в том, в каком направлении распределяются ресурсы - её роль важнее, чем роль цен на обычные товары. Второе: информация - сама по себе товар, так как она одновременно характеризуется редкостью и ценностью» [5].

Основным свойством товара является его способность к обмену, т. е. обладание так называемой меновой стоимостью. Информационные продукты, пожалуй, как никакие другие, широко обмениваются между людьми. Всякий товар обладает важнейшим свойством удовлетворения самых разнообразных потребностей. Информация - не исключение, так как удовлетворяет коммуникационные потребности человека. Это такой же товар, как и материальные вещи, ведь информация - это результат конкретной деятельности, на производство которого были потрачены ресурсы.

Информация - особый товар, обладающий уникальными характеристиками. Она может иметь свойства обычных товаров, например, новости, как продукты питания, чаще всего одноразовые, а в случае, если это медийный контент для развлечения - быть использована несколько раз.

Использование информации, как правило, не ограничивается одной сферой (то же программное обеспечение может быть для обучения, для игр, для производства). Ещё одна особенность информации, как нетрадиционного товара, это её невозврат. Если купленную вещь можно вернуть и получить свои деньги назад [3], то посмотрев в кинотеатре фильм, нельзя потребовать деньги за билет, если фильм был не интересен.

Таблица – Анализ товарных свойств информации

Тип платформы СМИ / Товарные свойства информации	Традиционные СМИ (телевидение, печатные издания, радио)	Социальные сети (Facebook, Instagram, TikTok)	Видеостриминг (YouTube, Netflix)
Достоверность и качество информации	+	+ /	+ /
Актуальность	+	+	+
Разнообразие предоставляемой информации	+	+	+
Визуальная привлекательность	+ /	+	+
Уникальность	+	-	+ /
Объективность	+	-	

Нами был проведен анализ товарных характеристик информации, представленной на различных платформах СМИ: в традиционных СМИ (телевидение, печатные издания (The Guardian, The Economist и др.), радио), в социальных сетях (Facebook, Instagram, TikTok и др.) и на платформах для видеостриминга (YouTube, Netflix). В ходе анализа было выявлено следующее:

- наиболее достоверным источником информации считались и считаются сейчас традиционные СМИ, особенно во времена кризисов и чрезвычайных ситуаций. С информацией, представленную на других платформах, стоит быть более избирательным, проверяя ее достоверность;

- каждый из типов платформы СМИ предоставляет актуальную и разнообразную информацию, что можно объяснить желанием каждой из них не только привлечь новых зрителей и пользователей, но и удержать внимание текущих;

- в традиционных СМИ информация чаще всего представлена в виде текста, так как основное внимание уделяется качеству представленной информации; преимуществом социальных сетей и платформ для видеостриминга является именно их визуальная привлекательность для зрителя и легкость восприятия информации;

- наиболее уникальная информация представлена традиционными источниками СМИ, в то время как для социальных сетей, таких как, например, TikTok, характерно наличия множества похожего друг на друга материала;

- информация, представленная в соцсетях и на платформах для видеостриминга, чаще всего выражает субъективное мнение автора или группы авторов, где они могут делиться своим мнением с аудиторией. С традиционными СМИ чаще всего наоборот, хотя и не исключено, обратное.

Таким образом, у каждой платформы есть свои сильные и слабые стороны, которые могут сделать информацию более или менее привлекательной для определенных типов аудитории. Можно сказать, что особенности информации как товара по-разному проявляются на разных медийных платформах. Всё будет зависеть от индивидуальной потребности потребителя, будь то новостной контент или развлекательный. Достоверность, красочность, объективность информации будут зависеть от размещающей её платформы, поэтому стоит проявлять бдительность, какая информация поступает и откуда.

Список использованных источников

1. Kapuściński R. Autoportret reportera // Biblioteka Gazety Wyborczej. – Warszawa, 2008. – s.71.
2. Грачев, В.И. Товарные свойства информации в системе современных социокультурных коммуникаций / Грачев Владимир Иннокентьевич // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И.Герцена. – СПб., 2008. -С.207-214.

3. О защите прав потребителей : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002 г. № 90-З : в ред. от 8 июля 2008 г. № 366-З : с изм. и доп. от 2 мая 2012 г. № 353-З. – Минск : Амалфея, 2013. – 59 с.

4. Философский энциклопедический словарь. / гл. ред. Л. Ф. Ильичев и др. – Москва : Сов. Энциклопедия, 1983. – 839 с.

5. Эрроу К. Дж. Информация как товар // Экономический журнал ВШЭ. – 2012. – №2. – С. 161-171.

УДК 81.25

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМЫ АВТОМОБИЛЬНЫХ БРЕНДОВ)

Л.В. Осипова, 4 курс

Научный руководитель – **Е.Б. Греф**, старший преподаватель

Псковский государственный университет

Актуальность темы исследования определяется тем, что изучение коммуникативных стратегий и тактик рекламного текста способствует расширению представлений о современных тенденциях создания рекламного текста, эффективных способах воздействия на целевую аудиторию, а также позволяет описать наиболее действенные способы передачи лингвостилистических средств при переводе рекламного текста с английского языка на русский.

Целью данной работы является исследование лингвостилистических особенностей, коммуникативных стратегий и тактик рекламного текста на примере электронной рекламы автомобильных брендов *McLaren* и *Haval*, а также изучение способов перевода рекламных текстов данных брендов с английского языка на русский.

Медиа-рекламный текст содержит культурологическую оценку социума, оказывает импульсное воздействие на реципиента с целью перехода к активным действиям и получению запрограммированного результата [2; 5]. В.Л. Музыкант и И.А. Имшеницкая выделяют трехкомпонентную структуру рекламы, в которой реализуются коммуникативные стратегии [3].

Проблеме воздействия на целевую аудиторию посредством использования определенных коммуникативных стратегий посвящены работы О.С. Иссерс, Е.С. Поповой, О.В. Стрижковой и других. Под стратегией в лингвистике понимаются общие шаблоны воздействия, обусловленные целью коммуникации и учитывающие условия общения и индивидуальные особенности участников [4]. В свою очередь, коммуникативная стратегия включает в себя коммуникативные тактики, которые можно рассматривать как конкретные методы или приемы, используемые для достижения поставленных целей в конкретной ситуации общения.

Анализ фактического материала исследования проводился с опорой на классификацию О.В. Стрижковой, согласно которой выделяются три основные коммуникативные стратегии рекламного текста в зависимости от канала воздействия на адресата – рациональная, эмоциональная, комбинированная и соответствующие им тактики [6].

В процессе анализа были выявлены следующие тактики рациональной стратегии: демонстрация практической пользы, уникальности и преимуществ; тактика апелляции к разуму; тактика апелляции к здоровому образу жизни. В эмоциональной стратегии были обнаружены: тактика самопохвалы, тактика сближения с адресатом, тактика апелляции к удовольствию. Комбинированная стратегия представлена тактикой показа проблемной ситуации и ее решения.

Рассмотрим некоторые примеры языковой реализации коммуникативных стратегий и тактик и способы их перевода.

Рациональная стратегия

Тактика апелляции к разуму

«1,5 Turbo Power. The Jolion features a powerful yet eco-friendly engine producing 210 Nm and a measured 7,5L/100km. The Jolion S new generation 1.5T produces an output of 130kW and 270m of torque giving you the best of both worlds» [9].

«Бензиновый двигатель 1.5Т. Двигатель HАVAL JOLION обладает высокой мощностью и крутящим моментом более 200 Нм. Это позволяет водителю чувствовать себя уверенно на дороге. В

двигателе реализованы инновационные технические решения, делающие его эффективным и экономичным» [10].

Описанные в тексте характеристики двигателя HAVAL JOLION, такие как высокая мощность, крутящий момент и инновационные технические решения являются рациональными аргументами, направленными на убеждение потенциальных покупателей в том, что данный автомобиль предлагает эффективность, экономичность и высокий уровень производительности. Таким образом, тактика апелляции к разуму в данном контексте заключается в предоставлении логически обоснованных фактов о преимуществах двигателя, чтобы убедить покупателей в его превосходстве в сравнении с другими автомобилями. При переводе используется добавление «бензиновый» («Бензиновый двигатель 1.5Т») с целью уточнения информации. Марка автомобиля не переводится («Двигатель HAVAL JOLION»), что позволяет выделить ее и акцентировать внимание на оригинальном названии бренда. Помимо этого, используется замена части речи: прилагательное «powerful» трансформируется в существительное «мощность» («обладает высокой мощностью»), что способствует корректному с точки зрения лексико-грамматического оформления построению предложения в переводном тексте. Прилагательное «eco-friendly» («экологически чистый/безопасный») при переводе опускается, поскольку данная характеристика, возможно, представляется нерелевантной для адресата перевода. В переводном тексте опускаются важные цифры, поскольку они указаны на иллюстрации.

Эмоциональная стратегия

Тактика самопохвалы

«GRAND TOURING WILL NEVER BE THE SAME AGAIN. The superlight GT reimagines the breed» [7].

«**ГРАНДТУРИЗМО** УЖЕ НИКОГДА НЕ БУДЕТ ПРЕЖНИМ. **Новый** суперлёгкий **McLaren** GT заново воссоздаёт породу» [8].

В приведенном примере для передачи марки машины используется транслитерация и полукалька – «Гранд Туризмо». В переводном тексте опущение лексической единицы «again» позволяет не нарушить нормы лексической сочетаемости русского языка, применение добавления лексической единицы «новый» («**Новый** суперлёгкий McLaren GT») направлено на привлечение внимание потребителя к новому продукту и закрепление в восприятии реципиента названия фирмы.

Тактика сближения с адресатом

«It's the ultimate sports car **experience**. Completely driver-centric and performance oriented, the McLaren 570S Coupé is equally **at home** on the track as it is on the open road. The McLaren 570S is the lightest sportscar in its class and has the highest power to weight ratio, it **delivers** super car punch and **thrills** that would shame many more expensive rivals» [7].

«Это **знакомство** с непревзойдённым спортивным автомобилем. С центром внимания, всецело сосредоточенным на водителе, ориентированный на приёмистость, 570S Купе одинаково **чувствует себя как дома** и на треке, и на дороге общего назначения. Имея самый лёгкий вес в своём классе и наивысшее соотношение мощности к единице веса, он предоставляет напористость и **острые ощущения** от суперкара, которые могли бы пристыдить многих более дорогостоящих конкурентов» [8].

В рассматриваемом примере применяется конкретизация: «experience» («опыт») – «знакомство», что позволяет создать в тексте эффект сближения с адресатом. Изменение структуры предложения («The McLaren 570S is the lightest sportscar <...>») приводит к опущению названия бренда и модели автомобиля («The McLaren 570S»), поскольку данная информация понятна из контекста. Английская идиома «be at home» («чувствовать себя как дома, быть в своей стихии») переводится соответствием-эквивалентом – «чувствует себя как дома», что позволяет сохранить естественность звучания высказывания в переводном тексте, создать благоприятную атмосферу вокруг товара, добиться сближения с реципиентом. Лексическое развертывание «thrills» – «острые ощущения» – позволяет создать эмоциональный контакт с реципиентом и сконцентрировать его внимание на положительных качествах автомобиля.

В ходе анализа была проведена статистическая обработка данных, которая показала, что среди коммуникативных стратегий рекламного текста наиболее часто используемой является эмоциональная стратегия, которая составляет 46% от общего количества проанализированных примеров; далее следуют рациональная стратегия (36%) и комбинированная стратегия (18%). Преобладание

эмоциональной и рациональной стратегий обусловлено желанием привлечь внимание потенциальных клиентов к товару, эмоционально вовлечь реципиента, подчеркнуть технические и эксплуатационные преимущества товара и убедить адресата совершить действие – покупку товара. В целом при переводе рекламного текста особое внимание уделяется преодолению различий в лексико-грамматическом строе исходного и переводящего языков, эмоциональной окраске высказывания, культурным различиям, а также особенностям восприятия информации целевой аудиторией.

Список использованных источников

1. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / М. 1975. -240 с.
2. Ежова, Е. Н. Лингвистика рекламного текста : монография / Е. Н. Ежова ; Сев.-Кав. федер. ун-т. - Ставрополь : СКФУ, 2018. - 211 с.
3. Имшенецкая, И. А. Креатив в рекламе / И. Имшенецкая. - Москва : РИП-холдинг, 2005. - 172 с. : ил.; 21 см. - (Академия рекламы)
4. Кафтанджиев, Х. Гармония в рекламной коммуникации / Христо Кафтанджиев ; [пер. с болг. С. Кировой]. - Москва : Эксмо, 2005. - 366 с. ил.; 24 см. - (Серия "Профессиональные издания для бизнеса")
5. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка соврем. газетной публицистики. - Москва, 1971. - 267 с.
6. Стрижкова, О. В. Коммуникативные стратегии в рекламном дискурсе [Текст] / О.В. Стрижкова // Молодежь и наука: реальность и будущее: Материалы III Международной научно-практической конференции. В 6 т. - Т. 2. Филологические и юридические науки / В. А. Кузьмищев [и др.]. - Невинномысск : НИЭУП, 2010. - С. 241-243 (0,3 п. л.)
7. McLaren.com: [англоязычный сайт][Электронный ресурс]. URL: <https://www.mclaren.com/>
8. McLaren.com: [русскоязычный сайт][Электронный ресурс]. URL: <http://mclarenautomotive.ru/index.html>
9. Haval.com.bd: [англоязычный сайт][Электронный ресурс]. URL: <https://haval.com.bd/about-haval>
10. Haval.ru: [русскоязычный сайт][Электронный ресурс] URL: <https://haval.ru/>

УДК 811.133.1

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА *CONFLIT ÉCONOMIQUE* ВО ФРАНКОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ

К.М. Павлова, Т.А. Новогран, 4 курс

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.ф.н., доцент

Полесский государственный университет

Когнитивная лингвистика как наука изучает то, как язык и сознание связаны с пониманием и категоризацией мира. Концепты, как единицы ментальных ресурсов человека, являются очень важными единицами, которые могут быть использованы для изучения различных аспектов языка. Они также используются для изучения национально-культурной картины мира, на основе того, как люди выражают свое восприятие мира с помощью языка.

Объектом данного исследования является концепт «*conflit économique*» в текстах экономической тематики на французском языке.

Предметом являются метафоры, отражающие концепт «*conflit économique*».

Актуальность данной темы связана с тем, что концепт «*conflit économique*» / «экономический конфликт» является широко распространенным понятием в современном мире. При этом метафорическая реализация данного концепта в франкоязычном дискурсе имеет особое значение, так как метафоры являются мощным инструментом для передачи сложных и абстрактных понятий. Это позволит выявить особенности и характеристики явления в различных текстах и контекстах, что может быть полезно для дальнейших исследований в области метафоры и дискурса.

Концепт является одним из ключевых терминов современной философии и лингвистики. Он используется для описания базовых понятий или идей, которые составляют основу человеческого знания и понимания мира. При этом понятие концепта (от лат. *conceptus*) изначально было заимствовано из математической логики и упоминается в «Классической теории концептов» Аристотеля [1]. Однако позже это понятие было расширено такими учеными как П. Абельяр, Ю. С. Степанов, С. А. Аскольдов, А. Вержбицкая, В. П. Нерознак, В. И. Карасик, С. Х. Ляпин, Дж. Лакофф и др.

Основы развития когнитивной теории метафоры заложены в работах таких ученых как Ж. Фокне, Дж. Лакоффа и М. Джонсона, Н. Д. Арутюновой, В. Н. Телии и многих других. Лакофф и Джонсон в своей работе «Метафоры, которыми мы живем», говорят о том, что «метафоры» есть неотъемлемая часть нашей жизни, которая пронизывает, язык, мышление и деятельность человека [3, с. 42-48].

Тема экономического конфликта никогда не утрачивала своей популярности. Так, экономическую сторону конфликтов начали рассматривать еще в древние греки, считая, что основной целью в конфликте оказывается достижение определенных экономических благ, в особенности, со стороны руководителей государства [2]. Постепенно в работах экономистов складываются различные понимания экономического конфликта. При этом общим центром несомненно является наличие экономического противоречия, дисбаланса между участниками конфликтной ситуации.

В. И. Постовалова [4] в практике современного концептуального анализа предлагает сосредоточение внимания на различных уровнях значения и интерпретации, от самого конкретного и описательного до самого абстрактного и символического. При таком подходе анализ начинается с описания форм и распределений слов, а затем переходит к более когнитивным описаниям, включая анализ структур и систем знаний, поддерживающих эти языковые формы. Высшие уровни семантического существования в лингвокультурологии и семиотике относятся также к описанию культурных значений, ассоциаций и коннотаций, связанных со словом.

В ходе проведенного анализа были выявлены следующие семы, относящиеся к концепту «экономический конфликт»: «торговая война», «конкуренция», «борьба за что-либо» и др. Все эти образы возникают в сознании носителей русского языка при восприятии этой лексической единицы. Таким образом, в ходе исследования метафор, с помощью которых реализуется концепт «экономический конфликт» необходимо, чтобы те отождествлялись с семами, указанными выше.

Был проведен анализ статей экономической направленности французских электронных изданий *Le Figaro* («Фигаро») и *Le Monde* («Монд»). Были выявлены следующие примеры:

Les banques qui proposent des assurances vie à leurs clients, dites «bancassurance» ont mieux tiré leur épingle du jeu que les organismes d'assurance vie. – Банки, предлагающие своим клиентам страхование жизни, известное как «банковское страхование», оказались в более выгодном положении, чем компании по страхованию жизни. (*Le Figaro*, 27.03.2024)

В этом примере используется метафора «*tirer son épingle du jeu*», которая переводится «выпущаться из неприятной ситуации», «выйти сухим из воды», «преуспевать». В контексте статьи ее лучше перевести как «оказаться в более выгодном положении, чем», при этом своего отношения к экономическому конфликту она не теряет, так как она явно отражает борьбу двух сторон (в данном случае между банками и страховыми компаниями) за потребителя.

Un investissement nécessaire pour faire face à une demande qui devrait s'envoler à partir de 2028, et surtout sur la période 2030/2035. – Эти инвестиции необходимы для того, чтобы встретиться лицом к лицу со спросом, который будет стремительно расти с 2028 года, и особенно в период 2030/2035 годов. (*Le Figaro*, 27.03.2024)

В данном примере используется метафора «*faire face à*», которую можно перевести на русский язык «встретиться лицом к лицу», «удовлетворять», «столкнуться с». В контексте статьи и самого предложения можно использовать любой из вариантов перевода, но для усиления сложности ситуации, в которой окажется субъект, предпочтительнее использовать вариант «встретиться лицом к лицу».

Plusieurs syndicats sont vent debout et le soupçonnent de vouloir noircir le tableau sur la situation financière du système de pensions, dans le but d'instiller l'idée que des réformes douloureuses sont nécessaires. – Несколько профсоюзов взбунтовались, подозревая его в попытке создать слишком негативную картину финансового положения пенсионной системы, чтобы внушить ему мысль о необходимости проведения болезненных реформ. (*Le Monde*, 30.03.2024)

Метафора «*vent debout*», переводящаяся «идти против ветра», указывает на сопротивление определенным обстоятельствам. В контексте данной статьи был использован перевод «взбунтоваться», отражающий конкретное действие, следующее за вызвавшей его причиной.

Les chantres de l'atome tiendront-ils leur pari, n'en déplaît aux sceptiques? - Смогут ли сторонники атомной энергии добиться успеха, вопреки скептикам? (*Le Monde*, 21.03.2024)

В данном примере используется метафора «*tenir un pari*», которая переводится как «держать пари», «биться об заклад», «спорить на что-нибудь». Само существование пари предполагает победителя и проигравшего, но в данном случае акцент делается на то, смогут ли одни субъекты выиграть у других, получить преимущество.

Un grand nombre de freelance risquent de se brûler les ailes. – Многие фрилансеры рискуют остаться практически ни с чем. (Le Figaro, 30.03.2024)

Метафора «*se brûler les ailes*», переводящаяся как «обжечь свои крылья», «скомпрометировать себя», «потерять важное преимущество, если выйти за рамки своих возможностей» и отражающая борьбу за что-либо, наличие конкуренции.

Таким образом, концепт «*conflit économique*» находит метафорическое отражение во французских текстах экономической тематики. Он описывает экономические конфликты и противоречия, возникающие в процессе функционирования экономических систем. В текстах они могут быть представлены как различия в интересах сторон, борьба за ресурсы, конкуренция на рынке и т.д. Метафоры помогают лучше понять то, как это видит носитель французского языка.

Список использованных источников

1. Aristotle. *Nicomachean Ethics*. Translated by David Ross and Edited by Lesley Brown. – USA: Oxford University Press, 2009. – 336 p.
2. Аристотель. *Политика*. Сочинения: В 4 т. Т. 4. – М.: Мысль, 1983; С. 378–379.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. *Метафоры, которыми мы живем*: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, ун-та, 2004. – 256 с.
4. Посталова В. И. Лингвокультурология в свете антропологической парадигмы (К проблеме оснований и границ современной фразеологии) // *Фразеология в контексте культуры*. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 25-37.

УДК 811.111

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА «МОДНЫХ СЛОВ» В ТЕКСТАХ СМИ

Д.Д. Панкеева, 4 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В настоящее время модные слова и фразы становятся все более популярными и актуальными в современном обществе. Они отражают изменяющиеся тенденции в культуре, социуме и массовом сознании. Перевод модных слов является сложной и непростой задачей, так как требуется учитывать контекст, нюансы и особенности языка и культуры исходного и целевого текста.

Данная тема исследований не является новой, однако многие аспекты на сегодняшний день недостаточно изучены и требуют дальнейшего рассмотрения.

Термин «модное слово» (англ. — *buzzword, vogue word*) появился в прошлом веке из жаргона студентов. Такие слова как бы придают уверенность говорящему, так как они демонстрируют то, что говорящий хорошо разбирается в современных тенденциях и свободно оперирует профессиональными терминами. Иными словами, «модное слово» — это профессиональный жаргон, широко распространенный в речи специалистов определенной сферы деятельности [2, с. 162-163].

Поскольку «модные слова» являются неотъемлемой частью не только современного английского языка, но и современного мира, переводчик может столкнуться со сложностями при работе с такими лексическими единицами.

Целью данной работы является изучение способов перевода «модных слов» в англоязычных текстах СМИ.

Объект исследования — «модные слова» в англоязычных текстах СМИ.

В ходе работы нами было изучено 30 англоязычных статей за период с 2019 г. по 2023г. в таких медиа-изданиях, как *The Economist, The Vogue, BBC News*, из которых для последующего анализа были отобраны «модные слова».

Следует отметить, что «модные слова» — это лексический тренд, который внедряется в различные области общества, от моды и культуры до бизнеса и технологий, придавая им актуаль-

ность и современный оттенок. Поэтому, помимо способа перевода, мы определили и сферу употребления таких слов.

В процессе перевода «модных слов» мы прибегали к использованию различных лексических трансформаций. А.Н. Бессонова в своих работах выделяет следующие типы лексических трансформаций: описательный перевод, калькирование, транскрипция, транслитерация, лексико-семантические замены (конкретизация, модуляция, генерализация) [1, с. 128].

Ниже будут представлены примеры «модных слов» из таких сфер человеческой деятельности, как бытовая, компьютерно-игровая, сфера образования и бьюти-сфера, и рассмотрена специфика их перевода.

Gaslighting — газлайтинг. Вид манипуляций, цель которой заставить человека сомневаться в своей адекватности. Сфера употребления — бытовая.

«*A romance scam victim, a fraud expert and the writers of a new BBC thriller explain how gaslighting is used to cheat people out of their money*» [4].

«*Жертва романтических афер, эксперт по мошенничеству и сценаристы нового триллера BBC объясняют, как используется газлайтинг, чтобы обмануть людей.*»

При переводе данного выражения использовался прием транслитерации.

В следующем случае мы использовали прием калькирования, при котором мы прибегаем к копированию структуры лексической единицы оригинала, создаем новое слово или устойчивое выражение в переводящем языке.

Strawberry legs — клубничные ноги. Так называют раздражения на ногах после процедуры бритья. Сфера употребления данного выражения — бьюти-сфера.

«*Strawberry legs are mainly caused by the presence of three things: clogged hair follicles, ingrown hairs, or folliculitis*» [5].

«*Клубничные ноги в основном вызваны наличием трех причин: закупоркой волосяных фолликулов, вросшими волосками или фолликулитом.*»

При переводе следующего «модного слова» мы использовали прием конкретизации, где заменили слово исходного языка с более узким значением на выражение переводящего языка с более широким значением.

Qualifications — документы об образовании.

«*Bill Anderson has two qualifications for the job*» [6].

«*Билл Андерсон обладает двумя сертификатами об образовании для этой работы.*»

Описательный перевод используется в тех случаях, когда лексическая единица исходного языка заменяется словосочетанием, эксплицирующим ее значение, т.е. дающим более или менее полное объяснение или определение этого значения на переводящем языке.

NPC (non-player character) — неигровой персонаж. Данный термин является «модным словом» компьютерно-игровой сферы употребления.

«*I was also surprised that the lack of female characters compared to their male counterparts persisted at every level, from main player characters through to background NPCs*» [3].

«*Меня также удивило, что женских персонажей в играх намного меньше, чем мужских, начиная от главных героев и заканчивая фоновыми неигровыми персонажами.*»

Что касается генерализации, то данный тип лексико-семантических замен очень редко встречается на практике, большинство «модных слов» имеют либо уже устоявшийся словарный перевод, либо переводиться с помощью других переводческих трансформаций (калькирование, транскрипция, транслитерация).

Основываясь на результатах данного исследования, можно сделать вывод о том, что для успешного перевода «модных слов» необходимо обладать фоновыми знаниями в соответствующей области. Только так переводчик сможет правильно интерпретировать новые термины и выразить их смысл на другом языке без потери значимости. Поэтому для качественного перевода модных слов важно постоянно обновлять свои знания и следить за текущими тенденциями в рассматриваемой области.

Также было выявлено, что при переводе английских «модных слов» на русский язык самыми распространёнными переводческими приемами являются транслитерация, калькирование и описательный перевод. Наименее распространённым переводческим приемом является генерализация.

Это обусловлено тем, что при переводе текстов более востребованы конкретные, точные эквиваленты, термины и определения.

Список использованных источников

1. Бессонова, А.Н. Лексические трансформации как один из приёмов перевода текстового материала экономической тематики/А.Н. Бессонова // Журнал «Язык и культура», Языкознание и литературоведение. – 2013. – С. 128-133.
2. Рипяхова, М.М. Проявление языковой моды в политическом дискурсе / М.М. Рипяхова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 4-1 (22). – С. 162-165.
3. Gaming: Male characters speak «twice as much a female» in role-play games// BBC News [Electronic resource] – 2023. – Mode of access: <https://www.bbc.co.uk/newsround/65681753>. – Data of access: 20.03.24
4. How I lost £120,000 to romance scam gaslighting // BBC News [Electronic resource] – 2023. – Mode of access <https://www.bbc.com/news/uk-66798846> — Data of access: 20.03.2024.
5. Noble A. A Complete Guide on How to Get Rid of Strawberry Legs / A. Noble //The Vogue [Electronic resource] – 2023. – Mode of access: <https://www.vogue.com/article/strawberry-legs-treatment>. – Data of access: 22.03.2024.
6. Shareholders have high hopes for Bayer’s new boss// The Economist [Electronic resource] – 2023. – Mode of access: <https://www.economist.com/business/2023/03/16/shareholders-have-high-hopes-for-bayers-new-boss> – Data of access: 20.03.2024.

УДК 811.112.2

СОКРАЩЕНИЯ СЛОВ В НЕМЕЦКОМ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГЕ

С.В. Парчук, А.О. Мишенёва, 1 курс

Научный руководитель – Е.А. Селиванова, м. пед. н., преподаватель

Полесский государственный университет

Современные коммуникационные технологии, особенно интернет, оказывают значительное влияние на язык и способы общения. С высоким темпом развития компьютерных технологий формы интернет-коммуникации постоянно видоизменяются и совершенствуются в соответствии с потребностями пользователей. Меняются и языковые особенности оформления интернет-коммуникации. В рамках немецкого языка интернет-сленг становится все более популярным, и одним из его характерных элементов являются сокращения.

Согласно научному определению, интернет-сленг (также называемый стенографией, киберсленгом, netspeak, digispeak или chatspeak) – нестандартная или неофициальная форма языка, используемая людьми в Интернете для общения друг с другом [1].

Следует отметить, что он включает в себя различные сокращения, аббревиатуры, эмодзи, новые слова и выражения, которые часто не употребляются в формальном письменном или устном общении. Этот сленг может быть специфичен для определенных онлайн сообществ, платформ или социальных сетей. Он помогает участникам общения быстро выражать эмоции, делиться информацией и поддерживать общение в быстром темпе. Этот языковой феномен часто включает в себя создание новых слов (как «Hallöchen!» – Приветик!), использование эмодзи (смайликов и иконок для передачи эмоций), а также сокращения слов (например, «GuK (Grüß und Kuss)» — Целую, обнимаю), которые помогают упростить и ускорить общение в онлайн-среде. Конкретно сокращения слов в немецком интернет-сленге используют лишь в устной речи или в неформальных переписках в мессенджерах. Поэтому, чтобы лучше понимать собеседника, следует знать хотя-бы самые популярные из сокращений и их приёмы.

Приёмы, которые используют носители немецкого языка при сокращении слов, не особенно отличаются от тех, которые приняты в английском и русском языках.

Примеры часто используемых в немецком языке сокращений:

- «bs» — «bis später» — увидимся позже/до скорого;
- «div» — «danke im Voraus» — заранее спасибо;
- «gn» — «gute Nacht» — спокойной ночи;
- «sz» — «schreib zurück» — написать ответ/ответить;

- «ild» — «Ich liebe dich» — я люблю тебя;
- «GuK» — «Grüß und Kuss» — целую и обнимаю;
- «Wmd?» — «Was machst du?» — Что делаешь?;
- «KV» — «kannste vergessen» — забудь;
- «KA» — «keine Ahnung» — без понятия;
- «MaMiMa» — «Mail mir mal» — Напиши мне (письмо);
- «Hdmfg» — «hab dich mega fest gern» — обожаю тебя;
- «DN!» — «Du nervst!» — Ты меня раздражаешь!;
- «DuBiMeiLe» — «Du bist mein Leben» — Ты жизнь моя;
- «braduhi?» — «Brauchst du Hilfe?» — Тебе нужна помощь?;
- «WE» — «Wochenende» — выходные.

Целью данной работы является выявление самых распространённых сокращений в немецком интернет-сленге, известных белорусской молодёжи, а также определение их роли в онлайн-коммуникациях.

Для достижения цели исследования среди студентов, изучающих немецкий язык, был проведен опрос, анализ данных которого позволил произвести ранжирование ответов по критерию популярности среди принявших участие в исследовании. Опрос состоял из определённого перечня сокращений, напротив которых студентам предлагалось отметить галочкой известные им аббревиатуры. Таким образом, по результатам исследования, было выявлено, что наиболее популярными сокращениями в немецком интернет-сленге являются сокращения «Omg (oh mein Gott)» - о, мой бог, «z.B. (zum Beispiel)» - например, «gN (gute Nacht)» - спокойной ночи, «gM (guten Morgen)» - доброе утро. На втором месте по известности стоят аббревиатуры «Bb (bis bald)» - до скорого, «Vm (bis morgen)» - до завтра. Почётное третье место разделили аббревиатуры «Mo (Montag)» - понедельник, «Fr (Freitag)» - пятница, а также «Ild (Ich liebe dich)» - я люблю тебя, «Iwn (Ich weiss nicht)» - я не знаю. Наименее известным оказалось сокращение, состоящее одновременно из двух слов «ja» и «nein» - «Jein», которое в переводе означает «и да, и нет».

Так же в ходе нашего исследования были изучены особенности интернет-сленга и его роли в онлайн-коммуникациях. Результаты исследования позволили определить следующие ключевые аспекты:

1. **Важность сокращений в интернет-сленге.** Сокращения слов играют значительную роль в повседневной онлайн-коммуникации, упрощая и ускоряя процесс передачи информации и эмоций между пользователями.

2. **Эффективность и экономия времени.** Использование сокращений позволяет сократить время на набор сообщений, особенно в условиях быстрой интернет-коммуникации, где скорость ответа имеет значение.

3. **Выражение индивидуальности и принадлежности.** Сокращения в немецком интернет-сленге помогают создать индивидуальный стиль общения и подчеркнуть принадлежность к определённой онлайн-группе или сообществу.

4. **Социокультурный контекст.** Сокращения в интернет-сленге олицетворяют современные тенденции языка и общения в цифровой среде, отражая особенности социокультурных процессов и взаимодействия онлайн-сообществ.

5. **Цифровая эволюция.** Исследование сокращений слов в немецком интернет-сленге является частью цифровой эволюции языка, где традиционные нормы и стандарты переосмысливаются в соответствии с современными технологиями и общением.

Таким образом, сокращения слов в немецком интернет-сленге не только способствуют более эффективной и динамичной онлайн-коммуникации, но и являются важным явлением, отражающим разнообразие языковых практик и социокультурных особенностей цифрового мира.

Список использованных источников

1. Интернет-сленг / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru_07acb8f4-6612ce64-e357266f-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/Internet_slang?_ya_mt_enable_static_translations=1#cite_note-1. – Дата доступа: 04.04.2024.

2. Немецкие сокращения в смс и мессенджерах / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://deutscherpapa.by/nemeckie-sokrashheniya-v-sms/>. – Дата доступа: 04.04.2024.

3. Kleinberger, G.U. Spiegel C. Jugendliche schreiben im Internet: grammatische und orthographische Phänomene in normungebundenen Kontexten // Perspektiven der Jugendsprachforschung / G.U. Kleinberger. – Frankfurt am Main, 2006. – S. 101-105.

УДК 304.442

ПОМНІКІ НАЦЫЯНАЛЬНЫМ АСВЕТНІКАМ І ПІСЬМЕННІКАМ НА БЕЛАРУСІ

Е.У.Пацоўская, X клас, М.Э.Кавалевіч, XI клас
Навучны кіраўнік – Л.А.Райчук, настаўнік беларускай мовы і літаратуры
ДУА “Сярэдняя школа № 1 г.Пінска”

Помнікі пісьменнікам адыгрываюць важную ролю ў захаванні культурнай спадчыны і напамінаюць пра значнасць асветы і літаратуры ў жыцці людзей і грамадства. Акрамя гэтага, становяцца месцам турыстычных паездак і паломніцтва для людзей, якія захоплены культурай і літаратурай.

Аднак некаторыя крытыкі могуць адносіцца да такіх помнікаў як да празмерна перабольшанай формы пакланення той ці іншай знакамітай асобе. Можна мець месца такая з’ява, як вялікая колькасць помнікаў аднаму літаратурнаму дзеячу і адсутнасць або малая колькасць другому. Таму аналіз сацыяльных функцый помнікаў, знаёмства з тым, якім беларускім пісьменнікам пастаўлены помнікі ў Беларусі, у якіх населеных пунктах і па якой прычыне, будзе актуальным і мэтазгодным.

Мэта – акрэсліць функцыі помнікаў; сабраць, класіфікаваць і абагульніць інфармацыю пра помнікі нацыянальным асветнікам і пісьменнікам на Беларусі.

Задачы:

- 1) раскрыць паняцце “помнік” і вызначыць яго сацыяльныя функцыі;
- 2) высветліць, у якіх населеных пунктах, калі, якім нацыянальным літаратурным дзеячам і па якой прычыне былі ўзведзены помнікі (акрамя надмагільных) і бюсты ў Беларусі;
- 3) правесці класіфікацыю помнікаў і бюстаў па абласцях, населеных пунктах, а таксама па асобах пісьменнікаў, якім былі пастаўлены помнікі на Беларусі;
- 4) стварыць інтэрактыўную карту Беларусі з выявамі помнікаў і бюстаў.

Сацыяльныя функцыі помнікаў звязаны з вызначэннем розных бакоў грамадскай і асабістай дзейнасці чалавека. У працоўнай, адукацыйнай, бытавой сферы, сферы ўзаемаадносін помнікі так ці інакш уплываюць на фарміраванне грамадскага і духоўнага светапогляду, фарміраванне патрыятычных пачуццяў, паводзіны людзей, рэгулююць іх учынкi, выбар каштоўнасцей.

Вывучэнне помнікаў не з’яўляецца самамэтай, а спрыяе больш глыбокаму пранікненню ў сутнасць з’явы, літаратурнага працэсу, знаёмству з біяграфіяй знакамітай асобы, рысамі характару.

Правёўшы класіфікацыю па месцах устаноўкі помнікаў, трэба адзначыць, што больш за ўсё помнікаў пастаўлена ў Мінску і Мінскай вобласці, зусім няма помнікаў беларускім пісьменнікам у Магілёве і адзін пастаўлены ў Магілёўскай вобласці. Адсутнічаюць помнікі літаратарам і ў нашым горадзе Пінску.

Самая большая колькасць – сем і восем помнікаў – устаноўлены зоркам беларускай літаратуры Янку Купалу і Якубу Коласу адпаведна. Чатыры помнікі – Францыску Скарыне і Адаму Міцкевічу. Па тры помнікі – Ефрасінні Полацкай, Кірылу Тураўскаму, Вінцэнту Дуніну-Марцінкевічу, Уладзіміру Караткевічу.

Помнікі і бюсты звычайна ўсталёўваюцца на радзіме пісьменнікаў і ў месцах, дзе яны праводзілі значную частку свайго жыцця, дзе імі былі напісаны важныя для літаратуры творы.

У Беларусі дастаткова ўвагі ўдзяляецца захаванню калектыўнай гістарычнай памяці праз устаноўку помнікаў літаратарам.

У рабоце высветлена, у якіх населеных пунктах, калі, якім нацыянальным літаратурным дзеячам і па якой прычыне былі ўзведзены помнікі (акрамя надмагільных) і бюсты ў Беларусі; праведзена класіфікацыя помнікаў і бюстаў па абласцях, населеных пунктах, а таксама па асобах пісьменнікаў, якім былі пастаўлены помнікі і бюсты ў Беларусі; складзена інтэрактыўная карта

“Помнікі нацыянальным асветнікам і пісьменнікам на Беларусі” з выявамі скульптурных кампазіцый і бюстаў.

У выніку можна сцвярджаць, што гіпотэза аб ушанаванні памяці нацыянальных асветнікаў і пісьменнікаў на Беларусі праз усталяванне помнікаў пацвержана.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Мятліцкая, І. Гісторыя ствараецца тут і цяпер. Мастакі ў храме кнігі. Скульптура / І. Мятліцкая // Мастацтва. – 2006. – № 6. – С. 44
2. Кравченко, И. Г. Памятник как социальный феномен : дис.... канд. филос. наук
3. [Электронны рэсурс] / И. Г. Кравченко. – Волгоград, 2008. – 137 с. – Рэжым доступу: <http://www.dslib.net/soc-filosofia/pamjatnik-kak-socialnyj-fenomen.html>. – Дата доступу: 25.09.2023.

УДК 791.43

ОЦЕНКА МЕТОДОВ АНАЛИЗА УСПЕШНОСТИ КИНОФИЛЬМОВ

А.С. Пешкевич, 2 курс

Научный руководитель – А. Прядко, д.э.н., профессор
Одесский национальный экономический университет

В 2022 году по итогам XVI международной молодежной научно-практической конференции «Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси» была опубликована статья молодых учёных: «Кинематограф как часть общественной культуры. Феномен кинофраншиз» [1], в которой была предложена уникальная формула для выявления успешности кинофильмов (формула 1):

$$Y = \frac{(C_{и} - B_{и}) \cdot \frac{O_{к} + O_{з}}{2}}{100}, \quad (1)$$

где Y – показатель успешности отдельного кинофильма;

C_и – сборы кинофильма с учетом инфляции;

B_и – бюджет кинофильма с учетом инфляции;

O_к – оценки критиков;

O_з – оценки зрителей.

На наш взгляд, данная формула имеет несколько недочётов:

1. Не указаны и, следовательно, непонятны единицы измерения каждой из составляющих формулы. Предположим, что сборы и бюджет взяты в денежных единицах. Следовательно, в результате мы получим денежные единицы, умноженные на число, делённое на 100. В итоге весьма затруднительно сравнивать между собой тысячи, а иногда и миллионы денежных единиц.

2. В полной мере не обоснован учёт инфляции в отдельных составляющих формулы: сборах и бюджете кинофильма. В первую очередь необходимо, чтобы между собой сопоставимы были бюджет и сборы кинофильма. Для сопоставления разновременных кинолент необходимость учёта инфляции отпадает.

3. Отсутствует логика в использовании предложенного знаменателя. Исходя из пункта 1 можно сделать вывод, что с таким же успехом в данную формулу можно подставить абсолютно любое число.

4. Не соответствует использование разности между сборами и бюджетом кинофильма в формуле с целью её конечного результата. По сути своей, успешность – показатель эффективности, а разница между доходами и расходами показывает экономический эффект. К тому же более дорогостоящие киноленты, за редким исключением, будут иметь изначальное преимущество.

5. Не раскрывается выбор источников для получения всех необходимых сведений для формулы. Каким-то источникам доверяют больше, каким-то – меньше; какие-то просматривает большее количество людей, какие-то – меньше; и, в принципе, взяв для каждого кинофильма разные источники данных, на выходе получатся несопоставимые в полной мере результаты.

В качестве доказательства вышеперечисленных недостатков, мы предлагаем протестировать данную формулу на конкретных значениях (формула 2). Для примера мы возьмём необходимые

нам показатели кинофильма «Звёздные войны: Эпизод 1 — Скрытая угроза (1999)» с киноагрегатора «Кинопоиск» [2]. Также нам понадобится инфляция доллара США, которая за период с 1999 г. составила приблизительно 83%.

$$y = \frac{(924\,305\,084 - 130\,000\,000) * 1,83 * \frac{5,9+7,9}{2}}{100} = 100\,296\,902,96. \quad (2)$$

В итоге мы получаем существенно отличающийся результат от заявленного в работе авторов данной формулы. Несмотря на то, что в работе молодых учёных даётся показатель успешности для всей франшизы «Звёздные войны», который рассчитывается как средняя арифметическая показателей всех фильмов серии, сложно представить, какие результаты у них получились по остальным кинолентам, если итог составил 13,6.

Мы предлагаем свою формулу для нахождения успешности кинофильма, с учётом и устранением всех недостатков предыдущей версии (формула 3):

$$y = \frac{C}{B} * \frac{O_k + O_z}{2}, \quad (3)$$

где Y – коэффициент успешности отдельного кинофильма;

C – сборы кинофильма, ден. ед.;

B – бюджет кинофильма, ден. ед.;

O_k – оценки критиков;

O_z – оценки зрителей.

Важно отметить, что данная формула исходит из предпосылки равенства критиков и зрителей. Иными словами, обе эти группы честно, объективно и беспристрастно оценивают кинофильм. Для оценки формулы 3 возьмём всё тот же кино-агрегатор и кинофильм (формула 4).

$$y = \frac{924\,305\,084}{130\,000\,000} * \frac{5,9+7,9}{2} = 49,06. \quad (4)$$

Таким образом, для того чтобы вычислить коэффициент успешности кинофильма, необходимо рентабельность вложенных средств (инвестиций) скорректировать на среднюю арифметическую оценок критиков и зрителей. Для поиска оценок обеих сторон следует выбирать проверенные кино-агрегаторы и, самое главное, чтобы данные показатели были с одной и той же площадки, для объективности расчётов и возможности сопоставления результатов.

Список использованных источников

1. Малибошко, Д.А. Кинематограф как часть общественной культуры. Феномен кинофраншиз / Д.А. Малибошко, Е.С. Баданин // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси : материалы XVI международной молодежной научно-практической конференции, Пинск, 15 апреля 2022 г. : в 2-х ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – Ч. 1. – С. 429-431.

2. Звёздные войны: Эпизод 1 — Скрытая угроза (1999) [Электронный ресурс] // Кинопоиск. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/film/6695/>. – Дата доступа: 30.03.2024.

УДК 811.111

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

С.С. Писулин, 4 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель

Полесский государственный университет

На современном этапе развития общества невозможно представить его жизнь без взаимодействия с представителями других стран и культур. Во многом процессу интеграции помогает роль

перевода, так как владение иностранным языком еще не является повсеместным явлением. В ходе переводческой деятельности специалистам в области перевода приходится сталкиваться с различными проблемами, одной из которых является перевод фразеологических единиц – выражений с определенным устойчивым значением, отличным от значения составляющих слов. Фразеологизмы играют важную роль в процессе межкультурной коммуникации, а также в культурном контексте языка в целом, поскольку позволяют передать сложные идейные и эмоциональные оттенки. Более того, они содержат в себе культурно-историческую составляющую. Все это ведет к тому, что для качественного перевода фразеологизмов необходимо иметь обширную базу знаний и навыков в области лингвистики и культурологии.

Объектом исследования являются фразеологизмы и фразеологические выражения в экономических текстах публицистического жанра.

Предмет исследования – особенности перевода фразеологических выражений в публицистических текстах экономического дискурса.

Цель работы – изучить особенности перевода фразеологических выражений в экономических текстах (на материале газетных статей).

Материалами исследования послужили 50 статей экономического характера из англоязычных СМИ.

Согласно утверждению В.В. Виноградова, «фразеологизм – это неделимое и устойчивое словосочетание, которое имеет переносный смысл и не состоит из смысла составляющих его слов» [1, с.57]. В свою очередь, экономический фразеологизм – это устойчивое выражение или фраза, которое широко используется в экономических текстах и обсуждениях.

При работе с фразеологическими единицами используют фразеологический и нефразеологический способы перевода. Фразеологический перевод – поиск наиболее эквивалентных единиц в языке перевода, таких как полные или приблизительные эквиваленты, или фразеологические аналогии. Например, полным эквивалентом для выражения *tocutcorners* будет *срезать углы*, которое в контексте экономических текстов обозначает процесс экономии в тех местах, где это возможно.

Нефразеологический перевод – способ перевода фразеологических единиц, при котором фразеологизм переводится с помощью лексических, а не фразеологических средств:

This bull market seems set to continue, after yesterday's record high at the close.

Эта ситуация с ростом цен на акции, по всей видимости, продолжится после вчерашнего пика на закрытии.

“Predaco” is a successful company. Over the years, it has distributed some profits or earnings to shareholders, but it has also kept profits in the form of retained earnings and built up its cash reserves; it is sitting on a cash pile or cash mountain.

“Предако” — успешная компания. На протяжении многих лет компания распределяла некоторую прибыль или доходы среди акционеров, но также сохраняла доход в виде нераспределенной прибыли и создавала свои денежные резервы; сейчас она имеет солидную кассу.

Полные эквиваленты при переводе фразеологизмов встречаются наиболее часто. Такой способ перевода достаточно прост к обнаружению, так как соответствующие единицы обладают теми же устойчивыми признаками, что и единицы исходного языка. Такое уподобление хорошо прослеживается на следующих примерах: *Rather than sinking, the makers of superyachts are riding a wave.* В данном случае будет эквивалентен следующий перевод: *Вместо того, чтобы тонуть в финансовом плане, производители суперяхт ловят волну* [5].

So we try to cut corners at every opportunity. We scrimp, starve and deny ourselves the basics that we need to do our job well [6].

Поэтому мы стараемся срезать углы при каждой возможности. Мы экономим, голодаем и отказываем себе в том, что нам нужно для того, чтобы хорошо выполнять свою работу.

Неполных эквивалентов при переводе фразеологизмов встречается на порядок меньше, так как явление многозначности слабо характерно для фразеологии. В принципе, возможность передавать фразеологические единицы аналогами с образностью, совершенно не имеющей точек соприкосновения в исходном языке и языке перевода, объясняется главным образом тем, что по большей части это стёртые или полустёртые метафоры, не воспринимаемые или, скорее, воспринимаемые подсознательно носителем языка [2, с. 70].

Значительным по частоте распространения способом перевода фразеологических единиц в рамках экономических текстов является способ описательного перевода. Он сводится, по своей сути, к тому, что в тексте языка перевода дается не эквивалент выражения, а его толкование. Это может быть представлено в виде сравнения, описания, разъяснения – всех средств, которые наиболее точно отражают содержание фразеологизма: *The selling wave that hit ITT's stock yesterday mostly reflects the market's low tolerance for surprises and insistence on high yields. Both are signs of a bear market* [3]. *Волна продаж, обрушившаяся вчера на акции ИТТ, в основном отражает нетерпимость рынка к неожиданностям и стремление к высокой доходности. Оба являются признаками рынка ценных бумаг с падающими ценами на акции.*

Реже всего при переводе фразеологизмов используют прием калькирования, который, как правило, используют в тех случаях, когда другие приемы не могут в полной мере передать семантико-стилистическое и экспрессивно-эмоциональное значение фразеологической единицы.

Такой способ перевода возможен только в той ситуации, если дословный структурный перевод способен донести истинное содержание всей единицы, а не ее компонентов. Этот прием подходит для различного типа выражений и является хорошим вариантом перевода при условии, что учтены его особенности:

"Australians in every part of the country deserve the security of a roof over their head," Prime Minister Anthony Albanese said yesterday [4].

Вчера премьер-министр Энтони Альбанезе заявил: "Австралийцы во всех частях страны заслуживают безопасности и крыши над головой".

Putting purpose and sustainability at the core of business.

Ядром бизнеса является установление правильной цели и достижение устойчивости.

Таким образом, в результате проведенного исследования были выделены основные стратегии перевода фразеологизмов, включающие перевод с использованием разделения способов перевода на фразеологический и нефразеологический или перевод на различные уровни языковой системы.

Изучив и проанализировав 50 отобранных англоязычных статей, можно отметить следующее: наиболее используемый способ перевода экономических фразеологизмов – фразеологический перевод с подбором полного эквивалента (46%). Практически в два раза реже используется нефразеологический способ посредством описательного перевода – 27%. Подбор неполного эквивалента и калькирование встречаются в 17% и 10% соответственно.

Список использованных источников

1. Дербеденева Д.А. Понятие фразеологизма и его структурно-семантические особенности / Д.А. Дербеденева // XXIII Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета Часть 8 Филология. Лингвистика. – Нижневартовск, 2021. – С. 57-63.

2. Шепелева, Е.В. Особенности перевода фразеологизмов / Е.В. Шепелева // Известия Пензенского государственного педагогического университета имени В.Г. Белинского Гуманитарные науки. – Пенза. – 2009. – С. 68-72.

3. Businessdigest // TheNewYorkTimes [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/1984/07/12/business/business-digest-060380.html>. – Дата доступа: 18.11.2023.

4. Further boost to social housing and crisis accommodation // Australian Property Journal [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.australianpropertyjournal.com.au/2023/11/20/further-boost-to-social-housing-and-crisis-accommodation/>. – Дата доступа: 18.11.2023.

5. Why the market for superyachts is booming // The Economist [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.economist.com/business/2023/11/16/why-the-market-for-superyachts-is-booming>. – Дата доступа: 18.11.2023.

6. Nine essential tips for the (successfully) self-employed // The Guardian [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/women-in-leadership/2015/dec/17/nine-essential-tips-for-the-successfully-self-employed>. – Дата доступа: 18.11.2023.

ТЕРМИН «L'EFFICACITÉ» ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: ЛИНГВОПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Е.О. Пацюк, С.С. Полешук, 3 курс

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.ф.н, доцент

Полесский государственный университет

В современной лингвистике понятие «дискурс» относится к комплексному анализу языка в контексте его использования в различных социокультурных ситуациях. Под дискурсом понимают не только конкретные высказывания или тексты, но и шире подразумеваются социокультурные, политические, идеологические и другие аспекты, влияющие на процесс коммуникации. Это говорит о многоуровневости дискурса в современной лингвистике. С точки зрения контекстуальности дискурс рассматривается в конкретных обстоятельствах общения и социокультурных условиях. Интертекстуальность дискурса заключается в его взаимосвязи с другими текстами и контекстами, что определяет его смысл и интерпретацию [1].

Экономический дискурс в современной лингвистике относят к изучению языковых практик, связанных с экономической деятельностью, финансовыми рынками, бизнесом и другими аспектами экономики. В этом типе дискурса анализируется то, как язык используется для описания, интерпретации и формирования экономических реалий и процессов.

Экономический дискурс включает в себя изучение специализированных экономических терминов и концепций, а также анализ механизмов передачи информации о финансовых рынках, инвестициях, торговле, бюджетировании и других аспектах экономики. Кроме того, он освещает влияние языка на формирование экономических политик, решений и стратегий.

Дискурсивный анализ позволяет изучать языковые явления не только как отдельные элементы, но и как часть более широкого социокультурного контекста, что помогает понять процессы коммуникации, власти и идеологии в обществе

Целью работы является лингвопереводческий анализ термина «*l'efficacité*» и связанных с ними интерпретаций русскоязычного термина «эффективность» для последующего возможного уточнения перевода.

Толковые словари дают различные значения термина «*l'efficacité*», который на русский язык переводится как «эффективность». Например, в словаре «*Le Petit Larousse*» «*efficacité*» – «*caractère d'une personne, d'un organisme efficace, qui produit le maximum de résultats avec le minimum d'efforts, de moyens*» «характер человека, эффективного организма, добивающегося максимальных результатов при минимуме усилий, средств» (перевод наш – Полешук С.С.) [2].

– Эффективность, способность достигать поставленных целей.

– Качество того, что действует так, как ему положено.

Словарь «*Le Grand Robert de la langue française*» предлагает следующее значение:

«*efficacité*» — «*capacité de produire le maximum de résultats avec le minimum d'effort, de dépens*» – «способность достигать желаемого результата» [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что данный термин используется в качестве оценки того, насколько успешно использованы ресурсы в процессе производства товаров и услуг.

В переводе на русский язык системами машинного перевода (СМП) получают приблизительно эквивалентные выражения: DeepL — «способность добиваться максимальных результатов при минимальных усилиях и затратах» [4]. Яндекс Переводчик даёт аналогичный результат [5].

В таблице представлены различия перевода термина «*efficacité*», а также однокоренных ему, даваемые системами машинного перевода:

Google, DeepL и Яндекс.

Таблица – Вариативность машинного перевода. Источник: собственная разработка

	Google	DeepL	Яндекс
efficacité	эффективность	эффективность	эффективность
efficace	эффективный, действенный	эффективный	эффективный, эффективно
efficacement	эффективно, продуктивно	эффективно	эффективно, результативно

Примеры использования термина «*l'efficacité*» контексте:

«*L'efficacité de ce médicament a été prouvée par des études cliniques*». – «Эффективность этого препарата была доказана клиническими исследованиями».

«*Les nouvelles mesures visent à améliorer l'efficacité du système éducatif*». – «Новые меры направлены на повышение эффективности образовательной системы».

Можно сделать вывод, что значения машинного перевода не сильно отличаются друг от друга, а также имеют значение, которое даётся этому термину в словаре.

На основе предварительного анализа семантики терминов эффективности установлено, что толковые словари французского языка (*Le Petit Larousse* и *Le Grand Robert de la langue française*) связывают понятие «*efficacité*» достижением оптимальных результатов при использовании ограниченных ресурсов в различных областях, таких как медицина, образование, экономика и другие.

В *Le Petit Larousse* особенно подчеркивается качество действия, которое соответствует ожиданиям, в то время как в *Le Grand Robert de la langue française* акцент делается на способности достигать желаемого результата.

Различия в интерпретации термина «*efficacité*» могут быть связаны с особенностями подхода к определению понятий в различных словарях, а также с контекстом использования термина.

Понимание значений термина «*efficacité*» во французских словарях имеет важное значение для точного и грамотного использования этого термина в различных контекстах и областях деятельности.

Поэтому, исследование различий в значении термина во французских словарях позволяет лучше понять суть этого понятия и его важность во французском языке и культуре.

Список использованных источников

1. Николаева, Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики / Т.М. Николаева – М.: Прогресс, 2022. – 480 с.
2. Электронный словарь «Le Petit Larousse» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.larousse.fr>. – Дата доступа: 01.04.2024
3. Электронный словарь «Le Grand Robert de la langue française» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lerobert.com/collection-le-grand-robert-de-la-langue-francaise.html>. – Дата доступа: 01.04.2024
4. Переводчик DeepL [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.deepl.com/translator>. Дата доступа: 01.04.2024
5. Яндекс.Переводчик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://translate.yandex.com/be/?lang=en-ru&text=http>. – Дата доступа: 01.04.2024

УДК 81-25

АКТИВНАЯ ЛЕКСИКА СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ

В.В. Сакович, С.С. Полешук, 3 курс

Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н., доцент**

Полесский государственный университет

В речи каждой социально-возрастной группы используется специфический для нее набор языковых элементов, а также различные приемы общения, которые ее выделяют и характеризуют. Анализ совокупности данных факторов позволяет создать речевой портрет определенной социально-возрастной общности, в частности, современного студенчества.

Языковой портрет современного студента образуется из множества элементов. Во время обучения в вузе происходит становление и развитие языковой личности. Студенты разных специальностей отличаются своими речевыми «привычками», так как изучают разные сферы деятельности и используют различную терминологию. В данной работе нас интересует повседневная речь студентов-лингвистов Полесского государственного университета, которая и выступает в качестве объекта исследования.

Целью работы является анализ речевых особенностей современных студентов, получающих лингвистическую специальность. Задачи исследования: определить составляющие компоненты речевого портрета студента; выявить особенности и привычки речи студентов-лингвистов.

Изучением данного вопроса занимались русские исследователи Ю.Н. Караулов, Н.Н. Розанова, М.В. Китайгородская, Т.В. Кочеткова и др. В своих трудах они сформировали определение речевого портрета. Учёные выделили наиболее яркие черты языковой личности, которые несут в себе признаки групповой принадлежности: сленг, жаргонизмы, специфические термины и т.д.

Обратимся к источникам пополнения активной лексики студентов-лингвистов Полесского государственного университета.

В настоящее время главным источником пополнения речи этой группы молодёжи считаются иноязычные заимствования. Поскольку современные студенты-лингвисты изучают два и более иностранных языка, иноязычные заимствования, обозначающие приоритетные для данной социально-возрастной группы реалии, составляют самую большую часть в их речи. Нередко от молодёжи можно услышать слова на иностранном языке, чаще всего на английском: «о-кей», «плиз», «гуд-бай», «сори», «велком», «пипл». На вопрос «как дела?» следует ответ «fine» либо же «cool». Также вместо «расслабься» часто употребляют «chill», вместо слова «проверка» используют «check out».

Со временем эти слова с помощью добавления словообразовательных суффиксов получили более русский оттенок. Так, английские глаголы приобретают в русском сленге следующие русские глагольные суффиксы – а (ть): чекать (to check «проверить»), шпехать (sprechen, от нем. «говорить»); реже – и (ть): апгрейдить (to upgrade «увеличить»), чилить (to chill «отдыхать»); ну (ть): искейпнуть (to escape «избежать»).

Что касается частеречной принадлежности слов, то студенты больше всего употребляют имена существительные. Причём, как сленговые выражения, так и специальные термины. Например, названия учебных дисциплин: «синтактика», «прагматика», «грамматика» и т.д. Часто будущие специалисты в сфере межкультурных коммуникаций используют глаголы: «анализировать», «определять», «исследовать» и т.д. Меньше в их речи звучат имена прилагательные: «грамматический», «синтаксический», «лексический», «морфологический» и т.д. При обращении друг к другу активно используют местоимения: «ты», «вы», «они», «он/она», «я», «мы».

Реже всего студенты-лингвисты используют имена числительные, так как учебный план специальности не предполагает изучения математических, физических, химических и т.п. дисциплин, что, соответственно, влияет на количество используемых в учебном процессе цифр и чисел.

Ключевой особенностью речевого общения описываемой группы является активное использование ее представителями сленговых обозначений специфических для студентов бытовых реалий. Высокой продуктивностью в пополнении словаря студенческого сленга обладают такие способы словообразования, как усечение: «препод», «мобила», «автомат», «универ»; универбация: «физра», «лаба», «столовка»; аббревиация (часто употребляется для сокращения названий дисциплин): «ПУПР» (практика устной и письменной речи), «ПКРО» (практикум по культуре речевого общения), «ТМК» (теория межкультурной коммуникации).

Аффиксальный способ словообразования широко распространен в пополнении словаря сленга и характеризуется использованием специфических суффиксов, передающих сленговую оформленность: «кайфовый», «офигенный», «музон», «сеструха», «общага» [1].

Интернет также является значительным фактором, оказывающим влияние на речь и языковые привычки современных студентов-лингвистов. Одним из главных изменений можно считать замену фразеологизмов на устойчивые сочетания, называемые «мемами». Термин «мем» происходит от греческого слова «meme» – «подобие». Данный термин был впервые введен Р. Докинзом в книге «Эгоистичный ген» в 1976 г. В ней ученый выдвигает «теорию культурной эволюции, в рамках которой информация передается от поколения к поколению с помощью мемов, которые можно сравнить с генами» [2, с. 5].

На сегодняшний день определение мема представляет собой устойчивое сочетание (редко слово), возникшее спонтанно или намеренно, получившее большую популярность в интернет-пространстве посредством широкого распространения в силу актуальности, комического эффекта.

В речевой деятельности используются два вида мемов: интернет-мемы, представляющие собой креолизованный текст, состоящий из вербальной и визуальной части, и устойчивые сочетания в устной речи. Можно сказать, что мемы – современные фразеологизмы. К самым частотным мемам в устной речи студентов-лингвистов относятся: «прислать селфи», «заценить лук», «быть во френдзоне», «это полный треш», «идем чилить», «запостить в ленту». Стоит отметить, что слова из

данных устойчивых сочетаний также заимствованы из английского языка: «selfie», «to look», «friend zone», «trash», «to chill», «to post» [3, с. 23].

Речь современного студента характеризуется наличием в ней слов-паразитов. Самыми часто употребляемыми являются следующие: «в общем», «как бы», «типа», «ну», «короче», «так сказать» и др. Основная причина использования – заполнение пауз, выражение сомнения или усиление высказывания. Несмотря на существование в лексике русского языка данной группы слов, лингвист должен свести их к минимуму и стремиться вовсе не использовать в своей речи.

Проведенный анализ словоупотребления в студенческой среде позволил сделать вывод, что речь современного студента-лингвиста имеет ряд особенностей. Так, изучение иностранных языков делает молодых людей активными пользователями иноязычных заимствований, которые формируют основу их речи. С помощью различных методов словообразования создается собственный сленг. Влияние интернета и окружающей среды также заметно отражается на речи студентов, включая замену фразеологизмов на «мемы», а также употребление «слов-паразитов».

Нам удалось определить, что источниками активной лексики студентов-лингвистов Полесского государственного университета являются иноязычные заимствования, сленговые обозначения, аббревиация и интернет, в частности, мемы. Среди частей речи наиболее употребляемыми являются имена существительные, глаголы и местоимения. Меньше студенты используют имена прилагательные и имена числительные.

Поскольку речевой портрет современного студента-лингвиста отражает его лингвистическую компетентность и взаимодействие с современными языковыми явлениями, студентам лингвистических специальностей необходимо аккуратно относиться к используемой ими активной лексики в своей повседневной речевой деятельности. При осуществлении коммуникации важно соблюдать чистоту речи, делать её правильной, богатой, точной, при этом учитывать и все остальные коммуникативные качества культуры речи в процессе построения высказываний и ведения коммуникации. Только при соблюдении таких условий речь будущего специалиста в сфере переводческой деятельности будет достойной для выбранной ими специальности, а также являться образцовой для студентов нелингвистических специальностей.

Список использованных источников

1. Воронкова, А. А. Функциональные особенности молодёжного сленга современных студентов / А. А. Воронкова, С. М. Мальцева, Е. М. Ульянкина // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – Т. 9, № 2(31). – С. 237–240.
2. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – Москва : Мир, 1993. – 318 с.
3. Шомова, С. А. Мемы как они есть : учебное пособие / С. А. Шомова. – Москва : Аспект Пресс, 2019. – 136 с.

УДК 801.6

ПРОЯВЛЕНИЕ ЗАКОНОВ БЛАГОЗВУЧИЯ В СТИХОТВОРЕНИИ С.А. ЕСЕНИНА «ОТГОВОРИЛА МЕНЯ РОЩА ЗОЛОТАЯ»

А.С. Свороб, С.В. Шишло, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар**, к.ф.н., доцент
Полесский государственный университет

Каждый человек хоть раз в жизни обращался к такому жанру литературы как поэзия. А.А. Фет считает, что «ничто не сближает людей так, как искусство вообще – поэзия в широком смысле слова» [1]. В Малом академическом словаре термин «поэзия» трактуется как «Искусство образного выражения мысли в слове, словесное художественное творчество» [2]. Преобразуя мысль в слово, как единицу языка, мы сталкиваемся с законами благозвучия.

Цель данного исследования состоит в анализе проявления законов благозвучия в стихотворении С.А. Есенина для выявления особенностей звуковой организации его поэтического языка. Задачи исследования: рассмотреть сочетания звуков, рифм; проанализировать их влияние на эмоциональное восприятие стихотворений.

Объектом исследования выступает произведение «Отговорила меня роща золотая» С.А. Есенина. Методология исследования предполагает анализ текста стихотворения поэта серебряного века с учетом звуковой организации.

Обратимся к теоретическим основам стихосложения, где нас интересуют законы благозвучия. «Законы благозвучия – это принципы, которые определяют, какие звуки сочетаются друг с другом и признаются приятными для слуха. Эти законы основаны на хореографии и гармонии звуков и используются в музыке, поэзии и других искусствах для создания приятных и гармоничных звуковых комбинаций» [3, с. 18].

Согласно Л.М. Вардомацкому, благозвучием называют такое сочетание звуков в языке, которое, по мнению носителей этого языка, наиболее удобно для произношения и приятно для слуха. Как отмечает исследователь, благозвучие (эвфония) основано на такой звуковой организации речи, при которой артикуляция групп звуков является наиболее удобной для речевого аппарата носителей данного языка, а последовательное звучание звуков в звуковых цепочках является наиболее гармоничным [3].

В лексике русского языка законам благозвучия в основном подчиняется сочетание согласных. «Существующие законы благозвучия в русском языке можно классифицировать по четырем признакам: сочетаемость звуков в русском языке, эстетика звуков русского языка, частота повторения звуков в речи и длина слова» [3, с. 22].

В соответствии с законами благозвучия мы проанализируем стихотворение С.А. Есенина «Отговорила меня роща золотая».

*Отговорила роща золотая
Березовым, веселым языком,
И журавли, печально пролетая,
Уж не жалеют больше ни о ком...* [4].

В поэтическом произведении преобладают мужские рифмы (по окончанию предыдущего слова), но также встречаются и женские рифмы (по заканчивающемуся последнему слогу). Примеры рифмованных пар:

1) мужские рифмы: «золотая – тайный», «тайный – моем», «высокий – не спален», «спален – моя встречала»;

2) женские рифмы: «луг – рассыпаны», «всех – рук моих», «вечерне-синем – градом».

В стихотворении присутствует множество аллитерирующих сочетаний, которые создают звуковую гармонию и ритмический эффект. Усиливает восприятие и эвфония: благозвучие достигается благодаря перекрестной рифме, а также женской и мужской; аллитерации (звук «р» периодически повторяется, что придает особенный ритм). Например, «роща золотая», «в вечерне-синем золоте рассыпаны», «зеленый луг высокий».

Что касается эстетики звуков, то в стихотворении находим примеры ассонансов (повторение в стихотворной речи одинаковых гласных звуков с целью усиления выразительности художественной речи), которые усиливают звучание текста и создают единый музыкальный фон. Например, «зачем я пришел в твой обитель тайный», «губ твоих касанье рук моих».

Немаловажен и размер стиха. Здесь ямб сыграл свою роль: музыкальность стиха, изысканная утонченность в создании образа лирического героя, его острых ощущений – все это воздействует на читателя (слушателя) с огромной силой.

Определив частоту повторений в стихотворении, мы выделили несколько типов повторений, таких как повторение слов, звуков, букв и фраз. Например, слова «роща», «золотая», «меня», «твой», «голос», «вечерне-синем», «глаза» повторяются в тексте более одного раза.

В стихотворении также присутствует повторение определенных звуков и букв, что создает музыкальность и ритмичность текста. Например, звуковое повторение в словах «роща золотая», «в вечерне-синем золоте», «глаза твои», «губ твоих». Некоторые фразы и обороты также могут повторяться в стихотворении, создавая эффект повторения и усиливая эмоциональную окраску текста. Например, словосочетания «золотая роща», «вечерне-синем золоте», «губ твоих», «глаза твои» и др.

Относительно длины слова в стихотворении, суммируя количество букв в каждом слове, мы видим, что поэт использовал слова, которые насчитывают от 1 до 13 букв в длину.

Исходя из проведённого исследования стихотворения «Отговорила меня роща золотая» С.А. Есенина относительно проявления законов благозвучности в данном произведении, нами сделаны следующие выводы:

1. Мелодичность и гармония текста обусловлены использованием ямбического тетраметра и стабильного ритма.

2. Рифмованные пары в стихотворении не только придают тексту завершенность и гармонию, но и усиливают его выразительность и эмоциональное воздействие.

Отдельно отметим использование поэтом аллитерации и ассонанса, которые способствуют звуковой красоте текста и создают впечатление музыкальности и ритмичности. Эти звуковые приёмы придают стихотворению особую индивидуальность и запоминающиеся художественные качества.

Эстетика звуков создаёт образы и эмоциональные переживания, используя звуковые средства языка, что делает стихотворение не только прекрасным в звучании, но и имеющим глубокий смысл.

Таким образом, благодаря анализу проявления законов благозвучия в стихотворении «Отговорила меня роща золотая» С.А. Есенина, нами выявлены особенности звуковой организации его поэтического языка. Данные особенности подчеркивают талант поэта и уникальную способность создавать произведения, которые остаются актуальными и вдохновляющими для читателей на протяжении многих лет.

Список использованных источников

1. Фет, А.А. // Ранние годы моей жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kartaslov.ru/русскаяклассика/А.А.Фет/Ранние_годы_моей_жизни. – Дата доступа: 07.04.2024.
2. Евгеньева, А.П. // Малый академический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/small-academic-vocabulary/fc/slovar-207-86.htm#zag-51329> – Дата доступа: 07.04.2024.
3. Вардомацкий, Л.М. / Синтактика / Л.М. Вардомацкий // Курс лекций. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2023. – 83с.
4. Есенин, С.А. Собрание сочинений в 2 т. Т. 1. Стихотворения. Поэмы / Слово о поэте Ю.В. Бондарева; сост., вступ. ст. и коммент. Ю.Л. Прокушева. – Москва : Советская Россия : Современник, 1990. – 381 с.
5. Ганиев, Ж.В. Русский язык. Фонетика и орфоэпия : уч. пособие / Ж. В. Ганиев. – М. : Высшая школа, 2012. – 200 с.
6. Гойхман, О.Я., Надеина, Т.М. Основы речевой коммуникации / О. Я. Гойхман, Т.М. Надеина // Уч. для вузов под ред. О.Я. Гойхмана. – М : ИНФРА-М, 2005. – 76 с.

УДК 81'25

АДЕКВАТНОСТЬ ПЕРЕВОДА ЭЛЕМЕНТОВ ВЕРТИКАЛЬНОГО КОНТЕКСТА АНГЛИЙСКОГО ТЕКСТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Д.А. Смирнова, 2 курс магистратуры

Научный руководитель – **С.А. Резцова**, к.п.н, доцент,
зав.кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации

Государственный-социально гуманитарный университет, г. Коломна

Адекватность перевода элементов вертикального контекста на русский язык – важная задача, требующая глубокого знания языка и культурных особенностей обоих языков. Когда речь идет о переводе из одной вертикальной области на другую, такая работа становится еще более сложной и требует специализированного подхода.

По мнению Д.И. Лебедева перевод произведения, точно также, как и само произведение, является творческим процессом и включает в себя «совокупность сложнейших интеллектуальных операций, основанных на сопоставлении двух заведомо отличных друг от друга языковых систем с одновременным поиском наиболее адекватного варианта перевода, подходящего для текущей языковой ситуации или наиболее приемлемого в контексте данного специального текста» [2].

Процесс перевода – это процесс создания текста, отличающегося от оригинала по структуре и языковым средствам. Однако такой текст имеет эквивалентную, смысловую и информационную нагрузку по отношению к исходному. В таком тексте необходимо соблюдать грамматические и лексические нормы, структуру и стилистику переводящего языка.

Таким образом, результат перевода во многом зависит от индивидуальности понятийно-логических механизмов мышления переводчика.

Для того, чтобы понять художественный текст, читатель должен обладать *культурно-фоновыми знаниями*. Под этим понятием понимается личное восприятие читающей аудитории и читательский опыт. По этой причине довольно часто и остро встает вопрос о так называемой *адекватности художественного перевода*, когда переводчику необходимо передать как можно адекватно и точно авторскую задумку исходного текста. В данном случае переводчику нужно определить художественно-эстетическую направленность текста произведения, чтобы оценить возможные реакции на текст со стороны читателей, которые разделяют один общий культурный фон с автором произведения.

Глубокое понимание смысла оригинала и умение правильно передавать отдельные особенности исходного текста и образную систему посредством точного подбора лексических средств являются важными факторами для деятельности переводчика по распознаванию и передаче аллюзий. Так, в художественном произведении необходимо учитывать авторский замысел.

Перевод будет считаться адекватным, если помнить следующее:

1. Адекватность неотделима от точности.

Необходимость пожертвовать какими-либо лексическими элементами может создать проблемы при переводе.

2. Адекватность неотделима от реальной практики перевода.

В практике перевода зачастую нет идентичной передачи всех коммуникативных элементов оригинала. Переводчик может применить те стратегии, которые наибольшим образом подходят для передачи необходимого отрывка. Однако следует помнить, что любые отклонения от норм и правил эквивалентности должны быть обусловлены и всегда обоснованы.

Качественный адекватный перевод не должен быть вольным, т.е. приблизительным переводом, или вовсе пересказом основных событий.

Таким образом, понятие «адекватный перевод» включает в себя три компонента:

1. Правильная, точная и полная передача содержания оригинального текста;

2. Передача языковой формы исходного текста;

3. Безупречная правильность языка перевода.

Все эти три компонента являются неразрывными. Их нельзя отделить друг от друга – нарушение одного из них неизбежно ведет к нарушению остальных компонентов.

Стоит также сказать несколько слов о таком понятии как «эквивалентность» перевода, которое довольно часто путают с понятием «адекватности» перевода.

Многие исследователи занимались этим вопросом. В данном исследовании предпочтение отдается лингвистам В.Н. Комиссарову и Дж. Кэтфорду.

Исследователь Дж. Кэтфорд рассматривает понятие «адекватность» как идентичное понятию «эквивалентность». И то, и другое он обозначает как *translation equivalence* [3].

Подход В.Н. Комиссарова касательно адекватности и эквивалентности значительно отличается от подхода, принятого Дж. Кэтфордом. Дело в том, что английский лингвист отдавал предпочтение лингвистической теории перевода, ссылаясь на работы Ферта и Халлидея. Комиссаров же полагает, что эквивалентность – это отношение между содержанием оригинала и перевода, а адекватность – соответствие перевода требованиям и условиям конкретного акта межъязыковой коммуникации, т.е. адекватный перевод – понятие куда более широкое, и такой перевод делает возможным успешное взаимодействие переводного и переводящего языков. Эквивалентность же может скорее охарактеризоваться как смысловая общность соответствующих друг к другу единиц переводного и переводящего языка и речи в целом [1].

Другими словами, та или иная степень эквивалентности может быть включена в адекватный перевод. Однако при этом эквивалентный перевод не всегда является адекватным.

Несомненно, понятие эквивалентности и адекватности является одной из наиболее острых и противоречивых областей теории перевода. Эти термины и их взаимосвязь вызывали и, вполне вероятно, будут продолжать вызывать горячие споры в области переводоведения.

Один из главных аспектов, влияющих на адекватность перевода элементов вертикального контекста, заключается в понимании смысла и контекста исходного текста. Только тщательное изучение и анализ могут обеспечить точность и передачу оригинального значения на русском языке.

Это особенно важно, когда мы имеем дело с специфическими терминами и техническими нюансами, характерными для определенной области.

Кроме того, соответствие культурным, социальным и контекстным особенностям языка перевода также играет важную роль. Искусный писатель должен принимать во внимание значения, символику и особенности русской культуры, чтобы перевод не только был лингвистически точным, но и эмоционально и культурно подходящим для русскоязычной аудитории.

Важно отметить, что адекватность перевода элементов вертикального контекста не является статичным понятием. Она зависит от индивидуальных потребностей каждого текста и его целевой аудитории. При переводе следует учитывать специфику и уровень сложности текста, а также жанр и его цели. Если это литературный текст, то переводчик должен стремиться сохранить стиль и эстетику оригинала, тогда как в научных работах и технических материалах приоритетом является точность и ясность передачи информации.

Таким образом, адекватность перевода элементов вертикального контекста на русский язык требует глубоких знаний и умений в области языка и культуры, а также всеобъемлющего анализа и понимания исходного текста. Это важная задача, которая требует профессионализма и творческого подхода со стороны писателя.

Список использованных источников

1. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: учеб. пособие. / В.Н. Комиссаров (под ред. Д. И. Ермоловича). – 2-е изд., испр. – М.: Р.Валент, 2014. – 407с. – URL: <http://kmib.net/uchebniki/2h.pdf> (дата обращения: 31.03.2024). – Текст: электронный.
2. Лебедев Д.И. Проблемы адекватности перевода лингводидактических терминов на материале русского и английского языков: автореферат диссертации кандидата филологических наук: 10.02.20. / Д.И. Лебедев. – М.: Моск. гос. обл. ун-т, 2005. – 16 с. – URL: <https://dlib.rsl.ru/01003255597> (дата обращения: 31.03.2024). – Текст: электронный.
3. Catford J.C. A Linguistic Theory of Translation: An Essay in Applied Linguistics / J.C. Catford. – London, 2000. – 103p. – ISBN 0 19 43701S 6

УДК 81.25

ПЕРЕВОД АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ-РЕАЛИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

Е.А. Смирнова, 4 курс

Научный руководитель – **Л.Н. Селюжицкая**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Перевод терминов в любой сфере знаний, включая экономику, представляет собой довольно сложную задачу, требующую особых навыков и знаний в соответствующих областях. При этом необходимо учесть язык, стиль написания, различия в экономических системах разных стран. Важно понимать и помнить, что оригинальный текст составлен с учетом норм и формулировок, принятых в стране его происхождения. Нужно учитывать, что переведенный текст должен точно передавать смысл и все этнические, национальные, экономические нюансы оригинала, одновременно придерживаясь правил другой экономической системы и использования соответствующих терминов. Здесь и возникает необходимость введения такого понятия, как «термин-реалия».

Термин-реалия является одним из самых важных понятий в лингвистике, отражающим взаимосвязь языка и культуры.

Актуальность данной темы обусловлена растущей необходимостью изучения терминов-реалий и способов их перевода в текстах экономической тематики особенно с учетом того, что экономика прочно вошла практически во все сферы деятельности.

Понятие «реалия» происходит от латинского слова «realis», что означает «реальный» или «существующий». В лингвистике этот термин используется для обозначения слов или концепций, которые существуют в реальном мире и при этом являются уникальными для определенной культуры или общества.

Реалии, как и термины-реалии, в лингвистике играют важную роль в изучении и анализе языков. Они обозначают слова или выражения, которые отражают специфические аспекты культуры,

обычаев и предметов реального мира в языке. Реалии включают названия географических мест, понятий, культурных артефактов и многие другие элементы, которые могут быть уникальными для определенной культуры или языка.

В реалиях наиболее наглядно проявляется близость между языком и культурой. Отличительной чертой реалий от других слов языка является характер их предметного содержания, т. е. тесная связь обозначаемого реалией предмета, явления с национальным, с одной стороны, и историческим периодом — с другой [3, с. 49].

Определение понятия «реалия» было сформулировано такими исследователями, как О.С. Ахманова, М.Л. Вайсбурд, Е.М. Верещагин, Вл. Россельс, Л.Н. Соболев, А.Е. Супрун, Г.Д. Томахин, Г.В. Чернов и другие.

Существует большое количество разнообразных классификаций реалий, что является доказательством неоднозначности и сложности такого понятия, а именно: классификация Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова, основанная по тематическому принципу; тематическая классификация Г.Д. Томахина; классификации А.А. Кретьева, Т.Н. Яковлевой, классификация М.Б. Раренко по тематическому признаку, две классификации по тематическому и национальному признаку С. Влахова и С. Флорина, классификацию В.С. Виноградова, дополняющую классификацию С. Влахова и С. Флорина. Отдельно можно выделить классификации терминов-реалий В.М. Лейчика: термины объектов, термины процессов, термины признаков и термины величин [2, с. 52]. Согласно классификации С.В. Гринев-Гриневича, выделяются термины-реалии по содержательной (семантической) структуре на однозначные (моносемичные), многозначные (полисемичные), мотивированные, немотивированные.

В лингвистике термин-реалия обозначает слова, выражения или концепции, которые имеют смысл и существуют в культуре или обществе определенного языкового сообщества, но не имеют прямого аналога в другом языке или культуре. Термины-реалии представляют собой уникальные аспекты культуры, обычаи, предметы, явления или концепции, которые трудно перевести без потери смысла.

Перевод терминов-реалий представляет наибольшую сложность для переводчика. Говоря об эквивалентности терминов-реалий, необходимо отметить, что из-за типологических различий между русским и английским языками при переводе терминов-реалий наблюдаются определенные семантические расхождения, что особенно прослеживается в текстах экономической тематики.

Экономический текст представляет собой особый тип текста, предназначенный для фиксации, хранения и передачи экономических знаний. Специфика экономического текста определяется его информационной насыщенностью, наличием эффективных приемов и способов рационального рассуждения и аргументации по поводу определенного экономического события, а также представлением в нем аспектов экономического прогнозирования.

Специальным экономическим текстам присуще обилие экономических терминов и терминологических выражений. Несмотря на то, что подобным элементам текста свойственна некоторая однозначность, у переводчиков возникают определенные трудности при достижении категорий адекватности и эквивалентности.

Перевод терминов-реалий важен для сохранения колорита оригинального сообщения, информации и ее точного смысла, который изначально хотел передать или подчеркнуть автор, но он сложен из-за вероятного отсутствия соответствующих терминов-реалий в языке, на который делается перевод [1]. Вот несколько способов перевода терминов-реалий:

1. Калькирование и полукалька: калька подразумевает буквальное воспроизведение термина из исходного языка, часто с использованием латиницы; полукалька – переводческий прием, при котором одна часть слова (или словосочетания) передается путем буквального перевода, а другая его часть передается с помощью иного переводческого приема. Например, *loan shark* - акулий заём, *acquisition price* - цена приобретения, *income statement* - отчет о прибылях и убытках, *retail branch network* - сеть розничных филиалов, *accompanying document* - сопровождающий документ, *gross domestic product* - валовой внутренний продукт, *cash cow* - денежная корова.

2. Транслитерация: это передача английского слова на русский язык путем воспроизведения его графической формы (буквенного состава) с помощью алфавита русского языка. Например, *marketing* - маркетинг, *outsourcing* – аутсорсинг, *holding* – холдинг, *realtor* – риелтор, *project* – проект.

3. Транскрибирование: способ перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее формы с помощью букв языка перевода. При транскрибировании непосредственно воспроизводится звуковая форма иноязычного слова. Например, recession – рецессия, subsidies – субсидии, inflation – инфляция, investments – инвестиции.

4. Описательный перевод: этот метод включает в себя описание термина-реалии, чтобы передать его значение в переводящем языке. Разъяснение термина-реалии, состоящего из одного или двух слов, может в итоге занимать несколько строк. Например, underwriting - покупка ценный бумаг с целью их продажи, demarketing - меры снижения спроса на товары, market auction - торговля ценными бумагами методом аукциона, acid test – отношение кассовой наличности и дебиторской задолженности к текущим обязательствам либо коэффициент срочной/мгновенной/быстрой ликвидности.

5. Использование аналогов: переводчик может найти аналогичный объект или понятие в переводящем языке и использовать его для перевода. Например, token strike - предупредительная забастовка, think tank - мозговой центр (аналитический), to hit the nail on the head - попасть в самую точку, to spiral into - непрерывно становиться хуже, *capital productivity - фондоотдача*.

Результаты количественного исследования способов передачи англоязычных терминов-реалий в экономических текстах представлены в таблице.

Таблица – Способы передачи англоязычных терминов-реалий в экономических текстах

Прием перевода	Количество	Процентное соотношение
Транскрибирование	4	14,8 %
Транслитерация	5	18,5 %
Калькирование	9	33,3 %
Описательный перевод	4	14,8 %
Подбор аналога	5	18,5 %
Всего	27	100 %

Для успешного перевода должны быть соблюдены некоторые условия, зависящие, как и от самого термина-реалии, так и от соблюдения закономерностей перевода любого определения в целом. Во-первых, должен быть обеспечен правильный перевод отдельно взятых терминов-реалий определенного текста. Во-вторых, надо учитывать различия терминов-реалий и специфику передачи мысли на каждом языке. В-третьих, каждый переводимый термин-реалия должен проверяться с точки зрения терминосистем: переводчик вынужден сначала попробовать найти эквивалент термина-реалии либо построить новый термин-реалию из элементов своего языка.

Выбор метода и приема перевода зависит от конкретного контекста и того, насколько схожи культуры исходного и переводящего языков. Переводчики часто совмещают несколько приемов для наилучшей передачи значения термина-реалии.

Таким образом, передача терминов-реалий – сложный и трудоёмкий процесс, который требует от переводчика не только знаний основных приемов перевода, способов их применения на практике и значения переводимых слов, но и дополнительных знаний о культуре, национальных и исторических особенностях народа, умения определять этимологию слов, чтобы правильно и точно передавать термины-реалии на другой язык, сохраняя характерные черты, свойственные этому слову на исходном языке.

Список использованных источников

1. Ивлева, А.Ю. Реалии национальной культуры как объект переводческого исследования / А.Ю. Ивлева, К.С. Куликова // Гуманитарные научные исследования. – 2017. – № 2. – С. 105–107.
2. Лейчик, В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – изд. 3-е. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 256 с.
3. Томахин, Г.Д. Реалии-американизмы / Г.Д. Томахин. – М.: Высшая школа, 2016 – 240с.

ENGLISH FASHION AND FASHION DESIGNERS

A. Snitko, A. Kadlubai, A. Nour, 1 course
 Scientific supervisor – **V. Matskevich**, Lecturer
Polessky State University

British fashion has been a role model for many centuries, has made a great contribution to the development of industrial production of clothing, accessories, shoes. Nowadays, English fashion is still popular and has an impact on how people dress all over the world. Despite this, most Russian schoolchildren who study English know almost nothing about British fashion. Therefore, the study of this topic is relevant.

It is now undeniable that fashion is dictated by England. London tops the ranking of the world's fashion capitals. The capital of England manages to set stylish trends without losing its exclusive distinctive style. At the same time, London fashion week is recognized as the most innovative among the largest trendsetters, it is here that experimental designers, seething with unexpected solutions and bright ideas, strive to get.

We began our work with a study of English fashion magazines (Mode Lifestyle Magazine, Allure, Fashion Magazine), in which we identified frequently used words in the Fashion industry.

1. Dressed down – dressed / dressed in ordinary clothes.
2. Dress up – dress elegantly for some good reason.
3. Lookbook – a selection of ready-made images (so-called bows).
4. On point – (to dress) appropriately; exactly the way it should be.
5. On-trend – on trend.
6. Boyfriends of Instagram – this is what they say about those people who post a new photo almost every hour – with friends or parents, in a cafe / school / toilet, at lunch / dinner and the like.
7. Cover of magazine – the cover of the magazine. The cover girl is a cover girl [1].
8. Date night is an event where a guy or a girl puts on elegant festive clothes. A kind of "coming out".
9. Fashion Week – fashion week. Or rather, a whole network of fashion events. Fashion weeks take place twice a year – in February and September. They gather all the fashionistas of the world in one place.
10. Pop-up is a temporary store or exhibition that suddenly appeared and subsequently disappears.
11. Photoshoot – photo shoot.
12. Portfolio is a kind of folder with photos that the model shows to her employers.
13. Runway – podium.
14. Showroom is a kind of atelier store where clothes are sewn and sold [2].
15. Eye-catching is a thing that attracts the eye.
16. Gorgeous / to look gorgeous – to have a "royal", majestic appearance.
17. Head turner is a man who cannot be overlooked among others.
18. Slay – to impress with your appearance.
19. Sleek is a shining, shiny thing.
20. Make a name for yourself – create a good reputation for yourself.
21. Set the pace – almost immediately set a high bar / standard; seriously declare yourself.
22. Screw sth up – to spoil something, to fail.
23. Splash out (on sth) – spend a huge amount of money on something [3].

There are also many famous designers in England who have conquered the whole world with their work. Several of them are presented in our study.

1. Alexander McQueen.

The late Alexander McQueen, conceived Lee Alexander McQueen in London, was one of the UK's greatest examples of overcoming adversity. His work drew on gothic and heartfelt impacts to make exceptionally particular plans that were worn by numerous A-rundown stars, including Sarah Jessica Parker and Kirsten Dunst. He won Britain's top plan grant The British Fashion Award multiple times, including for his 1996 Autumn/Winter assortment called Highland Rape.

McQueen ended it all in 2010 at the period of only forty – an obscurely tragic finish to a splendid vocation.

2. John Galliano.

John Galliano, brought into the world in Gibraltar by a Gibraltarian dad and English mother, is one of the best British style fashioners ever. He has worked for a portion of the world's driving style houses, including Christian Dior and Givenchy. His stunningly dramatic plans have won him various honours, including three British Fashion Awards.

Galliano was terminated from his situation as Creative Director at Christian Dior in 2011 after offering bigot and hostility to Semitic remarks in broad daylight. He later opened his name, John Galliano.

3. Christopher Bailey.

Christopher Bailey is the Chief Creative Officer and President of Global Brands at Burberry. He began his profession at Burberry in 2001 as Chief Designer and sent off his first assortment for the mark in 2002. He has been answerable for planning a portion of Burberry's most famous looks, including the raincoat worn by Kate Moss at the British debut of "The Corporation." In 2009, he was named as a Member of the Order of the British Empire for administrations to mould.

In 2016 Bailey was named British Fashion Person of The Year at London Fashion Week.

4. Mary Quant.

Mary Quant is one of Britain's most compelling style originators. She opened her first shop in 1955 selling miniskirts that she had planned herself. Her plans were viewed as more humble than present day minis that are uncovered, yet they were progressive at the time since they permitted ladies to be more dynamic while wearing them. Quant additionally planned garments for The Beatles' supervisor Brian Epstein and showed up on TV with them a few times.

Quant said of her work: "I carried the smaller than normal to London, I was truly satisfied with it and no one needed it. And afterward abruptly everyone needed it. At the end of the day, the smaller than usual skirt informed everyone concerning legs and how young ladies needed to be free what not."

5. Isabella Blow.

Isabella Blow, brought into the world in London to an English dad and Russian mother, worked at the popular Chelsea shop Bazaar. She likewise planned garments for herself under the name 'Issa', which became known for its splendid tones and unique style. It was her mastery in spotting ability that made her one of Britain's most persuasive style architects – she found Alexander McQueen when he was filling in as a humble sales rep at the store, after being enlivened by his complicated portrayals. She sent off Lee McQueen's first show with Givenchy in Paris in 1997.

Blow ended it all in 2007 at age 49 because of melancholy after genuine medical conditions including liquor addiction and bipolar issue.

6. Vivienne Westwood.

Vivienne Westwood is one of the most notable British style planners ever. She was brought into the world in Tintwistle, Derbyshire. In the wake of learning at Harrow College of Art and later at the Royal College of Art, she worked for different style houses prior to going into business with Malcolm McLaren in 1971.

The pair became known for their ridiculous troublemaker plans, which tested the conventional perspectives on design.

Westwood has been regarded with a few honours, including an OBE and the French Legion of Honor. She is likewise a Dame Commander of the Order of the British Empire.

7. Zandra Rhodes.

Zandra Rhodes, brought into the world in Croydon to an English dad and Malaysian mother, is one of Britain's best style originators. Subsequent to learning at the Royal College of Art, she began her own mark in 1969 and immediately acquired a standing for her vivid and rich plans. Her garments have been worn by a portion of the world's most well-known ladies, including Diana, Princess of Wales, Madonna, and Kylie Minogue.

Rhodes has additionally planned ensembles for the Royal Opera House and north of 100 outfits for Elton John's 1974 visit.

She was made a Commander of the Order of the British Empire in 2007.

8. Bruce Oldfield.

Bruce Oldfield is one of Britain's most popular style creators, known for having the option to blend gentility in with class and innovation. After learning at Harrow College of Art, he proceeded to work with a few couturiers before sending off his mark in 1981. His garments have been worn by various superstars

including Elizabeth Taylor, Princess Diana, Kate Moss, Vanessa Paradis, Sarah Jessica Parker, and Catherine Zeta-Jones.

Oldfield got an OBE honour in 2010 for administrations to design [4].

In this work, we studied the most famous designers and fashion designers, got acquainted with their work. After researching articles and fashion magazines, we have deduced the most frequently used words that are popular in the fashion industry. In our opinion, this topic is one of the most relevant and interesting topics for people around the world.

References

1. MODE LIFE STYLE MAGAZINE. Available at: <https://www.modelifestylemagazine.com> (accessed 1 April 2024).
2. ALLURE MAGAZINE. Available at: <https://www.allure.com/topic/allure-magazine> (accessed 1 April 2024).
3. Flat Sandals Are the Quintessential Summer Shoe. Available at: <https://fashionmagazine.com> (accessed 1 April 2024).
4. 10 of the most famous British fashion designers. Available at: <https://www.discoverwalks.com/blog/history/10-of-the-most-famous-british-fashion-designers/> (accessed 1 April 2024).

УДК 811.512

ЧИСЛОВЫЕ КОДЫ В ИНТЕРНЕТ-ПЕРЕПИСКЕ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

М.А. Солодуха, З.В. Черноус, 3 курс
Научный руководитель – **Е.В. Пискун**, преподаватель
Полесский государственный университет

Данная статья рассматривает и основные особенности интернет-лексики на китайском языке, так как в настоящее время, в силу широкого распространения интернет-коммуникаций, числовые коды стали неотъемлемой частью современной интернет-переписки на китайском языке. Этот феномен имеет глубокие корни в китайской культуре и лингвистике, и его изучение позволяет более глубоко понять специфику коммуникации в современном китайском языке.

В современном информационном обществе числовые коды стали неотъемлемой частью интернет-переписки на китайском языке, представляя собой уникальное явление, которое заслуживает внимания исследователей. Данная исследовательская работа посвящена анализу использования числовых кодов в интернет-коммуникациях на китайском языке, их семантики, социокультурного контекста и влияния на процессы коммуникации в онлайн-среде.

Если говорить про китайские сокращения, то в них используются цифры или коды, близкие или частично похожие по звучанию или произношению с фразой или словом, которое они заменяют или обозначают.

Ниже в даны основные значения цифр в китайском языке:

Таблица 1. – Значения цифр

Цифра	Значение	Перевод
1 <i>yī</i>	Yào (要)	Хотеть
2 <i>èr</i>	Ài (爱)	Любить
3 <i>sān</i>	Shēng (生)	Родиться
4 <i>sì</i>	Sǐ (死)	Смерть
5 <i>wǔ</i>	Wǒ (我)	Я
6 <i>liù</i>	Lù (路)	Путь, дорога
7 <i>qī</i>	Chī (吃)	есть (принимать пищу)

Числовые коды, такие как "521" (wǔ èr yī), "88" (bā bā), "517" (wǔ yī qī), "065" (líng liù wǔ), "526" (wǔ èr liù) и многие другие, являются особой формой выражения эмоций, мыслей и пожеланий в

китайской интернет-переписке. Например, число "521" часто используется для выражения слов "我爱你" (я тебя люблю), так как его произношение на китайском языке звучит как соответствующие слова. Число "88" ассоциируется с пожеланиями удачи и процветания, а "517" может означать "我要亲" (я хочу поцелуй). Таким образом, числовые коды обогащают китайский язык новыми формами выражения и позволяют пользователям быстро и компактно общаться в онлайн-среде. Ниже приведены примеры сокращений в виде комбинаций цифр:

Таблица 2. – Числовые коды, используемые в интернет-переписке

Числовой код	Фраза, которую заменяет числовой код	Перевод
521 (wǔ èr yī)	我爱你 (wǒ ài nǐ)	Я тебя люблю
88 (bā bā)	拜拜 (bàibài)	До свидания
517(wǔ yī qī)	我要吃 (wǒ yào chī)	Я хочу есть
065 (líng liù wǔ)	原谅我 (Yuánliàng wǒ)	Извини меня
526 (wǔ èr liù)	我饿了 (Wǒ èle)	Я голоден
1414 (yī sì yī sì)	意思意思 (Yìsi yìsi)	Интересный
596 (wǔ jiǔ liù)	我走了 (Wǒ zǒu le)	Я ушел

Изучение числовых кодов в интернет-переписке на современном китайском языке также открывает новые перспективы для исследования в области лингвистики и коммуникации. Анализ использования числовых кодов может помочь понять динамику развития языка в онлайн-среде, а также выявить особенности восприятия и интерпретации информации среди пользователей интернета. Кроме того, изучение числовых кодов может пролить свет на социокультурные аспекты китайской интернет-культуры и ее влияние на общественное сознание.

Наличие числовых кодов в интернет-переписке в современном китайском языке представляет собой уникальное исследовательское поле, которое заслуживает более глубокого анализа и понимания. Анализ этих кодов может пролить свет на различные аспекты коммуникации в онлайн-среде, раскрывая особенности языка, культуры и общества современного Китая. Изучение числовых кодов в интернет-коммуникации также имеет большое значение для лингвистических исследований, поскольку позволяет лучше понять динамику языка в цифровой среде и его эволюцию под воздействием технологий и новых форм общения. Этот аспект также может быть ключевым при изучении культурных аспектов современного Китая и его молодежной субкультуры. Поэтому изучение числовых кодов в китайском интернет-языке представляет собой интересную и перспективную область исследований, которая может принести новые открытия и вклад в развитие лингвистики, культурологии, идеологии и изучения современной истории Китайской Народной Республики.

Список использованных источников

1. Юйфэн, Н. Фразеологизмы китайского языка, характеризующие события в жизни человека и его деятельность / Н. Юйфэн // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. – Т.4 –№4. – 2018. – С. 81-89.
2. Wong Kam-Fai. Linguistic and behavioural studies of Chinese chat language // Journal of Computer Processing of Oriental Languages. – № 19. – 2006. – Pp. 133-152.
3. Языковые и стилистические особенности интернет-лексики в современном китайском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/29829/1/Iazykovye_i_stilisticheskie_osobennosti.pdf – Дата доступа: 04.04.2024.

«ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА» В ТЕКСТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Е.Н. Сосновская, 1 курс

Научный руководитель – В.Н. Мацкевич, преподаватель
Полесский государственный университет

В современном мире, в котором границы смазываются глобализацией, а культуры переплетаются в многообразии, профессия переводчика становится более значимой и востребованной. Особенно важное значение переводчики имеют в экономической сфере, где детали и нюансы перевода могут определить успех или неудачу делового взаимодействия между странами, корпорациями и частными предпринимателями.

Качество перевода в этом контексте играет ключевую роль, поскольку недочеты или неточности могут привести к недопониманиям, уменьшению доверия партнеров и, в конечном итоге, к потере возможностей и прибыли. Переводчики, оперирующие не только языковыми знаниями, но и пониманием культурных особенностей и контекста, помогают устранить барьеры коммуникации и создают условия для успешного взаимодействия на международном уровне.

“**Ложные друзья переводчика**” – это слова в разных языках, которые звучат или выглядят похоже и могут иметь схожие корни, однако их значения различны. Они также известны как межъязыковые омонимы или паронимы. [1].

“Ложные друзья переводчика” обычно возникают из-за влияния одного языка на другой. Иногда они могут появиться случайно, но чаще всего они встречаются в языках, которые имеют общие корни, и происходят от слов с одинаковым источником. Согласно М. Кесслеру и Ж. Деркони, такие слова можно разделить на две категории:

– омонимы с абсолютно различным набором лексических значений: «velvet» – бархат, а не вельвет, «mayor» – мэр, а не майор;

– омонимы, некоторые лексические значения которых совпадают полностью, либо частично: «aggressive» – энергичный, настойчивый, а не только агрессивный.

Различают четыре основных типа слов, которые могут создавать трудности для переводчика:

1. Английские слова, которые не имеют прямого соответствия в русском языке по значению (например, «complexion» - цвет лица, а не комплекция).

2. Английские слова, обладающие несколькими значениями, одно из которых совпадает с русским, в то время как другие – нет (например, «champion» – чемпион, победитель, защитник; «record» – рекорд, протокол, запись).

3. Слова, которые написаны и звучат аналогично русским, но отличаются по грамматической форме (например, «photograph» – фотография, а не фотограф).

4. Слова, похожие по форме и значению, но различающиеся по эмоциональной окраске (например, «routine» – рутина с негативной окраской в русском языке, в то время как для англичан это просто синоним слова «timetable»). [6].

Проблема омонимии – это не только важнейшая теоретическая проблема, связанная с установлением границ основной единицы языка – слова, но также один из самых сложных вопросов практической лексикографии (от создания четких школьных методик до снятия омонимии в компьютере при анализе текстов в автоматическом режиме) [7].

Изначально может показаться, что “ложные друзья переводчика” могут сбить с толку только тех, кто начинает учить язык и еще не владеет им навычно. Однако на самом деле основная опасность заключается в том, что эти “ложные друзья” могут привести в заблуждение даже опытных и уверенных пользователей языка, которые не достигли полного владения им без смешивания с родным языком. Такие люди могут ошибочно идентифицировать отдельные элементы обоих языков из-за наличия этих ложных сходств [2].

Вот несколько примеров межъязыковых омонимов в экономической лексике:

1) Producer (англ.) переводится не как продюсер, а как производитель;

2) Capital (*англ.*) переводится дословно, т.е. капитал, но слова имеют разные значения. Capital (*англ.*) - финансовые ресурсы, активы. Капитал (*рус.*) - стоимость, являющаяся средством получения прибавочной стоимости путём эксплуатации наёмного труда [3].

3) Balance (*англ.*) может означать как "сбалансированный", так и "баланс" в экономическом смысле. Баланс (*рус.*) - соотношение взаимно связанных показателей какой-н. деятельности, процесса (напр. прихода и расхода, производства и потребления и т. п.).

4) Broker (*англ.*) обозначает "брокера" в финансовой сфере. Брокер (*рус.*) — юридическое лицо, выполняющее посреднические функции между продавцом и покупателем, между страховщиком и страхователем, между судовладельцем и фрахтователем.

5) Deposit (*англ.*) также переводится как "депозит" или "залог". Депозит (*рус.*) - сумма денег, переданная лицом кредитному учреждению с целью получить доход в виде процентов, образующихся в ходе финансовых операций с вкладом.

6) Investments (*англ.*) может указывать как на "инвестиции", так и на "новые вложения" в различные проекты. Инвестиции (*рус.*) — размещение капитала с целью получения прибыли.

7) Credit (*англ.*) также может означать "кредит" или "кредитная история". Кредит (*рус.*) — экономические отношения, при которых одна сторона получает от другой денежные средства, товары/вещи, не запрещённые соответствующим законодательством к передаче, и обещает предоставить возмещение или вернуть ресурсы в будущем.

В последующих случаях перевод зависит от контекста:

- 1) He works full-time – он работает на полную ставку;
- 2) His salary has been raised – его ставку (зарплату) увеличили;
- 3) Rate – ставка (учетная, процентная);
- 4) Stake – ставка (в картах) [4, с. 26].

Когда язык А заимствует слово из языка В или оба языка разделяют его из общего источника, это может привести к появлению «ложных друзей» для носителей любого языка при изучении или говорении другого. В некоторых случаях оба значения могли присутствовать в этимологии данного слова, в общем родовом значении. Однако со временем эти значения могут развиваться независимо в каждом языке. Ложные друзья могут быть частичными или полными, основываясь на эквивалентности значений или их этимологии.

Интерференционные ошибки, существенная категория языковых ошибок, возникают из переводов в интернете. Хотя эта дискуссия и не претендует на то, что она носит исчерпывающий характер, в ней рассматриваются вводящие в заблуждение слова, с которыми обычно сталкиваются студенты, изучающие иностранные языки в экономике на университетском уровне [5, с. 2].

Список использованных источников

1. Что такое «межъязыковые омонимы»? [Электронный ресурс] // Genon.ru. – Режим доступа: <https://www.genon.ru/GetAnswer.aspx?qid=b9ddc443-d4b9-4498-a5be-233a2a625e9d> (дата обращения: 31.03.2024).

2. Гуревич, Т. Межъязыковая омонимия, паронимия (на примере английского языка) / «Ложные друзья» переводчика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/zpu/e-publications/2007/Gurevich_T/ (дата обращения: 31.03.2024).

3. Английский для экономистов [Электронный ресурс] // Lim-English.com. – Режим доступа: <https://lim-english.com/posts/anglijskij-dlya-ehkonomistov/> (дата обращения: 31.03.2024).

4. Слепович, В.С. Настольная книга переводчика с русского языка на английский = Russian – English Translation Handbook [Текст]. – 2-е изд. – Мн. : ТетраСистемс, 2006. – 304 с.

5. On False Friends in the Field of Economics [Электронный ресурс] // ResearchGate. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/377295051_On_False_Friends_in_the_Field_of_Economics (дата обращения: 31.03.2024).

6. Ложные друзья [Электронный ресурс] // Iyazyki.prosv.ru. – Режим доступа: <https://iyazyki.prosv.ru/2022/07/false-friends/> (дата обращения: 31.03.2024).

7. Качурин, Д.В. Дискуссия по вопросам омонимии [Текст]: в кн.: Лексикографический сборник, вып. 4 / Д.В. Качурин. – М.: Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1960. – 112 с.

Р.А. Цярэшка, 10 “Б” клас
 Навуковы кіраўнік – Н.У. Магер, настаўнік
 Ліцэй Палескага дзяржаўнага ўніверсітэта

У XXI стагоддзі, якое многія людзі ўсведамляюць як стагоддзе глабалізацыі, адбываецца фарміраванне адзінай сусветнай эканамічнай, фінансавай і інфармацыйнай прасторы. Адносна людзей глабалізацыя перш за ўсё выяўляецца ў міграцыі працоўнай сілы, якая ў сучасным свеце стала часткай міжнародных эканамічных адносін. На думку вучоных-эканамістаў і сацыёлагаў, міграцыя пашыраецца ў сувязі з міжнародным падзелам працы і ўзмацненнем узаемазалежнасці нацыянальных эканомік.

У век глабалізацыі і ўсеагульнай міграцыі насельніцтва асаблівае значэнне набывае духоўная сувязь чалавека з радзімай, з роднымі мясцінамі, адчуванне сваіх каранёў, прыхільнасць да роднай хаты.

Беларускія прыказкі і прымаўкі аб радзіме і чужыне і ў далёкія часы, і ў нашы дні ў поўнай меры выказваюць любоў беларусаў да радзімы, непарыўную сувязь з ёй, іх патрыятызм:

Дадому і конь спрытней бяжыць.

Жонка як жонка, але мілей родная старонка.

Зямелька – наша матка: і корміць, і поіць, і адзявае нас.

Мілы той куток, дзе рэзан пупок.

Нідзе так, як дома.

На Беларусі пчалы як гусі, рэзгінамі мёд носяць.

Родная зямелька – як зморанаму пасцелька. [1, с.58]

Патрыятызм беларусаў - не толькі вынік ўсведамлення велічы дасягненняў сваёй краіны Беларусі. Гэтае пачуццё больш арганічнае, эмацыйнае. Яно выяўляецца ў амаль фізічнай прыхільнасці беларусаў да месцаў свайго дзяцінства і юнацкасці, хваравітай настальгіі ў выпадках растання са сваёй радзімай, практычнай немагчымасці шчасна ўкараніцца ў іншых краінах.

Гэтыя эмоцыі адлюстроўваюць наступныя прыказкі:

На чужыне і камар загіне.

У чужой старонцы не так свеціць і сонца.

У чужой старонцы рад сваёй варонцы.

Дома і салом ядома, а на чужыне і гарачы тук стыне.

З’ехаў на чужыну – як зваліўся ў дамавіну.

Далекая старонка без ветру сушыць. [1, с.58]

З прыведзеных прыкладаў відаць, што для называння чужой зямлі, іншай краіны беларусамі выкарыстоўваліся такія найменні, як чужына і чужая старонка.

Беларус, які з’ехаў за мяжу, пад словам радзіма мае на ўвазе перш за ўсё Беларусь. Але прыказкі ствараліся ў даўнія часы і ў большасці сваёй сялянамі, якія не часта бывалі ў замежжы. Для іх чужынай лічылася ўсё, што ляжала за межамі іх воласці, павета і да т.п. Таму многія старыя прыказкі пра радзіму і чужыну адносяцца да таго кутка, месца, дзе чалавек нарадзіўся, дзе яму ўсё блізка і знаёма. Аднак у наш час больш актуальным становіцца ўжыванне дадзеных прыказак у шырэйшым сэнсе, гэта значыць у адносінах да радзімы-краіны, да айчыны, да Беларусі.

Любоў да роднага кутка выказваюць такія прыказкі:

Дайду да свайго роду, хоць праз воду.

Для ўсякай птушкі сваё гняздо мілае.

Кожнаму дразду жаль па сваім гнязду.

Дарагая тая хатка, дзе радзіла мяне матка.

Дзе воўк урадзіўся, яму кут той мілы.

Родная зямелька як зморанаму пасцелька.

Няма смачнейшай вадзіцы, як з роднай крыніцы. [1, с.58]

На радзіме чалавек заўсёды пачуваецца вальней, смялей. Гэта надае яму моц і ўпэўненасць.

Таму і кажуць:

Ідзі ў родны край, там і пад елкаю рай.

У родным краі як у раі.

Лепей у сваіх людзях з голаду паміраць, чым у чужых людзях золата збіраць.

У сваёй хаце і качарга маці.

У чужым краі толькі вецер зжаліцца. [1, с.60]

Такім чынам, для беларусаў паняцце радзіма аб'ядноўвае два пачаткі: радзіма-краіна і радзіма-куток, месца, дзе чалавек нарадзіўся. Радзіма для сучаснага беларуса - гэта не толькі Беларусь з драматычнай гісторыяй і вялікай культурай, гэта таксама вёска, пасёлак ці мястэчка, дзе ён вырас; гэта родны дом, двор, вуліца, дзе ён правёў дзяцінства; гэта родная школа і сябры дзяцінства і юнацкасці; гэтае дрэва, якое ён сам пасадзіў у садзе, гэта лес, поле і прасторы вакол. Усё гэта блізкае і роднае для кожнага беларуса ўваходзіць у паняцце малая радзіма.

У значнай частцы прыказак сцвярджаецца, што беларусы не схільны да таго, каб прамяняць сваю Радзіму на іншыя заморскія краіны і землі з рознымі матэрыяльнымі выгодамі і зручнасцямі, бо свая зямля для іх самая лепшая.

З'ехаў на чужыну - як зваліўся ў дамавіну.

Лепей у сваіх людзях з голаду паміраць, чым у чужых людзях золата збіраць.

Не ўсякі добры кут - чалавеку бацькаўшчына.

У роднай старонацы птушачкі пяюць, а ў чужой старонацы часта слёзы льюць.

Усюды добра, а дома лепей.

Чым за морам віно піць, лепей з Нёмана вадзіцу. [1, с.58]

У апошняй прыказцы Нёман, як адна з найбуйнейшых рэк нашай Радзімы, выступае ў пэўнай ступені сімвалам Беларусі.

Народ асуджае тых людзей, якія забыліся пра сваю Радзіму і імкнуцца быць як мага далей ад роднага бацькоўскага жылля:

Благая тая птушка, што свайго гнязда не пільнуецца.

Дзяржыся з варонаю і вераб'ём, што ў вырай не ляцяць.

З'ехаў на чужыну – як зваліўся ў дамавіну.

Не дай, божа, у прымах жыць і на чужой зямлі загінуць.

Не той перамагае, хто са сваёй зямелькі ўцякае. [1, с.59]

Народная мудрасць папярэджвае аб тым, як цяжка прыйдзецца таму, хто вырашыў памяняць родны куток на чужыну:

Чужына - не родная матка, хлеба не дасць.

Чужая старана пірагамі не накорміць.

Хто страціў радзіму, той плача ўсё жыццё. [1, с.60]

Звяртаецца ўвага на тое, што чалавек, які цураецца сваёй радзімы, здольны здрадзіць і блізім:

Хто роднага краю цураецца, той і маткі сваёй адикураецца.

Такім чынам, беларускія прыказкі і прымаўкі пра радзіму і патрыятызм выразна семантызуюць любоў і адданасць беларусаў свайму народу, паважлівыя адносіны да сваёй зямлі, на якой яны нарадзіліся і выраслі. Радзіма - гэта самае дарагое для чалавека. Як адзначае В.А. Маслава, “беларусы - менш схільныя да перамяшчэнняў, гэта дастаткова аседлая нацыя, сярод іх нават зараз амаль няма эмігрантаў. А вымушаная эміграцыя цяжка перажываецца імі” [2, с. 66].

Разгледжаны моўны матэрыял дапамагае не толькі вызначыць этнічную спецыфіку беларусаў як нацыі, але і прэзентуе духоўныя каштоўнасці і арыенціры нашых продкаў, адлюстроўвае традыцыйнае мысленне, якое абумоўлена культурна-нацыянальным светабачаннем і ментальнымі асаблівасцямі беларускага народа. Аналізуючы прыказкі і прымаўкі тэматычнага кола “Радзіма, патрыятызм”, мы прыйшлі да высновы, што для беларускай ментальнасці адданасць і любоў да сваёй айчыны, патрыятызм з'яўляецца найважнейшым складнікам у шэрагу асноўных нацыянальных каштоўнасцяў і прыярытэтаў, уласцівых беларусам.

Спіс крыніц літаратуры

1. Беларускія прыказкі, прымаўкі, фразеалагізмы / склад.Ф. Янкоўскі. – Мінск: Навука і тэхніка, 1992. – 493 с.

2. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. М., 1997

К.А. Черник, 2 курс

Научный руководитель – А.С. Голикова, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Культуры, национальности – социальные группы, а значит, подвержены стереотипам. Люди склонны объединять миллионы представителей одной культуры под определёнными характеристиками. Встречая человека другой национальности, люди думают, что уже знают, чего ожидать, так как они «осведомлены» об его особенностях из сложившихся стереотипов. Межкультурные стереотипы присутствуют в каждой области жизни, и в данной работе речь пойдёт об их использовании в художественной литературе. Во избежание неравноценности сравнения, сопоставим стереотипные мышления во внутренней среде произведения одного автора. Черта совмещения героев – представителей различных национальностей – в одной среде наиболее выражена в произведениях детективных жанров. Поэтому для изучения межкультурных стереотипов рассмотрим роман Агаты Кристи «Убийство в восточном экспрессе».

В данном детективе герои – представители наиболее стереотипных национальностей: русские, американцы, англичане, итальянцы, французы. На примерах из детективного романа рассмотрим примеры стереотипов об упомянутых национальностях.

1. **Стереотипы об американцах.** В стереотипах о культуре США преобладают прилагательные: люди описывают их характер, внешность, но не дают оценку действиям, а негатив часто замаскирован под одобрение. Это связано, на наш взгляд, с тем, что:

1) США – одно из наиболее влиятельных в мире государств, поэтому говорящий стереотипно не хочет портить свою репутацию в глазах собеседника из-за осуждения представителей «великой страны»;

2) человек, не настроенный на конфликт, не будет выражаться негативно, однако захочет всё же донести своё мнение, пусть даже завуалированно;

3) человек из менее успешной страны завидует уровню экономического развития США.

Ниже приведены примеры стереотипных высказываний из романа:

1. *«Только в Америке могут собраться под одной крышей люди самых разных национальностей...»*, – реплика бельгийца: сдержанная и двусмысленная.

2. *«...в этом беда всех американцев. Они идеалисты и к тому же сентиментальны»*, – нейтральное описание, приобретающее негативную окраску под воздействием сказанного «в этом вся беда».

3. *«[...] американки мне нравятся гораздо меньше, чем мои соотечественницы...»*. Пример группового фаворитизма.

4. *«Эти специфические американские выражения, они такие выразительные, такие оригинальные»*. Двойкость: описание «специфический» негативно, но говорящий перенаправляет смысл сказанного в положительную сторону [1].

2. **Стереотипы об англичанах.** Как и в случае с американцами, англичан судят по внешности и характеру, но не осмеливаются судить действия. Об англичанах отзываются с аккуратностью по следующим причинам:

1) их уважают за гордость, сдержанность и рациональность;

2) они известны своей порядочностью и опрятностью.

В качестве подтверждения можно привести следующие цитаты:

1. *«... в своем хорошо сшитом костюме он вполне мог бы сойти за англичанина»*, – английская национальность ставится выше, чем другая.

2. *«Он англичанин и [...] с кем попало не яхшется. Он невысокого мнения об американцах и вовсе низкого о представителях всех других национальностей»*.

3. *«Вы типичная англичанка, мадемуазель. Вам чужды волнения»*. Здесь, в отличие от подобного примера об американцах, нет негативного подтекста. *«Они такие сдержанные»*, *«Англичане, как им и полагалось, почти не разговаривали»*, *«[...] к ним не подступишься»*.

4. «[...]англичанин повел бы следствие иначе. Он бы отсекал все ненужное и строго придерживался фактов, вёл бы дело методично и организованно», – рациональность и организованность англичан.

5. «Преступление [...] свидетельствует о холодном, изобретательном, расчетливом уме, более типичном [...] для англосакса».

6. «...Никак невозможно... Чтобы добропорядочный, прямолинейный англичанин двенадцать раз кряду вонзил в своего врага нож!»

7. Англичане задали весьма высокую планку в построении стереотипов о себе. Так, выражение «Вряд ли англичанин прибежит к кинжалу» не означает благородство и добропорядочность, но нежелание себе причинять неудобства.

8. Отстранённость англичан также обыгрывается: «англичанин с брюзгливым чопорным лицом», «уж очень они чопорные», «такие необщительные», «зануда англичанин», «чопорный англичанин» [1].

3. Стереотипы об итальянцах. Италия – страна, где принципы проксемики стёрты: приемлемо подходить к незнакомому человеку очень близко, что другими воспринимается как неуважение. Италия – высококонтекстная страна: при коммуникации особо важна невербальная информация. Вдобавок итальянцы разговаривают особенно громко. Это связано с климатом их страны: звуковым волнам легче проходить через холодный воздух, нежели тёплый, потому живущим в тёплом климате присуще громко говорить, что выставляет их как взбалмошных людей. Как итог, фундаментом для построения стереотипов о данной культуре стала «норма» нарушения личных границ, активная жестикуляция и мимика, громкость тона голоса, чрезмерная открытость, многословность, в целом – крайняя эмоциональная возбуждённость, неподобающая приличному обществу. Примерами этого могут быть следующие отрывки их книги:

1. «У него было характерное лицо итальянца – [...] веселое». Выражение лица записано стереотипом в характеристику национальности.

2. «Он умоляюще воздел руки: – Тысячу раз простите!» Противопоставим: англичанин в такой ситуации вёл бы себя формально.

3. «Итальянец поставил подпись, украсив ее множеством роскошных росчерков». Такая подпись свидетельствует о коммуникабельности человека.

4. «Да, видите ли... – И тут последовала пространная речь[...]. Из итальянца не надо было вытягивать информацию – она лилась мощным потоком».

5. Внушительная часть описания итальянцев в произведении связана с фактом действия итальянской мафии: «итальянские головорезы», «итальянцы вечно хватаются за нож», «нож – национальное оружие итальянцев, [...] убийца не удовольствовался одним ударом», «итальянец выследил его, засыпал угрожающими письмами, затем последовала зверская месть».

4. Стереотипы о русских. Властные женщины, бесстрашные мужчины – такого мнения о русских большинство иностранцев. На построение подобных стереотипов влияет то, что множество иностранцев думают, будто Россия – очень холодная страна: выросшие в холодных широтах люди ведут себя строже, у них больше шанса стать лидерами из-за своей выдержки. Стереотипно отмечается то, что «русские женщины» считают себя более высокого положения, нежели представители других культур, русские дворяне ловят шанс показать свой статус. Как пример – следующие цитаты:

1. «Пальцы ее были унижены кольцами. На плечи накинута соболья шуба», – описание русской княгини на страницах произведения.

2. «Взгляд ее [...] с подлинно аристократической небрежностью скользнул по нему», – знание своей ценности, самоуверенность. «[...] властно она разговаривала с официантом», – ни один из персонажей других национальностей, имеющий даже больше власти, чем персонаж русской княгини, не описан настолько высоко себя ставящим.

4. Стереотипы о французах. Французский язык называют языком любви, Францию – страной влюблённых, однако романтический образ приписывается только прекрасной половине населения: «элегантная француженка», «кобаяние француженок», «никто не может сравниться с француженкой или бельгийкой». Что же насчёт мужчин – за время войн французы прослыли трусливыми. Зачастую в литературе при описании француза можно увидеть слово «французишка», отражающее

пренебрежение. «*Паршивый французшика*», «*презренные французшики*» – такая характеристика даётся в произведении Агаты Кристи.

Литература на высоком уровне влияет на выстраивание убеждений. Читая популярное произведение, человек убеждён в объективной «правильности» прочитанного (принцип мнения большинства), а потому верит всему прочитанному, включая стереотипные мнения. Данная работа направлена на развитие критического мышления читателя. Важно понимать не только причины распространения межкультурных стереотипов, но, что главное, причины необоснованного доверия подобному.

Список использованных источников

1. Кристи, А. Убийство в "Восточном экспрессе" / А. Кристи; [пер. с англ. А.С. Петухова] – Москва: Эксмо, 2017. – 320 с.

УДК 316.776

ПРИЕМЫ «ШИФРОВКИ» ИНФОРМАЦИИ НЕВЕРБАЛЬНЫМИ КОМПОНЕНТАМИ

З.В. Черноус, М.А. Солодуха, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н.**
Полесский государственный университет

Социальная коммуникация представляет собой процесс передачи и распределения информации в социуме, являясь сложным комплексом обмена различными смысловыми конструкциями в социальном пространстве [1, с. 47].

Для осуществления процесса коммуникации используются знаки. В речевом общении в качестве знаков используются слова, имеющие определенное семантическое значение. Аудитория является важным элементом общения, однако иногда человек оказывается в ситуации, когда речевое общение недостаточным или даже невозможным. В таких случаях для осуществления эффективной коммуникации используются другие знаки – невербальные, способные передавать скрытую информацию без участия речевого компонента [2, с. 48].

Цель исследования – изучить приемы «шифровки» информации невербальными компонентами.

Задачи исследования:

1. Изучить знаки невербальной коммуникации.
2. Изучить культурные различия невербальных средств коммуникации.
3. Сделать вывод о возможности «шифровки» информации с помощью невербальных компонентов.

Объект исследования – литературные источники по теме: «Невербальные способы социальной коммуникации».

Важно отметить, что невербальное общение, так же как речевое, имеет культурные отличия. Этот факт необходимо принимать во внимание при общении с иностранцами, поскольку невербальные знаки, характерные для нашей культуры могут иметь в другой культуре противоположное, неприличное и даже оскорбительное значение. Так, в ряде стран поднятый вверх большой палец руки обычно трактуется как «все нормально», «все хорошо», а в некоторых культурах служит знаком для остановки попутной машины. Однако, в арабских странах этот жест является неприличным, а в Нигерии и Австралии этот жест имеет оскорбительное значение [3, с. 82].

Невербальная коммуникация не ограничивается жестами, более того – каждое средство невербального общения имеет собственное название. Так, под проксемикой понимается пространственная структура общения. Размер дистанции, которую соблюдают собеседники, зависит от культурного паттерна. В большинстве европейских культур, например, стоя в очереди люди держатся на некотором расстоянии друг от друга и соблюдают личные границы окружающих. В восточных же культурах наблюдается обратная ситуация – люди в очереди стоят близко друг к другу расценивая это как проявление единства.

Кинесика представляет собой целый набор невербальных кодов, включающий в себя взгляды, мимику и язык телодвижений. В каждой культуре существует собственный набор базовых жестов, что может затруднять межкультурное общение вследствие различий кросс-культурных интерпре-

таций. Так, в странах СНГ, кивок головой вниз имеет положительное значение и, обычно, выражает согласие или одобрение, а в Болгарии такой жест имеет противоположное значение.

Другой невербальный код кинесики – взгляды – так же, как и язык телодвижений, имеет значительные культурные особенности. Для арабского паттерна культуры прямой зрительный контакт является выражением глубокого уважения, тогда как в северной Европе такой взгляд трактуется как агрессия или несогласие. Важное значение имеет и длительность зрительного контакта. Универсальная деловая этика поддерживает зрительный контакт не более 1 минуты 20 секунд, дальнейшее воспринимается как повышенное внимание.

Еще одним средством невербального общения является хрономика, то есть использование времени общения. Восприятие времени может быть линейным и циклическим. Линейное восприятие характерно для европейских культурных паттернов и выделяет в своей структуре прошлое, настоящее и будущее. Для восточных культур характерно циклическое восприятие, когда события повторяются на каждом последующем витке развития в новой форме. Различия в хрономике могут стать препятствием в общении, поскольку тесно связаны с непунктуальностью [2, с. 56].

Парасодика включает в себя голосовые и интонационные средства и широко используется для передачи скрытых сигналов, которые могут передаваться посредством интонационного выделения отдельных слов, изменением тональности или отдельными звуками. Парасодика включает в себя маркеры передачи эмоций, такие как смех и плач, которые, также, как и интонация, обладают свойством передавать скрытые сигналы – смех, как правило, является выражением позитивных эмоций, а плач – негативных.

Хаптика представляет собой невербальный код, выражающийся в прикосновениях. Часто прикосновения используются для выражения поддержки и создания позитивной атмосферы общения. Различные виды прикосновений носят разный характер и имеют различную, отличную от прочих эффективность и значимость. Так, рукопожатие издавна являлось средством демонстрации мирных и дружественных намерений, однако, в настоящее время, такой тактильный контакт используется как невербальное приветствие.

Тактильные средства общения в большей мере, чем другие невербальные средства, выполняют в общении функции индикатора статусно-ролевых отношений, символа степени близости общающихся. При неадекватном использовании личностью тактильных средств во взаимодействии с собеседником могут возникнуть непредвиденные, неприятные ситуации, и даже конфликты [3, с. 97].

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что невербальные средства информации широко применяются в повседневной жизни человека. Однако, при использовании невербальных знаков следует принимать во внимание влияние культурного паттерна, поскольку общение с представителем другой культуры может вызывать трудности в связи с возникновением кросс-культурных интерпретаций.

Однако, несмотря на широкое разнообразие невербальных кодов при передаче информации, в том числе скрытой, их эффективность остается спорной, поскольку сопряжена со множеством факторов, таких как возраст, пол, социальный статус, настроение собеседника и многое другое. Наличие этих факторов не позволяют дать объективную оценку эффективности использования тех или иных невербальных кодов в качестве «шифров» на основании только теоретических данных. В связи с этим обстоятельством требуется проведение эмпирического исследования, целью которого должна стать проверка эффективности невербальных средств социальной коммуникации как приемов «шифровки» скрытой информации.

Список использованных источников

1. Калинин, Л. Л. Трансформация подходов к исследованию феномена социальной коммуникации / Л. Л. Калинин // Известия Саратовского университета. – 2017. – № 1. – С. 47–49.
2. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : Учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина. – Москва : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.
3. Игебаева, Ф. А. Межличностное общение и коммуникации: практикум / Ф. А. Игебаева. – Уфа : «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.

М.Н. Чеснокова, 2 курс

Научный руководитель – **Г.А. Балыкина**, к.ф.н., доцент

Поволжский институт управления РАНХиГС

На современном этапе развития особое внимание государства направлено на конструирование управляемого позитивного имиджа страны, который складывается из целого комплекса объективных характеристик [1, с. 371]. Одним из самых значимых компонентов имиджа страны является ее культура, которая позволяет создавать точки притяжения, оказывать влияние, облегчает поиск сторонников. Трудно не заметить, что именно культура страны может повлиять на отношение к ней со стороны жителей других стран и стать эффективным инструментом продвижения значимых позиций страны и ее ценностей. Следовательно, именно культура выступает в качестве мощного и действенного средства продвижения позитивного имиджа страны.

Изучив опыт стран, которые успешно используют свой культурный потенциал (к ним традиционно относят США, Францию, Германию, Италию, и некоторые другие страны), мы смогли выделить ряд общих направлений, характерных и для государственной политики Российской Федерации: 1. разработка мер публичной дипломатии и культурной политики; 2. финансирование различных международных образовательных и культурных программ; 3. создание различных фондов и организаций, поощряющих изучение языка и культуры страны; 4. привлечение квалифицированных специалистов; 5. поддержка сми и развлекательной культуры.

Изучение сферы языковой и культурной политики заставляет обратить внимание на опыт Южной Кореи, которая сделала молодое поколение своей целевой аудиторией [2,3]. Она поддерживает продвижение своей современной молодежной популярной культуры и одновременно транслирует национальные традиции, ценности, язык, культурные стандарты. Халлю вызвал повышенный интерес к изучению корейской культуры, по всему миру растет количество молодого населения, желающего выучить корейский язык.

Выбор молодежи в качестве целевой аудитории представляется очень продуманным шагом. Проведенный нами среди институтской молодежи опрос на тему наиболее действенных направлений языковой политики показал, что молодое поколение готово выучить язык при наличии интереса к искусству (кино, литература, музыка) страны. Молодежь рассматривает иностранный язык как средство собственного саморазвития и способ приобщиться к чужой культуре и уверена, что изучение языка способствует их положительному отношению к стране и ее жителям. Среди наиболее эффективных средств обучения опрошенные назвали общение с носителями языка (68%), личное пребывание в стране (48%) и обучение онлайн (45%). Можно прийти к выводу о том, что продвижение таких видов культуры, как литература, музыкальная и кино должны быть основным вектором направленности политики государства, которое желает привлечь как можно больше сторонников среди молодежи.

Целью нашей работы является проведение контент анализа сайтов, предназначенных для информирования и продвижения российской культуры среди иностранных граждан с целью поиска оптимальных способов продвижения позитивного имиджа российского государства среди молодежи других стран.

На сегодняшний день существует немало сайтов для изучения русского языка как иностранного, но многие из них, как выяснилось, далеко не идеальны в использовании. Например, такие сайты, как «Время говорить по-русски» [4] и «Русский язык в песнях» [5] требуют установки на компьютер специальных программ, что по объективным причинам не всегда удобно для пользователей. Для перевода сайта «Russky Info» [6] доступно небольшое количество языков, таких как болгарский, чешский, немецкий, английский, эсперанто, французский, польский, словенский, романский, литовский и грузинский, из-за чего не все иностранные граждане смогут проходить уроки на данной платформе. Программы должны быть доступны на языках бывших советских республик. Такой сайт как «Russian for everyone» [7] создан давно и имеет устаревший интерфейс с неактуальной информацией.

Некоторые сайты предлагают изучать язык с помощью песен, но предлагают только автоматические субтитры плохого качества. Перспективной идеей было бы проведение исследования среди молодежи для выявления наиболее популярных российских певцов и музыкальных групп, с возможностью дальнейшего размещения видеороликов с их музыкой и использования их в качестве текстов для изучения языка на платформе.

На платформе YouTube можно найти канал, где выложены российские фильмы с английскими субтитрами. Но куда более действенно было бы создание сайта, с доступом как к иноязычным, так и русским субтитрам, с возможностью выполнения различных заданий для изучения лексики, используемой в фильмах. На платформу можно также поместить и популярные во всем мире российские мультики, такие как «Ну, погоди!», «Чебурашка», «Маша и Медведь».

Бесспорно, самые известные на весь мир музеи России, такие как Эрмитаж [8], Русский музей [9], Третьяковская галерея [10] имеют возможность прочтения своих сайтов на английском языке, а также прекрасную возможность онлайн экскурсий по своим залам. Но в Саратовском Радищевском музее [11] и во многих других провинциальных музеях не предоставляется возможности иностранным гражданам ознакомиться с интереснейшей культурой городов.

Более благоприятная ситуация складывается в области знакомства с русской и российской литературой. На просторах можно найти как списки книг, которые стоит прочитать тем, кто уже имеет определенный языковой уровень, так и популярные книги в онлайн формате полностью на русском языке. Тем не менее, эти сайты лишены обучающих инструментов, позволяющих работать с вокабуляром или фонетикой.

Одним из самых перспективных и интересных для молодежи направлений является разработка компьютерных игр, позволяющих приблизить пользователя к культуре конкретной страны посредством создания атмосферных локаций, выстроенных диалогов и манеры поведения героев. Успешным примером российских разработчиков является игра «Atomic heart», которая смогла воссоздать дух советского союза и вызвать интерес к изучению особенностей нашей истории.

Таким образом, для наиболее эффективного продвижения российской культуры зарубежом, возможно провести масштабное исследование культурных интересов среди молодёжи, и на его основе создать одну единую онлайн платформу, которая будет включать в себя изучение русского языка как иностранного посредством не только тренировочных упражнений, но и просмотров фильмов, прослушивания музыки с субтитрами и чтения литературы. С данного сайта также будет возможность попасть на страницы музеев всех регионов страны, чтобы познакомиться как можно ближе с чудесной сказкой русской культуры. Также следует продолжить разработку компьютерных игр, отражающих национальную специфику страны.

Список использованных источников

1. Галумов Э.А. Основы PR. М.: Летопись XXI, 2004.
2. А.С. Прыгункова: «Публичная дипломатия республики Корея». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-respubliki-koreya?ysclid=lu5na8ddag580641146>. — Дата доступа: 18.03.2024
3. В.В. Рыбальская: «Халлю: интеграция южнокорейской культуры в мировой рынок». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/hallyu-integratsiya-yuzhnokoreyskoy-kultury-v-mirovoyu-gynok?ysclid=lu5n84ur52405375363>. — Дата доступа: 18.03.2024
4. Время говорить по-русски! [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://irlc.msu.ru/irlc_projects/speak-russian/time_new/rus/course/?ysclid=lu5nh4hnxw235183970. — Дата доступа: 18.03.2024
5. Русский язык в песнях. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rusongs.vsu.ru/>. — Дата доступа: 18.03.2024
6. Russky Info. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://russky.info/>. — Дата доступа: 18.03.2024
7. Russian for everyone [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://russianforeveryone.com/> — Дата доступа: 18.03.2024.
8. Государственный Эрмитаж. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage?lng=ru>. — Дата доступа: 18.03.2024
9. Государственный Русский Музей. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rusmuseum.ru/?ysclid=lu5npqzgub68871769>. — Дата доступа: 18.03.2024
10. Третьяковская галерея. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.tretyakovgallery.ru/?lang=en>. — Дата доступа: 18.03.2024

УДК 811.133.1

СОЧИНИТЕЛЬНЫЕ ПАРНЫЕ СЛОВСОЧЕТАНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: СЕМАНТИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

А.Ю. Юркевич, К.И. Вабищевич

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.ф.н., доцент
Полесский государственный университет

Словосочетания являются минимальной единицей связной речи. Много исследований было произведено в области особенностей употребления и функционирования синтаксических словосочетаний с подчинительной связью. Начало положил М.В. Ломоносова, описав в своем труде «Российская грамматика» (1755) правила «сочинения» частей речи на основе их синтаксических свойств. В конце XIX Ф.Ф. Фортунатов сделал понятие словосочетания центральным в синтаксисе [6]. Далее вопросами словосочетания занимались такие исследователи как А.А. Шахматов [7], В.В. Виноградов [3], В.А. Белошапкова [1], Г.А. Золотова [5] и многие другие. Однако тема функционирования сочинительных парных словосочетаний (СПС) остается узкой областью теоретических знаний.

Так, синтаксические словосочетания не являются единицей языка, поскольку не задерживаются в человеческой памяти, они привязаны к контексту: красивое дерево (когда речь идет о дереве, например). Фразеологические словосочетания, в свою очередь, – полноценные единицы языка, так как остаются в памяти человека и возникают в определенных уместных ситуациях. [3, с. 10].

Цель настоящей статьи – комплексное изучение синтаксических/семантических особенностей сочинительных парных словосочетаний.

Основываясь на теории корпусной лингвистики, можно опереться на понятие коллокации, которое содержательно упрощается по сравнению с традиционной лингвистикой [4]: коллокации – статистически устойчивые словосочетания. При этом такое статистически устойчивое сочетание может быть, как фразеологизированным, так и свободным. Важно отметить, что коллокация не идентична фразеологизму, т.к. под последним традиционно понимается идиома.

Таким образом, в соответствии с целями данной работы, мы рассматриваем СПС как определенные коллокации или сочетания двух или более слов, имеющих тенденцию к совместной встречаемости. Большинство определений данного понятия строится на явлении семантико-грамматической взаимообусловленности элементов словосочетания [2, с. 23].

Сочинительные парные словосочетания образуются по определенной структурной схеме. Они отражают семантико-грамматические сочетательные способности слов. Сочетательные способности проявляются таким образом, что они объединяют слова одной части речи, либо одного функционального класса.

В рамках исследования был проведен анализ предложений текстов экономической направленности, взятых из французских интернет-изданий, таких как *Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Point*. Было проанализировано более чем 100 статей на частотность употребления СПС, а также на контекст их употребления.

В первую очередь, стоит обратить внимание на то, что во французском экономическом дискурсе СПС встречаются крайне редко. Так, одним из самых распространенных сочетаний является «*une offre et une demande*»:

«*L'offre et la demande de pétrole à l'équilibre en fin d'année.*» (*Le Figaro*, 27.03.2024) – Равновесие **спроса и предложения** на бензин было выявлено в результате ежегодного подсчета.

При переводе была сильно изменена как синтаксическая структура предложения, так и его лексическое наполнение. Так, во французском предложении действие выполняет неодушевленный объект, что не характерно для русского языка, следовательно, в результате получилось безличное предложение со сказуемым в страдательном залоге. Словосочетание «*спрос и предложение*» не

было трансформировано при переводе, так как является приемлемым и широко употребляемым сочетанием для носителей.

Таблица – Структурные модели

Модель СПС	Пример	Дословный перевод	Комментарий
A et B et C... (продолжение возможно)	une offre et une demande, des biens et services, les priorités et les défis	спрос и предложение, товары и услуги, приоритеты и задачи	Данные выражения характерны как для французского, так и для русского экономического дискурса: общеупотребимы и часто встречаются в сочетании
A mais B (продолжение невозможно)	pas une cause de tous nos maux mais une solution	(это) не причина наших проблем, а их решение (это) не причина всего нашего плохого, но решение	В таких СПС выражаются отношения противопоставления; используется, чтобы сделать акцент на значимости элемента В схемы
tantôt A, tantôt B (союз предшествует элементам А и В)	des relations tantôt étroites, tantôt distantes	отношения как близкие, так и далекие	Сочетание союзов «как... так и...» характерно для русского языка, однако при переводе с французского часто требуется применить прием синтаксического уподобления или вовсе модуляцию, чтобы адаптировать высказывание под нормы языка перевода
А и N в функции А	un problème important et d'intérêt national	значимая проблема и в интересах страны	Данная схема отражает специфическую ситуацию: объединяются слова одного функционального класса. Такое положение лексем не совсем характерно для русского языка, следовательно, необходимо применять переводческие трансформации

Источник – собственная разработка

Следующее предложение содержит в себе СПС, выражающее отношения уступки:

« L'actuel principal parti d'opposition a, depuis sa création en 1912, entretenu des relations **tantôt étroites, tantôt distantes** avec son voisin chinois. » (*Le Figaro*, 27.03.2024) – С момента своего основания в 1912 году нынешняя главная оппозиционная партия поддерживает **дружеские отношения, тем не менее сохраняя дистанцию** со своим китайским соседом.

При переводе оригинальное словосочетание было трансформировано в целях адекватного перевода: дословно СПС переводится «*отношения как близкие, так и далекие*», но, чтобы приблизить реципиента-носителя к главной идее высказывания, была изменена лексическая составляющая.

Словосочетание с следующим предложении выражает отношения противопоставления:

« Le Pacte vert européen **n'est pas la cause de tous nos maux mais la solution** à la crise que nous traversons. » (*Le Monde*, 27.03.2024) – Европейский зелёный курс – **это не причина наших проблем, а способ преодоления кризиса**, который мы все переживаем.

При переводе почти не изменена синтаксическая структура предложения, но при переводе СПС был использован прием модуляции, чтобы адаптировать специфическое французское выражение смысла высказывания для носителя русского языка.

Можно сделать вывод, что сочиненные парные словосочетания – сложное явление в языке. Их использование в речи обусловлено тем, что они приобретают характер фразеологичности и, таким образом, закрепляются в речи. Тем не менее, в экономическом дискурсе их употребление не так

частотно, как в повседневной речи, художественной литературе. Их появление в текстах экономической направленности обусловлено специфическим характером публицистического стиля. При переводе СПС следует обращать внимание на контекст их употребление, так как их фразеологичность может отсылать к реалиям и лакунам определенной культуры, что подразумевает использование переводческих трансформаций. Однако, говоря об экономическом дискурсе, существуют словосочетания интернационального характера, которые могут быть переведены дословно без потери адекватности перевода.

Список использованных источников

1. Белошапкина, В. А. Словосочетание // Современный русский язык; под ред. В. А. Белошапкиной. 3-е изд. М.: 1999. – С. 667-681.
2. Борисова, Е. Г. Коллокации. Что это такое и как их изучать / Е. Г. Борисова. – 2-е изд., стер. – Москва: Филология: 1995. – 23 с.
3. Виноградов, В.В. Введение / В.В. Виноградов // Грамматика русского языка. Т. II. Синтаксис. Ч. I. – М.: 1954. – С. 5-111.
4. Захаров, В.П. Анализ эффективности статистических методов выявления коллокаций в текстах на русском языке // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог». / В. П. Захаров, М. В. Хохлова. – Вып. 9 (16), 2010. – С. 136 – 143.
5. Золотова, Г. А. Коммуникативная грамматика русского языка. / Г. А. Золотова, Н. К. Онипенко, М. Ю. Сидорова. – М.: 2004. – 540 с.
6. Фортунатов, Ф. Ф. Сравнительное языковедение: для вузов / Ф. Ф. Фортунатов. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 165 с.
7. Шахматов, А. А. Синтаксис русского языка / А. А. Шахматов; под ред. и с примеч. Е. Истриной. – Л.: Акад. наук СССР, 1925-1927. – Изд. в ознаменовании двухсотлет. Юбилея Акад. наук СССР. – Изд. не окончено. Вышло только 2 вып. – Из предисл.: «...Наблюдение за изд. принадлежало акад. Е. Ф. Карскому».
8. Le Monde [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lemonde.fr> – Дата доступа: 03.04.2024.
9. Le Point [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lepoint.fr> – Дата доступа: 03.04.2024.
10. Le Figaro [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lefigaro.fr> – Дата доступа: 03.04.2024.

СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИВИЛИЗАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА: ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ

УДК 316.37

ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ ВЗГЛЯДЫ ВЛАДИМИРА ЖИРИНОВСКОГО

В.А. Ахралович, 3 курс

Научный руководитель – **О.Н. Шупицкая**, к.ю.н., доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Владимир Вольфович Жириновский – первый лидер и основатель Либерально-Демократической партии России (Далее – ЛДПР), заместитель председателя Государственной думы Российской Федерации, доктор философских наук и широко известный политический и общественный деятель Российской Федерации. Жириновский получил огромную популярность в российском обществе благодаря своей харизме, грамотному ораторскому искусству и оригинальному складу ума, всесторонним знаниям в области геополитики, экономики и философии. Вместе с этим, Владимир Вольфович имел достаточный успех в шоу-бизнесе и медиа пространстве России.

Под председательством В. Жириновского Либерально-Демократическая партия России (Далее – ЛДПР) представляла собой одну из крупнейших в Российской Федерации «правых» политических партий. В политической и общественной деятельности России ЛДПР главным образом ориентировалась на совершенствование националистического и патриотического пути развития государства и общества. ЛДПР неоднократно выдвигала кандидатом на должность Президента Российской Федерации первого лидера ЛДПР – В. Жириновского. Во время президентских компаний политик основывал свои политические идеи, прежде всего, на защите русского народа и языка по всему миру, социальной справедливости, антикоммунизме и развитии местного управления и самоуправления.

Стоит заметить, что среди большинства российских политологов и избирателей в одно время велись активные споры относительно истинных политико-правовых взглядов Владимира Жириновского. Часть политических деятелей и аналитиков относил Владимира Вольфовича к числу монархистов, поскольку политик часто делал публичные заявления в поддержку русского имперского самодержавия, боролся за русскую национальную идентичность, язык и часто выражал грубую неприязнь по отношению к депутатам коммунистам. Другая же часть политических экспертов относил лидера ЛДПР именно к числу представителей «левой оппозиции» за его большой вклад в развитие российского государства и общества.

В этом аспекте, стоит проанализировать последнюю президентскую программу от 2018 года ЛДПР, с которой В. Жириновский баллотировался на пост Президента Российской Федерации. Политическая программа Жириновского закрепляла в себе множество идей, задач и положений по развитию российского государства и общества. Политическая программа состояла из 100 пунктов, раскрывавших основные принципы, задачи и приоритеты президентской деятельности Жириновского в случае его избрания, а также современные проблемы и угрозы России, векторы развития внешней и внутренней политики, план экономического стимулирования и развития регионов России и другие национал-патриотические идеи [1].

В вопросе осуществления внешней политики государства В. Жириновский ориентировался на восстановление прошлого имперского величия Российской империи посредством проведения в соответствующих государствах бывшей империи мирных референдумов о добровольном присоединении к России. Стратегическим вектором осуществления внешней политики Жириновского декларировался Ближний Восток. Жириновский стремился создать политический альянс среди ближневосточных государств, а именно: с Турецкой Республикой, Ираном, Ираком и Сирией. Огромное политическое и военное влияние подобного альянса с ближневосточными государствами Жириновский объяснял огромным населением стран, наличием современного сектора тяжелой промышленности, современных технологий, природных ресурсов и военного потенциала [1].

В области экономического развития Жириновский активно выступал за развитие отечественной перерабатывающей промышленности в сфере нефтяных месторождений и иных природных ресурсов Российской Федерации. Иными словами, Жириновского привлекала экономическая модель, при которой Россия должна экспортировать на международные торговые рынки не сырье, а обработанную продукцию из него. В. Жириновский был активным сторонником мероприятий по импортозамещению товаров и развития отечественной промышленности, продукции и новейших технологий. В этом направлении лидер ЛДПР агитировал за абсолютную национализацию торговых сетей, чтобы таким образом способствовать продвижению российских товаров и технологий на потребительский рынок. Также за счет выпуска дополнительных акций государственных предприятий Жириновский хотел стимулировать модернизацию многих предприятий и дать право каждому гражданину России шанс для управления. В аспекте развития частного предпринимательства Жириновский допускал максимизацию свободы малого и среднего бизнеса России. Лидер ЛДПР намерен был снизить количество государственных проверок бизнеса, поскольку подобные проверки часто мешали нормальной и стабильной работе предпринимателей. Владимир Вольфович был заинтересован в резком снижении арендой платы для малого предпринимательства, а также предоставлении электричества, света и воды за счет средства бюджета государства.

В отношении социально-культурного развития человека лидер ЛДПР стремился обеспечить всеобщий доступ граждан к высококачественному и бесплатному здравоохранению. Жириновский выступал за принудительное лечение и реабилитацию наркоманов и алкоголиков, стремился восстановить институт лечебно-трудовых профилакторий, резко снизить уровень курящих и пьющих людей среди населения. Неоднократно в своей политической повестке политик уделял особый интерес в отношении восстановления аварийных зданий больниц и поликлиник, а также намеревалась запустить множества строительных проектов современных учреждений здравоохранения, спортивных объектов для молодежи во многих регионах страны. Жириновский поддерживал культ развития традиционных семейных отношений. Жириновский предлагал оказывать финансовую помощь женщинам за добровольный отказ от аборта с передачей ребенка под покровительство государства. В культурной сфере развития Жириновский добивался принятия специального закона для защиты русского языка от иностранного воздействия. Жириновский часто выступал с открытой критикой по поводу использования иностранных заимствований в русском языке. Он намеревался на законодательном уровне запретить надписи, вывески, газеты, средства массовой информации на иностранных языках. К примеру, в ходе очередного пленарного заседания Государственной думы В. Жириновский утверждал следующее относительно вопроса иностранных заимствований: «Завалили, замучили этими американизмами. Будем вносить проект закона и давать список слов, которые нельзя употреблять, когда есть нормальные русские слова» [2].

В части государственного управления Жириновский уделял внимание реформе и развитию местного управления слаборазвитых регионов России. Так, Жириновский требовал активного стимулирования регионов Урала, Сибири и Дальнего Востока. В части государственного развития регионов Урала, Сибири и Дальнего Востока предполагалось создание безналоговой зоны, а также предоставление гражданам этих регионов надбавок к заработной плате и льготные условия жилья. Особо стоит сказать, что лидер ЛДПР агитировал перейти к административно-территориальному делению российского государства на 30 губерний без учета национально-этнического принципа. В. Жириновский считал, что наличие автономных республик и национальных республик является поводом и предпосылкой к созданию отдельных государств внутри страны, а, следовательно, может нарушить принцип территориальной целостности государства. На протяжении своей долгой жизни В. Жириновский часто говорил об империи как о наиболее перспективной форме будущего государственного устройства России. Так, лидер ЛДПР утверждал следующее: «Империя — самая удачная форма государственного устройства. Крупная держава объединяется с соседними странами, защищает их, урегулирует все внутренние конфликты и одновременно укрепляет себя и свои интересы. Так, Россия защитила Грузию от персов, Армению от турок, казахов от джунгар, Запорожскую Сечь от поляков и османов, белорусов от литовцев. В конечном счете, Россия включила в состав своего государства Польшу и Прибалтику в результате многочисленных оборонительных войн, которые завершились после этого» [3].

Таким образом, В. Жириновский выступал за национал-патриотические интересы России, пропагандировал к возрождению Российской империи, укреплению военной мощи и национальной

безопасности со странами Ближнего Востока. Лидер ЛДПР в своих публичных речах подчеркивал исключительную роль Российской Федерации как мировой державы во всем мире. Его политические взгляды характеризовались также специфическим антикоммунизмом, монархизмом и антиатлантизмом. Лидер ЛДПР часто высказывал недовольство по поводу доминирования западной культуры в обществе и политической деятельности Североатлантического альянса и Европейского союза. Политик продвигал культ совершенствования традиционных семейных ценностей и спортивной нации. В области экономической политики Жириновский поддерживал идеи развития государственного сектора экономики, уменьшения государственного контроля за малым и средним бизнесом, а также выступал за национализацию определенных отраслей экономики. В. Жириновский выступал за социальное обеспечение и защиту здоровья простых граждан России. На мой взгляд, политические взгляды В. Жириновского можно охарактеризовать как националистические, монархические и патриотические, с ярким акцентом на прошлое величие Российской империи.

Список использованных источников

1. Программа “100 пунктов” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ldpr-rb.ru/>. – Дата доступа: 05.04.2024.
2. Жириновский назвал империю самой удачной формой государственного устройства / Красная Линия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rline.tv/news/2020-02-22-zhirinovskiy-nazval-imperiyu-samou-udachnoy-formoy-gosudarstvennogo-ustroystva/>. – Дата доступа: 05.04.2024.
3. ЛДПР предлагает ввести запрет на использование иностранных слов в СМИ / Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/news/233265-ldpr-predlozhila-zapretit-ispolzovat-inostrannye-slova-v-smi>. – Дата доступа: 05.04.2024.

УДК 159.9

ОСОБЕННОСТИ ПРОКРАСТИНАЦИИ У СТУДЕНТОВ СТАРШИХ И МЛАДШИХ КУРСОВ

П.С. Барышникова, 2 курс

Научный руководитель – **Е.Б. Микелевич**, к.псих.н., доцент

Полесский государственный университет

В современном обществе прокрастинация достаточно распространена, особенно в студенческой среде. В последние десятилетия проводятся многочисленные исследования этого феномена, выявляются причинно-следственные связи между личностными характеристиками и прокрастинационным поведением. Прокрастинация (лат. *pro* – вместо и *crastinus* – завтрашний) – тенденция откладывать выполнение необходимых дел «на потом»; поведенческий паттерн, при котором выполнение ведущей для человека в данный период времени деятельности осознанно откладывается. Человек остается деятельным, но его активность направлена на посторонние, малозначимые, иногда просто бессмысленные занятия [4, с. 22].

Несмотря на многочисленные упоминания в ранних источниках, считается, что в научный контекст термин был введен в конце 1970-х гг. Прокрастинация объясняется наличием у человека ряда субъективных причин: нерешительности, страха неудачи и неодобрения окружающих, неуверенности в себе, перфекционизма. В связи с этим выделяют напряженных прокрастинаторов. Однако имеются и расслабленные прокрастинаторы, соответствующие житейскому пониманию лени. Они сосредоточиваются на выполнении таких дел, которые доставляют удовольствие «здесь и сейчас» [2, с.175]. Позже была предложена теория временной мотивации, согласно которой мотивация к выполнению того или иного действия повышается, если есть уверенность в получении желаемого результата, и снижается, если желаемый результат в значительной степени отложен во времени. Кроме того, в формировании прокрастинации подтверждается ведущая роль недостаточности сформированных навыков саморегуляции [7].

По мнению М.Е. Сандомирского, прокрастинацию, в первую очередь, необходимо дифференцировать от таких явлений, как:

– Медлительность, которая может быть следствием проявления психофизиологических особенностей организма или нарушенной адаптации, а также выступать в качестве привычного за-

щитного поведенческого стереотипа. Медлительность не означает отказ от активности, но определяет темпоральные особенности выполняемой деятельности и скорость принятия решений.

– Апатия (депрессивная) сопровождается спадом активности на фоне снижения эмоционального тонуса или симптомов депрессивного расстройства.

– Лень как снижение или отсутствие мотивации, недостаток волевого усилия. Может выступать как временное состояние, обусловленное факторами среды, как устойчивый стереотип поведения, а также в качестве личностной черты [5, с.129-130].

Н. Милграм с соавторами первоначально выделили пять видов прокрастинации: ежедневная (бытовая), т. е. откладывание домашних дел, которые должны выполняться регулярно; прокрастинация в принятии решений (в том числе незначительных); невротическая, т. е. откладывание жизненно важных решений, таких как выбор профессии или создание семьи; компульсивная, при которой у человека сочетаются два вида прокрастинации – поведенческая и в принятии решений; академическая, т. е. откладывание выполнения учебных заданий, подготовки к экзаменам и т.д [2, с.175].

Для выявления склонности к академической прокрастинации было проведено тестирование «Шкала студенческой прокрастинации» Клэри Лэй [6] среди учащихся Полесского государственного университета, респондентами выступили студенты 1, 2 и 4 курсов. Специальности: «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций», «Менеджмент» и «Бухгалтерский учёт». Возраст респондентов – от 17 до 21 года.

Результаты проведенного нами теста показали, что среди 40 учащихся первого и второго курса, 30% имеют тенденцию откладывать дела на более поздний срок, 57% хотя бы раз замечали за собой симптомы прокрастинации и только 13% не имеют признаков прокрастинационного поведения. Из 20 опрошенных студентов 4 курса 45% замечали за собой привычку «откладывания», 35% студентов показали себя как «ситуативные» прокрастинаторы и 20% не имеют признаков прокрастинационного поведения (таблица 1).

Таблица 1. – Уровень прокрастинации у студентов младших и старших курсов

Уровень прокрастинации	Младшие курсы	Старшие курсы
Имеют тенденцию к прокрастинации	30%	45%
«Ситуативные» прокрастинаторы	57%	35%
Не имеют признаков прокрастинационного поведения	13%	20%

Как видим из результатов, прокрастинационное поведение характерно как для младших, так и для старших курсов, так как на этот период приходится возрастной пик прокрастинации. Это связано с тем, что в этот период происходят значительные изменения в психологии и социальной сфере человека. Чаще всего люди еще не до конца понимают, чем хотят заниматься. Стоит отметить, что по результатам опроса у старших курсов тенденция прокрастинировать более выражена. Возможно, причиной для этого является то, что сложность учебной работы увеличивается.

Стоит отметить, что студенты чаще наблюдали за собой признаки прокрастинационного поведения, если деятельность кажется им неприятной или не стоит эмоциональных или физических усилий; какую-то определенную работу, по их мнению, они выполняют плохо; присутствовали отвлекающие от работы факторы; отсутствовала мотивация.

Опираясь на исследование немецкого психолога Курта Левина («Теория поля в социальных науках») [6], можно выделить два типа поведения – волевое и полевое. Волевое поведение вызывается внутренними потребностями и больше характерно для мужской части населения. Мужчины часто имеют определенную цель, но из-за сложности или объема работы к ней может быть тяжело приступить, в этот момент и происходит откладывание на потом. Полевое же поведение, вызванное наличием множества отвлекающих факторов, больше характерно для женщин.

Чтобы проверить данный феномен, нами был проведен опрос учащихся, но уже с точки зрения волевого и полевого поведения. Был предложен перечень ситуаций, состоящий из «острых» и важных, а также «мелких» и незначительных решений, вопросов и проблем, чтобы выявить, как будут вести себя респонденты в той или иной ситуации (таблица 2).

Таблица 2. – Прокрастинация у юношей и девушек

Особенности прокрастинации	Юноши	Девушки
Откладывание важных решений	68%	33%
Откладывание маловажных/бытовых решений	32%	67%

Как мы видим, у представителей мужского пола ярче выражена тенденция откладывать важные решения, в то время как у девушек, наоборот, прокрастинационное поведение связано с не особо «острыми» вопросами. Мы думаем, причина данного явления заложена в том, какие различия выделяются в работе женского и мужского мозга. Благодаря тому, что у женщин задействуются оба полушария, они умеют существовать в режиме многозадачности, в отличие от мужчин [1].

Подводя итог данного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Причины прокрастинации зависят от разных факторов, но в большинстве своём она выполняет «защитную функцию», чтобы избежать беспокойства и тревожности при принятии каких-либо решений в краткосрочной перспективе.
2. Старшие курсы показывают большую предрасположенность к тенденции прокрастинировать, но в меньшей степени склонны к «ситуативной» прокрастинации.
3. Прокрастинируют как девушки, так и юноши, но в случае первых прокрастинационное поведение наблюдается при принятии незначительных решений, а в случае вторых – важных и ответственных.

Список использованных источников

1. Дружкина, В.Ю. Различия между мужским и женским мозгом [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://goo.su/yEd4v> – Дата доступа: 16.12.2023.
2. Ильин, Е.П. Работа и личность. Трудоголизм, перфекционизм, лень / – СПб: «Питер», 2016. – 224 с.
3. Клэри Лэй, «Шкала студенческой прокрастинации» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://psytests.org/emvol/pcgpss-run.html> – Дата доступа: 16.12.2023.
4. Ковылин, В.С. Теоретические основы изучения феномена прокрастинация // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. – 2013 – №2.
5. Курденко, А.Н. Прокрастинация и лень: психологическое содержание понятий // РЕМ: Psychology. Educology. Medicine. –2019. –№1.
6. Левин, К. Теория поля в социальных науках / [Пер. Е. Сурпина]. — СПб.: Речь, 2000. – 368с.
7. Прокрастинация [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://bigenc.ru/c/prokrastinatsiia-6c37a4> – Дата доступа: 16.12.2023.

УДК 94:338.48-611:39(476.2)«20»

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЕ ФЕСТИВАЛИ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

П.А. Боброва, 1 курс

Научный руководитель – **Н.В. Корникова**, старший преподаватель
Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины

В начале 21 века в Республике Беларусь важнейшее значение придается сохранению и развитию национальной культуры, в которой получили воплощение духовные идеалы и ценности белорусского народа. В связи с этим на современном этапе высокую степень значимости приобретает деятельность, направленная на популяризацию традиционной культуры белорусов. В данном контексте важную миссию в обществе выполняют этнографические фестивали, призванные познакомить широкие массы населения с многогранным наследием и колоритом белорусской народной культуры. Целый ряд фестивалей республиканского и областного значения на современном этапе презентуют и актуализируют среди широкой аудитории этнокультурные традиции белорусского народа в региональном контексте. Подтверждением тому могут служить фестивальные форумы, которые на регулярной основе проходят на Гомельщине.

Цель работы – характеристика этнографических фестивалей Гомельской области на современном этапе.

Как одно из крупнейших культурных событий в Гомельском регионе, имеющих общереспубликанский контекст известности, может рассматриваться Международный фестиваль этнокультурных традиций «Зов Полесья», являющийся эпицентром притяжения для туристов и гостей из разных регионов Беларуси и других стран. Фестиваль традиционно проходит в агрогородке Лясковичи Петриковского района. Он всецело способствует сохранению и популяризации культурного наследия Полесья, привлекая внимание к уникальным традициям и обычаям этого региона. Благодаря фестивалю «Зов Полесья» представители самобытной культуры имеют возможность продемонстрировать свое мастерство и творческие достижения, а также обменяться опытом и идеями с другими мастерами и творческими коллективами. Это помогает им сохранить свою идентичность и стимулирует развитие народного творчества в этом уникальном регионе. Фестиваль «Зов Полесья» играет важную роль в сохранении и передаче этнокультурного наследия Полесья будущим поколениям. Он собирает мастеров и творческие коллективы из различных районов Беларуси и стран ближнего зарубежья, чтобы показать богатство и разнообразие культурного наследия этого уникального региона. Участие в фестивале способствует укреплению культурных связей между жителями Полесья, а также содействует развитию культурно-исторического и этнографического туризма. Посетители фестиваля имеют возможность познакомиться с народными традициями, ремеслами, обрядами и музыкой Полесья. Присвоение фестивалю статуса «Международный» в 2014 году подчеркнуло его значение как важного культурного события на межкультурном уровне. Это открывает новые возможности для участия и обмена опытом между творческими коллективами и мастерами разных стран, что, в свою очередь, способствует расширению культурных горизонтов и укреплению международного культурного диалога [1].

Уникальным форумом, посвященным самобытным традициям юмористической культуры белорусов, является Республиканский фестиваль народного юмора «Автюки», который проходит в Калининковичском районе. На фестивале можно увидеть разнообразные конкурсы, представления, спортивные программы – карнавальные шествия, концерты, театральные постановки, стендап шоу, импровизации и многое другое. Гости ждут народные гулянья, ярмарки, мастер-классы по ремеслам и народным промыслам, а также различные развлекательные мероприятия для детей и взрослых. Неотъемлемой частью фестиваля является знакомство с традициями национальной кухни.

Традиционно праздник проходит в июле и открывается церемонией примирения между «враждующими» деревнями Малые и Большие Автюки. В программе фестиваля ключевую роль неизменно играет народный юмор. Большой популярностью у гостей праздника пользуется конкурс красоты «Мисс Автюки», Автюковские Олимпийские игры, концертные программы творческих коллективов, юмористические монологи белорусских писателей и сатириков. Работы народных мастеров, презентуемые в рамках ярмарок, позволяют туристам познакомиться с белорусскими традиционными ремеслами [2].

Визитной карточкой Гомельского региона за долгие годы своего проведения стал Республиканский фестиваль фольклорного искусства «Берегиня». Он проходит с 1998 года в городском поселке Октябрьский и играет значительную роль в поддержке народного творчества, сохранении местных и региональных художественных традиций, а также в поиске новых коллективов, сохраняющих белорусскую народную культуру. Основной целью фестиваля является привлечение внимания общественности к важности использования традиционного искусства в воспитании и развитии подрастающего поколения. Фестиваль «Берегиня» является уникальным событием для культурной жизни Гомельского региона и всей Беларуси. По сложившейся традиции участниками уникального в своем роде форума становятся носители и преемники художественных традиций – аутентичные фольклорные коллективы из Беларуси, исполнители народных бытовых танцев, песен и музыки, мастера различных видов ремесел. Они на практике знакомят гостей фестиваля с белорусским народным творчеством и его самобытностью. Фестиваль «Берегиня» является важным источником связи между поколениями и культурного развития в стране [3].

Таким образом, этнографические фестивали Гомельщины на современном этапе выполняют важную миссию, связанную с сохранением и популяризацией традиций белорусской народной культуры в региональном контексте, способствуют этнокультурному воспитанию населения, а также пониманию самобытности и ценностей народной культуры. Вместе с тем, стоит отметить их

большой туристический потенциал и значимость в контексте формирования регионального культурного бренда.

Список источников и литературы

1. Фестиваль «Зов Полесья» [Электронный ресурс] // Петриковский районный исполнительный комитет – Режим доступа: www.petrikov.gomel-region.by/ru/zov-polesia/. – Дата доступа: 02.04.2024.
2. Всебелорусский фестиваль народного юмора Автюки [Электронный ресурс] // Белорусский экскурсионный портал – Режим доступа: https://pda.ekskursii.by/?Vsebelorusskij_festivali_narodnogo_yumora_Avtyuki. – Дата доступа: 02.04.2024.
3. Фестиваль «Берагіня» [Электронный ресурс] // Телерадиокомпания «Гомель» – Режим доступа: <https://tvr.gomel.by/news/festival-beraginya-proydet-v-oktyabrskom-rayone-20-24-iyunya> – Дата доступа: 02.04.2024.

УДК 069.9:77:94:327.5(100)«1914-1918»:94(476)«1914-1918»

ФОТОВЫСТАВКИ, ПОСВЯЩЁННЫЕ СОБЫТИЯМ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ, В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.А. Бондарь, 4 курс

Научный руководитель – Н.В. Корникова, старший преподаватель
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины

Первая мировая война стала событием, нашедшим массовое отражение в фотоискусстве. Саму фотографию, по истине, можно назвать уникальным свидетелем своего времени. В период Первой мировой войны произошло значительное усовершенствование фототехники. Появились новые компактные фотоаппараты, что, в свою очередь, позволило сделать фотоискусство общедоступным. У солдат появилась уникальная возможность фиксировать сцены военного быта, повседневной жизни местного населения. Подобные фотографии зачастую служили материалом для издания целого ряда открыток. На сегодняшний день многие из тех фотоснимков по-прежнему являются неповторимыми доказательствами, имеющими свою историческую силу и эмоциональную значимость [1, с. 9]. На сегодняшний день фотовыставки являются одной из важных форм мемориализации столь глобального и крупномасштабного события прошлого века. Они актуализируют интерес белорусского народа к отечественной истории, в частности, к истории Первой мировой войны. Это в свою очередь обуславливает актуальность исследования данной темы.

Цель работы – характеристика фотовыставок в Республике Беларусь, посвященных событиям Первой мировой войны.

О неугасающем интересе к событиям Первой мировой войны, имеющим эпохальное значение как в общемировом историческом контексте, так и в исторических судьбах белорусского народа, свидетельствует актуализация подобной тематики через целый ряд выставочных проектов, регулярно проходящих в отечественных музейных учреждениях. Большой интерес в данном контексте неизменно привлекают фотовыставки. Зачастую подобные выставки имеют юбилейный характер и приурочиваются к памятным датам и годовщинам. Отметим наиболее крупные выставочные проекты.

Так, в феврале 2014 г. фотовыставка «Беларусь в Первой мировой войне» открылась в Национальном историческом музее Республики Беларусь. В экспозиции были представлены точные копии фотосвидетельств той эпохи. Они показывают мирное и военное время, жизнь городов и сёл, планы по созданию нового территориального объединения Обер-Ост, иллюстрируют испытания сотен тысяч беженцев, которых война вынудила покинуть свои дома. Ключевой особенностью данной фотовыставки является, пожалуй, и то, что фотографии, представленные здесь, рассказывают и о послевоенном времени [2].

В апреле 2014 г. выставка под названием «Залесье. Милосердие. Память», посвящённая событиям Первой мировой войны, которые разворачивались на территории Сморгонского района, открылась в музее-усадьбе М. К. Огинского, расположенной в агрогородке Залесье. Сама выставка была представлена тремя разделами, созданными на основе сохранившихся воспоминаний участников тех событий, а также сделанных ими фотоснимках и исторических фактах. Раздел «Залесье» – это рассказ о событиях Первой мировой непосредственно в самом населённом пункте его

окрестностях. В основе его создания лежат воспоминания генерала Владимира Джунковского, командира бригады 8-й Сибирской стрелковой дивизии, штаб которой находился в усадьбе. Раздел «Милосердие» посвящен подвигу медиков, спасавших жизни солдат и офицеров, а раздел «Память» затрагивает историю мемориальных знаков, установленных в Залесье и его окрестностях. Необходимо добавить, что выставка функционировала и в октябре 2022 г., который был объявлен в Республике Беларусь Годом исторической памяти. В апреле 2024 г. её открытие было приурочено уже к другой знаменательной дате – 80-летию освобождения Беларуси от немецко-фашистских захватчиков [3].

На выставке «Мясцовое насельніцтва», которая проходила в Национальном историческом музее Республики Беларусь, было представлено 50 уникальных фотографий времен Первой Мировой из частной коллекции Владимира Богданова. Эти снимки В. Богданов собирал в течение многих лет по всему миру, и они стали по-настоящему уникальной коллекцией. Капитан Фаузер, которому и принадлежит большинство представленных здесь фотографий, был очень педантичным человеком. Он занимался фотографией и работал в стройуправлении. Судя по всему, строил мосты, поскольку география его снимков охватывает территорию, расположенную вдоль белорусских рек. За время своей работы в Беларуси с 1915 по 1918 год он сделал около 500 снимков, на которых запечатлел местных жителей и картины их быта. Помимо этого, Фаузер дополнил каждый снимок отпечатанным на машинке текстом, где указал имена и фамилии позировавших крестьян, а также дату и место съемки. Фактически каждый его снимок – это небольшой исторический памятник [4].

Выставка редких фотографий под названием «Первая мировая война в фотолетописи II Кавказского армейского корпуса», приуроченная к 105-летию начала Первой мировой войны, подготовленная Белорусским государственным архивом кино-фото-фоно- документов совместно с коллекционером И. В. Сурмачевским, начала свою работу в апреле 2019 г. в Центральной библиотеке имени Янки Купалы в Минске. Коллекция, собранная Игорем Сурмачевским, насчитывает 150 фотографий. Все они сделаны одним и тем же человеком, который подписал их карандашом с обратной стороны. Фотографии отражают повседневную жизнь военных и мирных жителей, общение между ними, показывают виды городов, храмов, усадеб, портреты, сцены военного и гражданского быта, эвакуацию беженцев, идиллические пейзажи в духе Яна Булгака или Наполеона Орды, а также свидетельства разрушений. Сегодня их можно назвать подлинными свидетельствами истории, хранящими самую разнообразную информацию. Кроме всего прочего, это работы талантливого фотографа, сделанные на высоком техническом уровне, и просто эстетичные кадры с точки зрения фотографии [5].

Таким образом, видно, что на сегодняшний день в Республике Беларусь существуют различные формы популяризации событий Первой мировой войны. Особую роль здесь играют тематические фотовыставки, которые вызывают большой интерес у людей, равнодушных к истории своей страны.

Список использованных источников

1. Ліхадзедаў, У. А. Беларусь праз фотааб'ектыў нямецкага салдата. 1915-1918 гг. / У. А. Ліхадзедаў. – Мінск : Тэхналогія, 2008. – 239 с.
2. Фотовыставка «Беларусь в Первой мировой войне» открылась в Национальном историческом музее [Электронный ресурс] // СТВ. – Режим доступа: <https://ctv.by/novosti-minska-i-minskoy-oblasti/fotovystavka-belarus-v-pervoy-mirovoy-voynе-otkrylas-v-nacionalnom/> – Дата доступа: 07.04.2024.
3. «Залесье. Милосердие. Память». Выставка о событиях Первой мировой войны открылась в музее Огинского [Электронный ресурс] // БелТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/regions/view/zalesje-miloserdie-pamjat-vystavka-o-sobytijah-pervoj-mirovoj-voiny-otkrylas-v-muzee-oginskogo-624992-2024/> – Дата доступа: 07.04.2024.
4. Уникальные фотографии времен Первой мировой показали в Минске [Электронный ресурс] // SPUTNIK Беларусь. – Режим доступа: <https://sputnik.by/20170617/vystavka-fotografij-pervoy-mirovoy-1029338491.html/> – Дата доступа: 07.04.2024.
5. В Минске открылась выставка редких фотографий времен Первой мировой [Электронный ресурс] // SB.BY Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/v-minske-otkrylas-vystavka-redkikh-fotografij-pervoy-mirovoy.html/> – Дата доступа: 07.04.2024.

ВЕДОМСТВЕННЫЕ МУЗЕИ ГОМЕЛЬЩИНЫ В НАЧАЛЕ 21 ВЕКА

В.М. Гавриленко, 3 курс

Научный руководитель – **Н.В. Корникова**, старший преподаватель
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины

Актуальность исследования обусловлена тем, что развитие ведомственных музеев на современном этапе способствуют формированию узнаваемого образа социокультурных объектов и учреждений в городской среде, имеет важное популяризаторское значение с точки зрения распространения знаний об истории учреждений и предприятий, а также их роли в общественной и культурной жизни региона.

Цель работы – характеристика ведомственных музеев Гомельщины в начале 21 века.

Стоит отметить, что деятельность ведомственных музеев оказывает положительное влияние на профессиональную преемственность, способствует трансляции исторических традиций в учреждениях и на предприятиях и пр. Организация экскурсий в ведомственные музеи имеет также большой культурно-просветительский потенциал для широких слоев населения.

В городах Гомельской области действует целый ряд ведомственных музеев, которые рассказывают об истории создания учреждений и предприятий, являющихся важными объектами социальной, экономической и культурной жизни региона, а также документируют процессы, связанные с основными направлениями их деятельности. Подобные музеи также могут рассматриваться в качестве важных элементов корпоративной культуры. Среди них Гомельский музей пожарного дела, Музей трудовой славы «Гомельводоканала», Музей «Гомельоблавтотранс», Музей истории РУП «Гомельское отделение Белорусской железной дороги», Комната-музей боевой и трудовой славы локомотивного депо г. Жлобина, Музей истории воздушно-десантных войск и подразделений спецназа им. В.Ф.Маргелова в Речице, Музей леса в Мозырском опытном лесхозе и пр.

Более подробно в качестве примера ведомственных музеев Гомельщины рассмотрим музеи предприятий «Белоруснефть» и «Гомельоблгаз», являющихся одними из крупнейших и важных объектов в социально-экономической инфраструктуре региона.

Открытие музея трудовой славы предприятия «Белоруснефть» состоялось еще в 1988 году. Его открытие было приурочено к добыче 100-миллионной тонны черного золота [1]. Музей разместился в городе Речица, в местном Дворце культуры и техники «Нефтяник». Ныне в музее можно ознакомиться с историей компании «Белоруснефть» и даже посмотреть на модель «нефтяной скважины». Здесь же экскурсанты могут пройти обряд «посвящение в нефтяники». Экспозиция хранит в себе документы, фотографии, миниатюрные копии различных объектов предприятия: буровой установки, глубинного шлангового насоса или просто «качалки», солнечной электростанции, АЗС. Представлена миниатюра Белорусского газоперерабатывающего завода, самой большой в стране фотозлектростанции, нефтебазы.

За все время существования музея накопилось внушительное количество экспонатов, что потребовало расширения экспозиционных площадей. Однако данная проблема была решена путем обращения к современным информационным технологиям. Было принято решение оцифровать многие экспонаты и демонстрировать их на специальных мультимедийных панелях [2].

Можно утверждать, что экспозиция музея по сути является историей нефтедобывающей отрасли Республики Беларусь. ПО «Белоруснефть» прошло путь от нескольких буровых организаций до международной энергетической компании, которая сегодня ведет свою деятельность на трех континентах.

19 февраля 2021 года в г. Гомель состоялось открытие музея РПУП «Гомельоблгаз». На церемонии открытия были задействованы специалисты аппарата управления предприятия, директора производственных управлений, начальники районов газоснабжения, члены объединенного профсоюзного комитета. Право перерезать красную ленту досталось заместителю генерального директора ГПО «Белтопгаз» Лаптенку Виталию Николаевичу и генеральному директору РПУП «Гомельоблгаз» Сергеевко Андрею Михайловичу.

Для открытия музея предприятие выделило помещение, была разработана концепция экспозиции, тщательно отобрали исторический материал. Первостепенной задачей музея является объединение прошлого, настоящего и будущего компании. Наполнение экспозиции планируется непрерывным с целью отражения значимых событий из жизни предприятия на современном этапе развития.

Среди экспонатов музея выделяются из общего числа одни из первых моделей газовых плит и отопительного котла, счетчики газа, различные виды газопроводов и отключающих устройств, газовые баллоны, документы, связанные с историей предприятия, фотографии, а также приборы, которыми пользовались специалисты различных служб (анализаторы метана, вольтметр, мегаомметр, радиостанции, арифмометр, печатная машинка и другие) [3].

Главное в экспозиции музея – память о людях, стоявших у истоков образования предприятия, тех, кто внес и продолжает вносить весомый вклад в развитие газового хозяйства Гомельской области. Можно с уверенностью сказать, что музей имеет перспективы стать местом объединения культурных, исторических ценностей и трудовых традиций коллектива [3].

Таким образом, развитие ведомственных музеев учреждений и предприятий Гомельщины может стать средством повышения интереса к самим предприятиям либо к предоставляемым им услугам, способствовать профессиональной преемственности в коллективе, обеспечить популяризацию деятельности учреждения среди широких слоев населения.

Список использованных источников

1. Нефтяной маршрут. Экскурсия по Беларуси от Альтер Тур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://altertour.by/industrial/neftyanoi-marshrut>. Дата доступа: 05.04.2024.
2. Музей нефти – Belarus Travel [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.belarus.travel/landmarks/muzei-nefti>. Дата доступа: 05.04.2024.
3. Открытие музея УП «Гомельоблгаз» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.topgas.by/content/news/1275_otkrytie-muzeya-up-gomeloblgaz/. Дата доступа: 06.04.2024.

УДК 069.9:94:327.5((47+57):430)«1945»

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В БЕЛАРУСИ, ПРИУРОЧЕННАЯ К ПРАЗДНОВАНИЮ ДНЯ ПОБЕДЫ

А.А. Готальская, 4 курс

Научный руководитель – **О.Г. Яценко**, к.и.н., доцент

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины

Актуальность темы заключается в важности освещения выставочных проектов, посвященных Великой Отечественной войне. Тема значима с точки зрения изучения выставочной деятельности именно на современном этапе, когда уже спустя 80 лет продолжает увековечиваться память о трагических страницах истории белорусского народа.

Целью данного исследования является выделение наиболее значимых выставочных объектов и проектов Республики Беларусь, приуроченных к празднованию Дня Победы на современном этапе и их историко-культурная характеристика.

В пространстве выставки, с заданными тематическими, временными параметрами человек приобретает концентрированный «эффект погружения» в культуру и «эффект присутствия» в культурном пространстве, что позволяет выйти за его обыденное восприятие [1, с. 1].

В Республике Беларусь многие выставки посвящены событиям Великой Отечественной войны. Среди многочисленных мероприятий в XXI веке следует отметить масштабное событие по показу исторических плакатов на военную тематику, это республиканская выставка плакатов 1941–1945 гг. «Путь к Победе», посвященная 65-летию Победы в Великой Отечественной войне. Организаторы мероприятия были Министерство культуры Республики Беларусь, Национальная библиотека Беларуси и Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны [2].

В фондохранилище Национальной библиотеки Беларуси насчитывается около 200 плакатных листов 1941–1945 гг. издания. Более 500 плакатов хранится в фондах Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны. На выставке было представлено 70 печатных

оригинальных плакатных изданий различного формата фронтовой, тыловой, оккупационной и партизанской тематики; плакаты из широко известной в годы Великой Отечественной войны серии «Окна ТАСС» и из периодической серии блокадного Ленинграда «Боевой карандаш». Работали над ними известные мастера советской плакатной графики Л. Голованов, В. Дени, В. Иванов, А. Кокорекин, В. Корецкий, Кукрыниксы, И. Тоидзе и др. У посетителей выставки была возможность увидеть плакаты белорусских художников С. Романова, М. Гутиева на тему восстановления Минска и прославления белорусских партизан [3].

В Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны в 2023 г. открылась выставка, посвященная 80-й годовщине начала освобождения Беларуси. Временная экспозиция «Единой памяти верны» является совместным проектом Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны с региональными музеями Беларуси и музеями военно-исторического профиля стран СНГ. В экспозиции каждый смог проследить ход военных действий Красной армии, героические события по освобождению Беларуси. Она демонстрировала трудный ратный путь советских воинов – не только белорусского народа, но и представителей других народов СССР, рядовых и командиров. При создании выставки использовали разнообразие форм и методов, чтобы затронуть душу каждого посетителя. Музейными сотрудниками была подготовлена и миниатюрная выставка в мобильном музее [2].

В БГУИР в мае 2023 г. открылась художественная выставка, посвященная победе в Великой Отечественной войне. На ней были представлены картины студии военных художников «Эхо войны». Экспозиция выставки – это портреты и пейзажи, раскрывающие военную тематику. Свои работы студентам, представителям администрации вуза, представил руководитель студии военных художников Николай Опиок. В своих работах художник передал атмосферу военных лет, подвиг героев, негибимость их духа и веру в победу. На выставке также можно было увидеть работы заслуженных деятелей искусства Республики Беларусь Владимира Гордеенко, Владимира Уроднича, народного художника Беларуси Георгия Поплавского [4].

С 10 мая 2022 г. в музее «Замковый комплекс «Мир» проходила выставка под названием «Без срока давности», приуроченная к Году исторической памяти, победе в Великой Отечественной войне и посвященная теме геноцида белорусского народа.

Материал для выставки, в основном, был предоставлен прокуратурой Кореличского района и Кореличским районным отделом Следственного комитета Республики Беларусь по Гродненской области, которые, в свою очередь, получили материалы из Государственного архива Гродненской области, Национального архива Республики Беларусь, Архива УКГБ по Гродненской области. Также сотрудники музея в процессе подготовки выставки обращались с запросом в Зональный государственный архив г. Барановичи и Кореличский районный краеведческий музей. Из зонального архива были получены Акт Мирской районной комиссии за 1945 г. по учету совершенных злодеяний немецко-фашистскими захватчиками и список преступников и их сообщников по Мирскому району. Из краеведческого музея – фотографии и сведения о тех людях, которые были вывезены на работы в Германию.

Выставка была разделена на три тематических блока. В первом блоке сделана попытка подать масштабы этой трагедии в границах всей Беларуси, а также четко ответить на вопрос: что же такое геноцид. Во втором блоке все ограничилось территориями Мирского и Кореличского районов, которые на тот момент входили в состав Барановичской области. В этих двух районах было сожжено 38 деревень, 12 из них полностью. Так, в деревне Еремичи было расстреляно 79 мирных жителей, сожжено 60 домов; в деревне Новое Село в огне уничтожен 241 мирный житель, сожжено 95 домов. В третьем блоке выставки преимущественно акцент был сделан на местечко Мир и тех памятных знаках, которые установлены на территории поселка и в его окрестностях. Во время Великой Отечественной войны в населенном пункте Мир было уничтожено более 2900 человек, в основном это местные жители еврейской национальности.

Расследование уголовного дела о геноциде советских граждан, белорусов, лиц иных национальностей и этнической принадлежности, находившихся на территории БССР в годы Великой Отечественной войны, является данью памяти погибшим [5].

Таким образом, огромное количество выставок ежегодно посвящается важному государственному празднику в Республике Беларусь – Дню Победы. Эти выставки разные по содержанию и способам представления исторического прошлого, их организаторы используют различные формы

и методы для более эффективного воздействия на посетителя. Благодаря этому ни одно поколение не остается в стороне от трагической темы войны. Выставки, акции и выставочные проекты проводятся в музеях, галереях, библиотеках, учебных заведениях. Для вовлечения как можно больших слоев населения в военно-историческую проблематику используются и привычные формы, и совершенно новые. Объединяющим началом в выставочной деятельности в изученном направлении остается напоминание о героизме жителей Беларуси в годы Великой Отечественной войны и призыв к миру.

Список использованных источников

1. Акуневич, О. И. Выставочная деятельность как важное средство музейной коммуникации / О. И. Акуневич // Современные проблемы развития художественного образования и визуальных искусств (к 100-летию Витебского народного художественного училища): материалы междунар. науч.-практ. конф., Витебск, 20-21 декабря 2018 г. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2018. – 4 с.
2. Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.warmuseum.by/>. – Дата доступа: 29.03.2024.
3. Национальная библиотека Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nlb.by/>. – Дата доступа: 02.04.2024.
4. Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bsuir.by/>. – Дата доступа: 02.04.2024.
5. Мирский замок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mirzamak.by/>. – Дата доступа: 02.04.2024

УДК 51

МАТЕМАТИКА КАК ПОЗНАНИЕ МИРА

Е.В. Демьянец

Научный руководитель – **О.В. Крутько**, преподаватель

**Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
филиал "Минский радиотехнический колледж"**

Математика считается одним из самых древних наук, которая занимается изучением свойств чисел, пространства, структуры, изменений и паттернов. С течением времени эта наука претерпела значительные изменения и развивалась в различных направлениях. В настоящее время математика является ключевым инструментом во многих областях, включая физику, экономику, информатику и технику. [1]

Математика и физика тесно связаны друг с другом. Математика используется для описания и объяснения физических явлений, разработки физических моделей и предсказания результатов экспериментов. Многие фундаментальные законы физики, такие как законы Ньютона, законы сохранения энергии и импульса, формулируются с использованием математических концепций. Без математики невозможно было бы построить теорию относительности или квантовую механику.

Математика также играет важную роль в химии. Она используется для описания химических реакций, расчета химических свойств веществ и прогнозирования результатов химических экспериментов. Математические методы позволяют оптимизировать химические процессы, разрабатывать новые материалы и молекулярные соединения, а также исследовать структуру и свойства химических соединений. [8]

Математика используется в географии при: вычислении количества жителей населённых пунктов (например, Москва – 10,5 млн. человек), определении масштаба (масштаб карты – 1:10.000.000), вычислении плотности населения (средняя плотность населения в Европе – 65,4 чел на 1 кв.км), измерении высоты гор (высота г. Эльбрус – 5642 м), при нахождении географического объекта при помощи широты и долготы (например, координаты Москвы - 55°45' сш, 37°37' вд). Также математика используется в географии при других вычислениях и находениях. Если бы математика тесно не сотрудничала с географией, география вообще как наука не смогла бы развиваться. Доказательствами к этому являются такие факты: многие географические термины позаимствованы из математики. В географии используются простейшие основы математики. Все законы

физики и химии сформировались в какой-то мере благодаря математике, а химические и физические законы помогают географии развиваться и занимать своё место в науках. [2]

В биологии математика применяется для моделирования биологических систем, анализа генетических данных, изучения популяционной динамики, прогнозирования эволюционных процессов и многих других задач. Математические методы помогают понять сложные взаимодействия внутри организмов, между организмами и окружающей средой, а также разрабатывать методы диагностики и лечения болезней. [10]

Математические методы используются для прогнозирования экономического роста, оценки рисков, определения оптимальных стратегий инвестирования и многих других задач.

Математические методы позволяют инженерам и архитекторам создавать современные и эффективные технологии и строения. К таким задачам, имеющим строго прикладной характер, можно отнести следующие варианты:

1. Построение прямого угла.

2. Определение площади нестандартной фигуры. Просчитать потребность в расходном материале для такой площади очень сложно. Однако, используя принцип деления сложной геометрической фигуры на несколько простых, можно быстро добиться нужных результатов. Для этого достаточно вычислить площадь простой геометрической фигуры, а затем добавить или отнять от нее площадь другой фигуры, которая исказила стандартные формы. Исходя из этих простых примеров, можно с уверенностью утверждать, что именно математика является «царицей наук». [9]

Математика также имеет важное значение в медицине. Она используется для моделирования биологических процессов в организме, анализа медицинских данных, прогнозирования распространения заболеваний, оптимизации методов диагностики и лечения и многих других задач. Математические методы позволяют врачам и исследователям понимать механизмы возникновения болезней, искать новые методы лечения и разрабатывать инновационные медицинские технологии. [1]

Шахматы. Ни для кого не секрет, что у математики и шахмат много родственного. Выдающийся математик Г.Харди, проведя параллель между этими двумя видами человеческой деятельности, заметил, что решение проблем шахматной игры есть не что иное, как математическое управление, а игра в шахматы – это как бы «насытивание математических мелодий». Довольно близки формы мышления математика и шахматиста.

Теннис. Теннисистам и любителям этого вида спорта известна своеобразная арифметика тенниса – подсчет очков, в котором присутствует аппарат математики. Разнообразие ударов, по направлению, силе, дальности, высоте полета, вращений с той или иной скоростью вокруг осей различной ориентации и т.д., все это сегодня подвергаются компьютерному исследованию. Ни кто иной, как математик строит математическую модель игры в теннис, изучение которой позволяет ответить на многие вопросы, касающиеся структуры теннисного матча.

Спортивное питание. Спортивному судейству в последние годы помогает математическая статистика. Этот раздел математики используется для прогнозирования спортивных результатов отдельных спортсменов и их рекордных достижений на основе результатов, показанных ими в процессе подготовки.

Другой сферой применения математики в спорте, является решение задач о пищевом рационе спортсменов различных видов спорта: количество потребления тем или иным спортсменом в сутки белков, жиров, углеводов, витаминов и т.д. Конечно, здесь не обойдется и без рекомендаций врачей, тренеров и т.д. Задача об оптимальном пищевом рационе спортсмена – это типичная задача математического программирования.

Таким образом, математика является фундаментальной наукой, которая тесно связана с различными областями знания и играет важную роль в их развитии и прогрессе. Без математики невозможно было бы построить сложные физические модели, провести глубокий анализ данных, принять обоснованные экономические решения, создать новые технологии и решить многие другие задачи, стоящие перед современным обществом. [4]

Список использованных источников

1. Дорофеева, А.В. Высшая математика для гуманитарных направлений. Сборник задач: Учебно-практическое пособие / А.В. Дорофеева. – М.: Юрайт, 2016. – 175 с.

2. Дорофеева, А.В. Высшая математика для гуманитарных направлений: Учебник для бакалавров / А.В. Дорофеева. – М.: Юрайт, 2016. – 400 с.
3. Ильин, В.А. Высшая математика: Учебник / В.А. Ильин, А.В. Куркина. – М.: Проспект, 2017. – 608 с.
4. Ключин, В.Л. Высшая математика для экономистов: задачи, тесты, упражнения: Учебное пособие для бакалавров / В.Л. Ключин. – М.: Юрайт, 2016. – 165 с.
5. Ключин, В.Л. Высшая математика для экономистов: Учебник для бакалавров / В.Л. Ключин. – М.: Юрайт, 2016. – 447 с.
6. Краснов, М.Л. Вся высшая математика. Т. 5. Теория вероятностей. Математическая статистика. Теория игр: Учебник / М.Л. Краснов, А.И. Киселев, Г.И. Макаренко [и др.]. – М.: ЛКИ, 2016. – 296 с.
7. Крицков, Л.В. Высшая математика в вопросах и ответах: Учебное пособие / Л.В. Крицков; Под ред. В.А. Ильин. – М.: Проспект, 2017. – 176 с.
8. Куликова, Е.В. Высшая математика для горных вузов. Т. 1. Аналитическая геометрия и элементы линейной алгебры: Учебное пособие для вузов / Е.В. Куликова. – М.: Горная книга, 2018. – 512 с.
9. Лурье, И.Г. Высшая математика: Практикум / И.Г. Лурье, Т.П. Фунтикова. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 160 с.

УДК 94(476) «1941/1945»

НОВАЦИИ В ПЛАНИРОВАНИИ И ПРОВЕДЕНИИ ОПЕРАЦИИ «БАГРАТИОН»

М.Е. Еленский, 10 «Б» класс

Научный руководитель – **П.Д. Романов**, учитель географии, истории высшей категории

Лицей УО “Полесский государственный университет”

ilenska@list.ru, romanow.pyotr@yandex.by

Наступательная операция «Багратион» – уникальная военная разработка, как по замыслу, так и по его исполнению. Разгром немецко-фашистских войск в Беларуси вошел в историю как одна из важнейших битв Великой Отечественной и Второй мировой войн. Поражение гитлеровцев в Беларуси многие историки оценивают как катастрофу вермахта, а некоторые – как окончательное поражение Германии. 1-й Прибалтийский, 1-й, 2-й и 3-й Белорусские фронты в период с 23 июня по 29 августа 1944 года, развернув наступление в полосе шириной до 1100 км и на глубину до 600 км, завершили полное освобождение БССР, освободили большую часть Литвы, части Латвии и Украины, восстановили государственную границу СССР на протяженности 400 км, перенесли боевые действия на территорию Польши и вышли к границам Восточной Пруссии. Они разгромили одну из наиболее мощных группировок врага на советско-германском фронте – группу армий «Центр», уничтожив при этом 17 дивизий и три бригады. Еще 50 дивизий противника потеряли более половины своего состава. Потери вермахта на белорусской земле составили свыше 381 тыс. убитыми, в плен по разным оценкам попали от 158 до 200 тыс. немецких солдат и офицеров [1, с. 479].

Ошеломляющим успехам Красной Армии способствовали новации, которые были использованы в ходе разработки и проведения операции «Багратион»:

1. Длительная и тщательная подготовка операции, проведенная Ставкой и Генеральным штабом в тесном содружестве с командованием фронтов и их штабами. Раньше подобную роскошь неспешной по меркам военного времени разработки операции советское командование просто не могло себе позволить. События 1941–1943 гг. не давали ни малейшей передышки, необходимо было в авральном режиме решать экстренные вопросы защиты важнейших центров и регионов Советского Союза, укрепления линии фронта и сбрасывания удушающих «удавок» вермахта. В период невиданно размеренной работы по планированию операции фактор времени играл на руку Генеральному штабу: шел активный сбор разведывательных данных, тщательный анализ информации о противнике, изучение уже имевшегося опыта, концентрации ресурсов, изобретения новых приемов и комбинаций.

2. Включение уникального режима секретности и использования всех возможностей дезинформации противника обеспечили неожиданность наступления Красной Армии, что в значительной степени обусловило грандиозный успех операции «Багратион» в первые дни наступления. Впервые советское командование столь последовательно, организованно и даже педантично осуществляло работу по созданию ложных военных объектов, отвлечению внимания противника, максимально скрытной передислокации огромных военных ресурсов. Например, для сокрытия

мест базирования отделами аэродромного строительства создана сеть ложных военных аэродромов. На 12 таких объектах 16-й воздушной армии было поставлено 298 макетов самолетов, 85 муляжей автомашин и зенитных орудий, оборудовано свыше 150 различных ложных сооружений. В результате авиация противника бомбардировала отлично замаскированные действующие аэродромы только 3 раза (при этом был потерян один самолет), а ложные – 128 раз [2, с. 335]. Части сосредоточивались и перегруппировывались ночью, а днем от фронта в тыл шли железнодорожные эшелоны с макетами танков и орудий. В результате враг был взят врасплох, за первые 6 дней операции «Багратион» оборона группы армий «Центр» была разбита на всех шести направлениях 520 км фронта. Советские войска, ломая сопротивление противника, продвинулись на запад на различных участках от 80 до 150 км.

3. С мощным ударом советских войск слился удар белорусских партизан. Ни в одной другой операции Второй мировой войны не были в такой высокой степени налажены связь и оперативное взаимодействие всех родов войск с партизанскими формированиями. В тылу группы армий «Центр» находились 150 партизанских бригад и 49 отдельно действующих отрядов, в общей сложности более 140 тысяч белорусских партизан, имевших богатый боевой опыт, двухстороннюю радиосвязь и центральное руководство. Свыше 250 тысяч человек числились в составе скрытых партизанских резервов [3, с. 132]. За три дня до начала операции «Багратион» белорусскими партизанами было подорвано 61 тыс. железнодорожных рельс, взорвано 8 железнодорожных мостов. Партизаны сообщали ценнейшие разведанные, наносили встречные удары по подразделениям вермахта, ломали планы противника по организованному отступлению, занимали и удерживали переправы, мосты, дороги и города. Ни в одной другой военной операции взаимодействие вооруженных сил с партизанскими формированиями не было столь многомерным, масштабным и эффективным.

4. Впервые в истории Великой Отечественной войны сражение было разыграно на специально подготовленном макете местности. Единственный раз за всю войну войска, которые должны были участвовать в прорыве обороны, отводились в тыл и с ними проводились тактические специальные учения. Ни в одной другой советской операции не было столь скрупулезной и длительной подготовки подразделений с использованием специальных полигонов, воспроизводящих немецкую оборону на участках прорыва, что дало на выходе автоматизм и слаженность действий бойцов в реальном бою. В свою очередь это дало возможность придумать и подготовить некоторые приспособления, которые успешно применялись при наступлении. Например, на 2-м Белорусском фронте из реактивного снаряда М-13 была сконструирована так называемая летающая торпеда.

5. Именно в ходе операции «Багратион» впервые в практике боевых действий Красной Армии были использованы принцип непрерывного и тесного взаимодействия авиации с сухопутными войсками, массированное применение авиационных соединений и новый метод артиллерийской поддержки пехоты и танков – двойной огневой вал. В ходе операции «Багратион» были уставлены своего рода рекорды. В районе Бобруйска в воздух поднялись 400 советских бомбардировщиков и штурмовиков под прикрытием 126 истребителей. Массированный налет по укреплениям противника продолжался полтора часа. Это был самый концентрированный и мощный авиаудар в практике вооруженных сил Советского Союза. Интересные новации были использованы войсками 1-го Белорусского фронта. В ходе наступления под Рогачёвом впервые были использованы танки Т-34 с прицепным тралом ПТ-31 для разминирования полей, что позволило создать широкие коридоры для тяжелой бронетехники.

6. Впервые в военной практике были использованы приемы, позволившие в сжатые сроки преодолеть заболоченную местность, причем масштабная передислокация войск по территории Полесья включала беспрецедентную переброску танков и другой тяжелой техники через территории, имевшие репутацию природной непреодолимой преграды. Танковый корпус под командованием генерал-лейтенанта Михаила Панова двигался через болото Бридский Мох по специально наведенным гатям, которые прокладывали инженерные войска, скрепляя бревна железными скобами.

В ходе планирования и проведения операции «Багратион» был в полной мере раскрыт потенциал военного мышления и профессионализма генералитета, командного состава и бойцов Красной Армии. Эта операция внесла особый вклад в развитие стратегии, оперативного искусства и тактики, она навсегда вошла в историю, став настоящим шедевром военного искусства.

Список использованных источников

1. Долготович, Б.Д. Освобождение Беларуси / Б.Д. Долготович // Беларусь. 1941–1945: Подвиг. Трагедия. Память. В 2 кн. Кн. 1 / Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т истории; редкол.: А.А. Коваленя (пред.) [и др.]. – Минск: Беларус. навука, 2010. – С. 466–479.
2. Панкратов, Н.Ю., Рахманов, А.В. Авиация Красной Армии в операции «Багратион» / Н.Ю. Панкратов, А.В. Рахманов // Беларусь: памятное лето 1944 года: материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 70-летию освобождения от нем.-фашист. захватчиков (Минск, 19–20 июня 2014 г.) / Нац. акад. наук Беларуси, Мин-во обороны Респ. Беларусь; редкол.: А.А. Коваленя [и др.]. – Минск: Беларуская навука, 2015. – С. 333–338.
3. Литвин, А.М. Вклад белорусских партизан и подпольщиков в достижение Победы / А.М. Литвин // Вклад белорусского народа в Победу в Великой Отечественной войне / А.М. Литвин [и др.]; редкол.: А.А. Коваленя [гл.ред.]. – Минск: Беларуская навука, 2016. – С. 84–144.

УДК 8

ЛІЧБАВЫ АРХІЎ ДАСЛЕДЧЫКА ХХІ СТАГОДДЗЯ

В.Ю. Лесюк. Ф.І. Рацык

ДУА “Дастоеўская сярэдня школа імя Ф. М. Дастаеўскага”

Ўжо некалькі гадоў займаючыся ў этнаграфічным гуртку, заўсёды на занятках праглядаем этнаграфічныя фільмы і праслухванне аўдыёзапісаў носьбітаў традыцыі. Нас зацікавіла, як адбываецца працэс запісу выканаўцаў і што адбываецца далей з гэтымі матэрыяламі. Вывучаючы этнаграфію Заходняга Палесся – мы прыйшлі да высновы, што гэта адзін з рэгіёнаў Беларусі, дзе «жывая фальклорная памяць» народа жыве дагэтуль; а скарбы народнай культуры перадаюцца паміж пакаленнямі вусным шляхам, без пісьмовай фіксацыі і развучвання па пісьмовых крыніцах, на чым асабліва трэба засяродзіць увагу даследчыкам у ХХІ стагоддзі.

Мэта даследавання: выяўленне актуальных праблем пераймання і захавання элементаў традыцыйнай культуры шляхам дэманстратыўнай антрапатэхнікі з дапамогай лічбавых архіваў ў сучасным грамадстве.

Мэта дасягаецца вырашэннем наступных задач:

- апісаць спосабы захавання аўдыёвізуальных дадзеных этнаграфічных даследаванняў і далейшае іх выкарыстанне;
- высветліць магчымыя праблемы доступу да лічбавых архіваў;
- вызначыць найбольш аптымальныя магчымыя шляхі пераймання зафіксаваных этнаграфічных дадзеных метадам дэманстратыўнай антрапатэхнікі.

Аб’ект даследавання: матэрыялы этнаграфічных даследаванняў, іх захаванне, ахова і даступнасць для сучаснага даследчыка.

Прадмет даследавання: праблема захавання і пераймання элементаў традыцыйнай культуры ў сучасным грамадстве метадамі дэманстратыўнай антрапатэхнікі з дапамогай сучасных лічбавых тэхналогій.

Палявая работа сённяшняга этнографа даволі моцна адрозніваецца ад той, якую рабілі яго калягі яшчэ не так даўно. Купіў новы смартфон — самы час заняцца аўдыёвізуальнай антрапалогіяй! Цяпер у этнаграфічных экспедыцыях у вялікай колькасці збіраюцца лічбавыя фота і відэа матэрыялы. Лічбавыя фотаматэрыялы маюць вялікія перавагі ў параўнанні з аналагавымі. Тут няма абмежавання ў фотакадрах і колькасці фотастужак. На вонкавых вінчэстарах можна захаваць практычна любую колькасць фотакадраў і відэазапісаў. Мінулае дзесяцігоддзе спрасціла магчымасць размяшчаць і абменьвацца файламі праз віртуальныя сховішчы і стварэнне электронных баз дадзеных і медыятэк.

Сучасны даследчык-этнограф, мае наагул больш магчымасцей па зборы фіксацыі і захаванні элементаў традыцыйнай культуры ў параўнанні з мінулым ХХ стагоддзем, але пры адсутнасці ў жывым бытаванні нейкай этнаграфічнай з’явы на дапамогу прыходзіць алічбоўка архіўных матэрыялаў па даследуемай тэме. Напрыклад, у 2014 годзе ўдалося знайсці і алічбаваць фільм з іграй беларускіх дудароў, які быў створаны ў 1939 годзе, які дазволіў даследчыкам больш дэталёва пазнаеміцца з традыцыйным выканальніцтвам на дудзе.

Музыкі з Іванаўскага раёна неаднаразова прыцягвалі ўвагу даследчыкаў традыцыйнага мастацтва. Так у 2018 годзе была алічбавана магнітафонная стужка з архіва Іны Дзмітрыеўны Назінай і выпушчаны якасны электронны альбом, ў якім можна паслухаць анлайн запісы скрыпача з вёскі Гаравата Прыбышчука Віктара Калістратавіча. Такім чынам, апублікаваныя аўдыязапісы самабытных музыкаў з'яўляюцца аднымі з лепшых па якасці гуку, даюць выразнае ўяўленне пра традыцыйную манеру грання і з'яўляюцца важнай крыніцай для яе аднаўлення.

Вялікую увагу захаванню нематэрыяльнай культурнай спадчыны надае міжнародная арганізацыя ЮНЕСКА. Для ўключэння ў Беларускі рэспубліканскі Нацыянальны інвентар ведаў, традыцый і практык неабходна атрымаць пісьмовую згоду носьбіта традыцыі, якая змяшчае персанальныя звесткі носьбіта і яго добраахвотнае жаданне прымаць удзел у мерапрыемствах па іх захаванні. Актуальнае пытанне пра папярэднюю згоду носьбітаў, нематэрыяльнай культурнай спадчыны і фальклору дазваляе ў будучым абавірацца на атрыманыя запісы пры выкарыстанні іх у навуковых даследаваннях і публікацыях.

У Беларусі адной з акрэдытаваных ЮНЕСКА арганізацый, якая ажыццяўляе увесь цыкл этнаграфічных даследаванняў з'яўляецца Студэнцкае этнаграфічнае таварыства. Адзін з важных кірункаў дзейнасці Таварыства - выданне сабраных матэрыялаў. І найперш - электронных спеўных складанак па выніках экспедыцый. Сюды трапляюць самыя цікавыя палявыя запісы, спевы і распевы.

Анлайн-медыятэка утрымлівае апублікаваныя матэрыялы па этнаграфіі (аўдыё, відэа, кнігі, прэса і г.д.) па рэгіёнах, тэмах, персаналіях, калектывах і г.д. На публічным сайце даступныя пошук, каталогі і апісанні публікацый. Напрыклад, ў Медыятэцы #ЭТНАЎСЁ размешчаны матэрыялы, запісаныя на тэрыторыі Брэсцкай вобласці падчас экспедыцыі Студэнцкага таварыства у Ганцавіцкі, Кобрынскі і Пружанскі раён у 2015 і 2016 годзе. Яшчэ адзін з самых даступных спосабаў публікацыі з'яўляецца Youtube канал. Адзін з такіх каналаў, на якім размешчаны матэрыялы запісаныя у экспедыцыях на Брэсцкім і Гомельскім Палессі, належыць беларускай даследчыцы Ірыне Васільеўне Мазюк.

Асаблівую увагу трэба выдзеліць каналам беларускага тэлебачання, якія таксама выкладваюць ва усеагульны доступ цэлыя цыклы перадач. Тэлеканал "Беларусь 3", ў сетцы свайго вяшчання мае даволі цікавыя многасерыйныя перадачы, такія як "Беларуская кухня", "Наперад у мінулае", "Жывая спадчына", ў змесце якіх асвятляецца вялікая колькасць аб'ектаў традыцыйнай культуры і практык.

Асобна трэба спыніцца на запісах якія былі зроблены на тэрыторыі нашага Іванаўскага раёна. На працягу другой паловы ХХ стагоддзя Лабараторыя фальклору Філалагічнага факультэта БДУ праводзіла даследаванні ў нашым раёне і з 2019 года Электронная бібліятэка БДУ утрымлівае алічбаваныя копіі этнаграфічных матэрыялаў сабранымі ў розны час. Так па запысе "Іванаўскі раён" было атрымана 195 прывязаных па лакалізацыі спасылак на запісы народных песен з розных вёсак нашага раёна.

Такім чынам можна зрабіць выснову, што матэрыялы этнаграфічных даследаванняў, якія выконваліся на тэрыторыі Іванаўскага раёна, алічбаваныя і апублікаваныя зацікаўленымі ў гэтым асобамі, але пакуль недаступныя для шырокага ужытку і пераймання.

Па выніках даследавання можна зрабіць наступныя вывады.

1. Сярод актуальных праблем пераймання і захавання элементаў традыцыйнай культуры і фальклору ў сучаснасці можна акрэсліць:

- недасканалае заканадаўства па абароне аўтарскіх правоў і інтэлектуальнай уласнасці на аб'екты нематэрыяльнай культуры і фальклору;
- адсутнасць аператыўнага доступу да аналагавых архіваў, якія захоўваюць запісы носьбітаў традыцыйнай культуры.

2. Выкарыстанне сучасных спосабаў фіксацыі матэрыялаў аўдыявізуальнага характару і алічбоўкі аналагавых архіваў дазваляе больш поўна і грунтоўна адлюстраваць іх ў навуковых даследаваннях. Дзякуючы фальклорнаму руху у наш час сталі запатрабаванымі і папулярнымі этнаграфічныя лічбавыя архівы ў асяродку зацікаўленых народным мастацтвам жыхароў Беларусі.

3. Магчымыя сёння шляхі пераймання традыцыйных практык і ведаў метадам дэманстратыўнай антрапатэхнікі павінны апеліраваць да вывучэння аўдыя- і відэазапісаў з архіваў спецыялістаў і

дзяржаўных устаноў, што, пры правільным падыходзе і падтрымцы здольна даць плённы вынік у будучым.

Спіс літаратуры

1. Станіслаў Чавус БЕЛАРУСКАЯ ДУДА Ў АЎДЫЯВІЗУАЛЬНЫХ КРЫНІЦАХ 1939 ГОДА. НОВЫЯ ЗВЕСТКІ [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://repository.buk.by/123456789/18417/>. Дата доступу: 01.02.2024.
2. Віктар Прыбышчук: скрыповыя найгрышы [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://set.ethno.by/?p=6249>. – Дата доступу: 01.02.2024.
3. Медыятэка Ірыны Мазюк [Электронны рэсурс] – Рэжым доступу: <https://www.youtube.com/@iryna-maziuk> – Дата доступу: 01.02.2024.
4. Перадача “Жывая спадчына”. Беларусь 3 [Электронны рэсурс] – Рэжым доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=8P-IAI1BapGU&list=PLmGv3zlr0LKDUx9OalUzxOc5TdWsZ5sT2> – Дата доступу: 01.02.2024.
5. Медыятэка Этнаўсё. Іванаўскі раён [Электронны рэсурс] Рэжым доступу: <https://ethnoby.org/lakatsyi/564584417> – Дата доступу: 01.02.2024.
6. Katkawiec Miłaj. Tyszkowicze rejon iwanowski, obwód brzeski BY [Электронны рэсурс] – Рэжым доступу: <http://www.muzykapolesia.net/muzyka/508.html>
7. Эталонны фольклорыстычны мультимедыйны банк [Электронны рэсурс] Рэжым доступу: <https://www.elib.bsu.by/handle/123456789/121899> – Дата доступу: 01.02.2024.

УДК 94(476)

ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОЕ ВОСПИТАНИЕ: СЛЕТЫ БЕЛОРУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ МОЛОДЕЖИ В ПИНСКОЙ ЕПАРХИИ

А.Ю. Микша, 1 курс

Научный руководитель – И.Э. Еленская, к.ист.н., доцент

Полесский государственный университет

В условиях глобализации современного мира и размывания национальной идентичности особое значение приобретает гармоничное духовно-нравственное воспитание белорусской молодежи, формирование личности гражданина, приверженности национальным, религиозным и культурным традициям, семейным ценностям и уважения к истории своей страны и народа. В ст. 54 Конституции Республики Беларусь закреплена обязанность гражданина беречь историко-культурное и духовное наследие, сохранять историческую память о героическом прошлом белорусского народа, быть патриотом [1, с. 17].

Русская Православная Церковь в Республике Беларусь играет важнейшую роль в воспитании молодежи и формировании духовно-нравственной составляющей в становлении и развитии личности. Сегодня используются новые активные формы приобщения молодежи к православным традициям.

С 19 по 22 июля 2018 г. в городе Пинске, при храме Благоверных князей Петра и Февронии прошел слет белорусской православной молодежи, в котором приняли участие 150 юных верующих из разных уголков страны. Слет проводился в двух городах Брестской области. Первым участников слёта встречал самый южный город Пинской епархии – Столин. Настоятелем церкви в честь преподобного Серафима Саровского и руководителем молодежного отдела Пинской епархии иереем Александром Сыцевичем был отслужен молебен на начало доброго дела. Программа первого дня слета включала прогулку по старинному парку «Маньковичи» и неформальное общение с песнями у костра. Второй день был насыщен увлекательными лекциями и беседами, досуговая часть программы была связана с посещением спортивного комплекса «Акварин». На следующий день участники слета прибыли в Пинск и расположились в палаточном городке в сосновом бору на территории прихода святых Петра и Февронии. Здесь молодые люди приняли участие в ночной Божественной литургии, которую провел протоиерей Иоанн Задорожин, председатель Синодального отдела по делам молодежи и директор Минского духовного училища. Многие участники слета были впервые в городе на Пине и с удовольствием знакомились с его достопримечательностями и историей, запечатленной в архитектуре и памятниках. Последний день слета пода-

рил молодежи новые впечатления, мастер-классы, музыкальный спектакль «Димон» и песни у костра. Слет запомнился участникам встречами и общением с протоиереем Александром Ильяшенко – настоятелем храма Всемилоственного Спаса г. Москвы, директором и председателем редакционного совета портала «Православие и мир»; московским священником отцом Артемием Владимировым – проповедником, духовником Алексеевского ставропигиального женского монастыря города Москвы, членом Союза писателей России; архиепископом Пинским и Лунинецким Стефаном [2].

В 2019 году слет православной молодежи в Пинской епархии прошёл с 24 по 28 июля. Участие в мероприятиях приняли 250 молодых людей из Беларуси и России. Маршрут остался прежним: Столин – Пинск, но состав участников изменился. Незабываемыми для молодежи стали встречи и беседы с библистом, богословом и публицистом, проповедником и миссионером Олегом Стеняевым и иеромонахом Макарием Маркишем, клириком Иваново-Вознесенской епархии, писателем-миссионером, основателем проекта «Батюшка онлайн», патриаршим экзархом всея Беларуси митрополитом Минским и Заславским Павлом. Итоги слета подвел заключительный концерт, где представители епархий показали свои таланты.

20–24 июля 2022 года прошел первый приходской молодежный слет храма Петра и Февронии города Пинска. Каждый день участники слёта начинали с утреннего богослужения и заканчивали вечерними молитвами. Программа слета была насыщена разнообразными полезными и интересными занятиями. Ребята убирали прихрамовую территорию и кладбище, где участвовали в реставрации заброшенных могил детей-сирот, много общались между собой и с духовными лицами, особенно запомнилась встреча с епископом Пинским и Лунинецким Георгием. Положительные эмоции у участников остались от поездки за город на конную ферму, похода в лес, где был проведен конкурс на лучший шалаш, купания в бассейне, вечерних просмотров кинофильмов, после которых проходило обсуждение увиденного [3].

Иереем Александром Сыцевичем было принято решение устроить подобный приходской молодежный слет летом 2023 года с 29 июля по 7 августа. Этот слет был в несколько раз насыщеннее прошлого. У ребят было больше занятий и дел, которые требовали качественной и сплоченной подготовки. Слет начался с Крестного хода в честь Дня Крещения Руси и памяти равноапостольного великого князя Владимира. Ежедневно ребята несли послушание чтецов и певчих, каждый причастился Святых Христовых Тайн. Все трудились, благоустраивали прихрамовую территорию, помогали готовить, собирали мусор в лесу, вновь посетили кладбища детей-сирот где привели в порядок заброшенные могилы и убрали часовню. В первый день, по традиции, слет посетил Преосвященнейший Георгий, епископ Пинский и Лунинецкий. На слёт был приглашён иерей Роман Артёмов, клирик Свято-Духова кафедрального собора города Минска, духовник Республиканского клинического центра паллиативной помощи детям, Белорусского детского хосписа, координатор духовной помощи в РНПЦ детской онкологии, иммунологии, гематологии с лекцией «Искусственный интеллект». Ежедневно для подростков устраивали различные квесты, спортивные эстафеты, конкурсы, мастер-классы по рисованию, интеллектуальные состязания и игры. В конце слета участники собственными силами подготовили концерт для родителей, в котором продемонстрировали свои творческие таланты [4].

В нашей жизни важно развиваться не только духовно, но и физически. Здоровье – это условие и залог полноценной счастливой жизни. В феврале 2024 года прошёл уже X съезд православной молодёжи «За здоровый образ жизни». Первые восемь съездов проходили в городе Столине, после чего местом проведения съезда стал г. Пинск. В этом мероприятии принимают участие подростки в возрасте старше 14 лет из разных приходов Пинской епархии. На X съезд православной молодёжи «За здоровый образ жизни» были приглашены 10 команд (Барановичское, Ганцевичское, Ляховичское, Ивановское, Ивацевичское, Лунинецкое, Пинское, Столинское, Давид-Городокское Благочиния и команда военно-патриотического класса гимназии № 2 г. Пинска). В спортивном комплексе «Волна» в рамках съезда прошли матчи по мини-футболу, настольному теннису, настольному футболу, спортивные эстафеты. Победители состязаний получили награды и подарки [5].

Православная церковь воспитывает молодых людей в вере и добрых многовековых традициях, поддерживает институт семьи, называя семью «малой церковью». Белорусская православная церковь играет важную роль в формировании гражданской и национальной идентичности, уважения к истории и культуре своей страны. Участие молодежи в благотворительных акциях, работе по уxo-

ду за могилами и местами захоронения защитников Отечества, походы по маршрутам, связанным с православными святынями и храмами – всё это позволяет прикоснуться к истории и культуре родного края, развивать нравственные качества и формировать патриотическую позицию молодых людей.

Список использованных источников

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г., 17 октября 2004 г. и 27 февраля 2022 г.). – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2022. – 80 с.
2. Завершился летний слет молодежи Белорусской Православной Церкви [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravminsk.by/news/zavershilsja-letnij-slet-molodezhi-belorusskoj-pravoslavnoj-cerkvi> – Дата доступа: 01.03.2024.
3. Один день из жизни нашего приходского молодежного слёта. Июль 2022 г. [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=yIM4E1UHeU> – Дата доступа: 04.02.2024.
4. Молодёжный приходской слёт . Крестный ход. 2023 г. [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=MZkfoVWEehM&list=TLPQMjIwMjIwMjRj-kScopQdDg&index=313/7:12> – Дата доступа: 04.04.2024.
5. X съезд «Православная молодежь за здоровый образ жизни» 2024 г. Пинск [электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=Lv_waPTknk – Дата доступа: 01.03.2024.

УДК 342.53

ВСЕБЕЛОРУССКОЕ НАРОДНОЕ СОБРАНИЕ КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.С. Михалевич, 1 курс

Научный руководитель – **В.А. Евстафьев**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В Республике Беларусь последовательно развивается процесс укрепления оснований народо-властия в системе государственного и общественного управления. Одним из значимых действий по совершенствованию белорусской политической системы выступает создание института Всебелорусского народного собрания (далее – ВНС). Данный политический институт сформирован еще в 1996 году для обеспечения политической стабильности и суверенитета страны. В период создания ВНС в целях преодоления имевшегося тогда политического кризиса была сформулирована базовая идея социально-экономического развития, объединившая в своем содержании представления о достоинствах рыночного типа экономического хозяйствования с обеспечением принципов социальной справедливости посредством функционирования эффективных механизмов социальной поддержки граждан.

Одним из наиболее значимых аспектов реализации роли и значения Всебелорусского народного собрания как вновь созданного института политической системы страны выступает выявление его феноменальности в пространстве историко-политической традиции национально-государственного строительства.

По мнению ряда белорусских исследователей, Всебелорусское народное собрание стало современным воплощением идей народного вече в княжествах Древней Руси. Примером этого может выступать Полоцке княжество XI века, где на собраниях горожан из числа взрослых мужчин принимались важнейшие решения: избрание князя, объявление войны, начало мирных переговоров, заключение договоров с другими городами, распоряжение финансовыми и земельными ресурсами, назначение денежных сборов и др. [1].

Наиболее значимыми актами общенародных институциональных действий первой половины XX века могут выступать Первый Всебелорусский съезд 1917 года, провозглашение 1 января 1919 г. Социалистической Советской Республики Белоруссии (в последующем - Белорусской Советской Социалистической Республики), Народное собрание Западной Беларуси 1939 года, предопределившей восстановление целостности исторических территорий белорусского народа.

В современной белорусской политологической литературе и политической публицистике на данном этапе обнаруживаются различные по своему содержанию суждения по отношению к мере исторической преемственности, выражаемой фактом создания ВНС в аспекте как национальной, так и зарубежной политической традиции.

Так, например, политолог Петр Петровский полагает, что, как и для большинства стран мира, для нас наша Конституция является главенствующим сводом правил и ценностей. Она учитывает мировой опыт и в то же время имеет ряд особенностей. Главная из них — Всебелорусское народное собрание, что было закреплено на референдуме 2022. ВНС хоть и по историческим меркам появилось недавно, но основывается на традициях нашего народовластия [2].

По мнению политолога Ю.Шевцова система проведения нашего Всебелорусского собрания чем-то напоминает Китайское национальное собрание, — Также отчасти она напоминает Съезд советов, который был в СССР [2].

Исследователь С.Клишевич придерживается позиции, которая заключается в том, что у нас в истории уже было – съезд КПСС. Он не подменял ни ЦК КПСС, ни министерства и правительство Советского Союза, ни другие общественные организации. Там собирались все, разные слои населения: простые люди, партийная номенклатура, ученые, культурные ребята. Они определяли стратегию развития страны на пятилетку [3].

Политолог Валерий Карбалевич полагает, что прямых аналогов нашего Всебелорусского народного собрания наверняка нет. Есть некие подобию, имитации. Например, в Туркменистане во времена Туркменбаши было что-то подобное. Что-то аналогичное было и при Фиделе Кастро на Кубе, и при Уго Чавесе в Венесуэле, и в Ливии при Каддафи. Но в таком чистом виде как у нас – когда происходит некая активность представителей трудовых коллективов – я таких аналогов не знаю [4].

Рассматривая приведенные примеры необходимо отметить, что упомянутые в них форумы обладали свойствами политической системности и обладали способностью обеспечивать значительный уровень представительства населения, как субъекта политического процесса на протяжении длительных исторических периодов.

Обращаясь к опыту партийных съездов в СССР необходимо ответить, что они представляли собой уникальный советский институт, штаб коллективного обсуждения и принятия управленческих решений. Партия, конечно, была организацией с жесткой внутренней иерархией, но коллективный механизм принятия решений был чрезвычайно важен.

Дискуссии на съездах партии выполняли разные функции. Во-первых, они были одной из форм подчинения партийных кадров иерархическому режиму власти. Во-вторых, формой внутрипартийного плебисцита по стратегическим вопросам. В-третьих, механизмом коммуникации с партийными кадрами: от того, как делегаты съездов понимали новую линию партии, зависела скорость, с которой бюрократическая машина успевала ее освоить, успех ее единовременного продвижения на местах [5].

В контексте соответствия ВНС международной политической традиции представляет определенный интерес опыт проведения съездов Китайской коммунистической партии (КПК). В партии состоит на настоящий момент около 83 миллионов человек. Структура руководящих партийных органов выглядит следующим образом: Общенациональный съезд (более двух тысяч делегатов), Центральный Комитет КПК (205 постоянных члена), Политическое бюро ЦК (25 членов), Постоянный комитет Политбюро ЦК (7 членов). Эти органы действуют на всех территориально-административных уровнях государства [6].

Приведенные примеры контрастируют по форме и содержанию с современными практиками государственного управления в странах т.н. буржуазной демократии, фактически исключая массовое участие граждан в процессах принятия политических решений на общестрановом и региональном уровнях.

Список использованных источников

1. Всебелорусское народное собрание – гарант политической стабильности и суверенитета [Электронный Ресурс]. – Режим Доступа: [Электронный Ресурс]. – Режим Доступа: https://minsk.gov.by/ru/actual/view/209/2024/inf_material_2024_04.shtml – Дата Доступа: 18.04.2024

2. В Беларуси накоплен уникальный опыт народовластия [Электронный Ресурс]. – Режим Доступа: <https://www.sb.by/articles/tsennosti-traditsii-spravedlivost.html> – Дата Доступа: 18.04.2024
3. «Китай – это другая традиция». Эксперты сравнили Съезд КПК И ВНС [Электронный Ресурс]. – Режим Доступа: <https://ctv.by/kitay-eto-drugaya-tradiciya-eksperty-sravnil-sezd-kpk-i-wns> – Дата Доступа: 17.04.2024
4. Съезд компартии, собрание в Китае или уникальное явление: спросили у политологов, есть ли аналоги всебелорусского народного собрания [Электронный Ресурс]. – Режим Доступа: <https://www.kp.ru/daily/27229/4355580/> – Дата Доступа: 17.04.2024
5. Генезис культурной политики и возникновение массовой культуры в СССР (1917-1953) [Электронный Ресурс]. – Режим Доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/genezis-kulturnoy-politiki-i-vozniknovenie-massovoy-kultury-v-sssr-1917-1953> – Дата Доступа: 18.04.2024
6. Роль коммунистической партии Китая в государственном управлении китайской народной республики /Вильданов Р.Р, Тулубаева А.А.// [Электронный Ресурс]. – Режим Доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kommunisticheskoy-partii-kitaya-v-gosudarstvennom-upravlenii-kitayskoy-narodnoy-respubliki> – Дата Доступа: 17.04.2024

УДК 314.151.5(476.7): 930

МЕРОПРИЯТИЯ ГЕРМАНСКИХ ОККУПАЦИОННЫХ ВЛАСТЕЙ ПО ВЕРБОВКЕ И ПРИНУДИТЕЛЬНОМУ УГОНУ НАСЕЛЕНИЯ ПИНЩИНЫ В ПЕРИОД ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

А.Л. Невар, 1 курс

Научный руководитель – **В.Л. Лозицкий**, к.пед.н., доцент
Полесский государственный университет

С началом оккупации территории Беларуси осенью 1941 года берет начало формирование режима управления и реализация политики геноцида в отношении населения захваченных земель. Ее осуществление происходило через конкретизацию положений генерального плана «Ост», который стал универсальным и основным документом для проведения экспансии нацистской Германии на Восток. В соответствии с Конвенцией о предупреждении преступления геноцида и наказании за него, принятой резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 9 декабря 1948 г. под геноцидом мы понимаем «действия, совершаемые с намерением уничтожить, полностью или частично, какую-либо национальную, этническую, расовую или религиозную группу как таковую» [1, с. 98]. Одним из признаков и проявлений осуществления политики стал насильственный угон населения на принудительные работы в Германию и ее страны-союзники в сочетании с проводимой идеологической обработкой жителей. Рассмотрим, как данное направление реализовывалось на территории Пинщины. В анализе нами учтено, что в начальный период войны под оккупацией на территории Беларуси оказалось около 8 млн жителей [1, с. 97], а численность населения на территории Пинска и Пинского района подлежит уточнению.

Уже 5 июля 1941 г. город был занят оккупантами [2, с. 495]. В соответствии с новым административно-территориальным делением южные районы Гомельской области, Брестская область, почти полностью Полесская и большинство районов Пинской области вместе с городами Мозырь, Пинск, Брест присоединялись к рейхскомиссариату «Украина» [3, с. 24]. Пинский край был включен в генеральный округ «Волынь-Подоллия» с центром в г. Луцк и получил статус округа. В Пинске как центре округа был создан гебитскомиссариат – властный орган гражданского управления во главе с гебитскомиссаром Паулем Герхардом Кляйном [4, с. 19]. Пинское городское управление – магистрат во главе с бургомистром С. Кириловым был создан 6 июля 1941 года [4, с. 19]. Параллельно с гражданской администрацией в городе действовал полицейский и военный аппарат управления. Таким образом, созданный руководящий механизм должен был осуществлять управление и контроль на подвластной территории и реализовывать мероприятия имперской политики.

Германское министерство труда, военно-экономические министерства заявляли о важности использования советской рабочей силы, получившей в документах обобщенное наименование «восточные рабочие» («остарбайтеры») [5; 6]. Генеральным уполномоченным по исполнению рабочей силы Фрицем Заукелем на оккупированную территорию были направлены вербовочные комиссии, состоявшие из чиновников рейхсминистерства по занятым восточным областям и пред-

ставителей соответствующей биржи труда, которые были наделены званием зондерфюреров войск, что обеспечивало слаженное взаимодействие с военными учреждениями. Вербовка на работу в Германию среди белорусского населения началась с декабря 1941 г. [5]. Нацисты вели агитацию, описывая «прекрасные» условия работы в Германии. Выпускалась плакатная продукция, листовки, агитационные фильмы, описывавшие преимущества работы на Рейх, организовывались фото-выставки. Населению показывалась кинохроника о жизни в Германии, осуществлялись радиовыступления пропагандистов. Молодежи предлагалась учеба на курсах шоферов, механиков, слесарей, токарей с последующим возвращением на родину. Немецкие пропагандисты считали, что эффективнее доходят до населения иллюстрированные плакаты, фотогазеты, а еще лучше – распространение слухов. Устная пропаганда рассматривалась в качестве наиболее пригодного метода. Как средство агитации использовались публикации писем людей, которые уже работали в Германии. Их авторами были работники отделов пропаганды или тех самых изданий, в которых они появлялись. Пропагандистская компания велась с размахом, но успехов не имела.

Рост потребности германской экономики в рабочей силе и, практически, отсутствие «добровольцев», обусловили применение методов принудительного насильственного угона населения в Германию и ее страны-союзницы. Принудительный вывоз работоспособного населения с территории Беларуси активизировался весной 1942 г. и продолжался вплоть до начала освобождения Беларуси в середине 1944 года. Согласно обвинительным актам Нюрнбергского процесса над нацистскими военными преступниками с территории Беларуси по уточненным данным было вывезено 377 776 человек [1, с. 98]. Людей насильно вывозили в товарных вагонах, по несколько дней они не получали пищи и воды. Захватом населения занимались армейские части, жандармерия, отряды СС и СД, полиция. Были случаи, когда войска вермахта и полиция окружали деревни и забирали все население, а при оказании сопротивления расстреливали. По свидетельствам бывших остарбайтеров задержанных отправляли в пересыльный лагерь, где осуществлялась их медицинский осмотр, полицейская проверка. После разделения по профессиям из остарбайтеров формировали рабочие колонны, их распределяли по железнодорожным составам, обеспечивали документами, а затем в товарных вагонах под вооруженной охраной доставляли в рейх, где в лагерных пунктах осуществлялось дальнейшее распределение.

На рубеже 1942-1943 гг. произошли кардинальные изменения на советско-германском фронте, на оккупированной территории Беларуси ширится подпольное и партизанское движение. В этом основная причина изменения тональности воззваний к населению. Когда в 1944 году военная инициатива окончательно перешла к советской стороне и до освобождения Беларуси оставались считанные месяцы, вывоз местного населения на принудительные работы не приостанавливался, а даже проводился в больших масштабах и скорейшими темпами. В связи с ростом отказывающихся от вербовки местных жителей немцы все чаще прибегали к насильственным методам и принудительному вывозу населения Беларуси на территорию Германии и стран-союзниц. В целом на практике проводилась и в широких масштабах использовалась комбинированная система из обещаний, социального давления и жесткого террора.

Отметим, что за годы Великой Отечественной войны по архивным данным в период с 22 июня 1941 по 14 июля 1944 годов в немецкую неволю было вывезено 6 тыс. 373 жителей города Пинска [8, с. 221]. Из них: мужчин – 2 тыс. 734; женщин – 3 тыс. 639. Из Пинского района – 4 тыс. 409 человек [там же]. Из них: мужчин – 1 тыс. 973; женщин – 2 тыс. 436 [там же]. При этом требует своего дальнейшего научного уточнения социальный состав вывезенного и привлекавшегося на принудительные работы в Германии населения. Данные цифры должны уточняться дальнейшими архивными исследованиями. Последняя дата вывоза жителей Пинщины оккупантами, как свидетельствуют опросные листы – 11 июля 1944 года, когда до освобождения города оставалось всего три дня [там же].

Научная актуальность проблемы, избранной для исследования, обусловлена тем, что вопросы осуществления политики геноцида на оккупированной территории Беларуси в период Великой Отечественной войны требуют своего дальнейшего изучения в условиях развития источниковой базы и законодательства в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Коваленя, А. А. Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны): учеб. пособие для 9 (11) кл. учреждений общ. Сред. Образования с рус. Яз. Обучения / А. А. Коваленя [и др.]; под ред. А. А. Ковалени. – Минск : Изд. Центр БГУ, 2022. – 246 с.
2. Беларусь у Вялікай Айчыннай вайне, 1941–1945 : энцыклапедыя / рэдкал. : І. П. Шамякін [і інш.]. – Мінск : Беларусь, 1990. – 680 с.
3. Нацистская политика геноцида и «выжженной земли» в Белоруссии (1941-1944 гг.) / редкол. В. Е. Лобанок [и др.]. – Минск : Беларусь, 1984. – 271 с.
4. Еленская, И. Э. Окупационный режим и преступления немецко- фашистских захватчиков на территории Пинска в 1941–1944 гг. / И. Э. Еленская // Пинску – 900 : материалы научно-практической конференции, посвященной 900-летию Пинска, Пинск, 13 июля 1994 г. / редкол. : В. Н. Курсов [и др.]. – Пинск, 1994. – С. 16–19.
5. Белорусские оstarбайтеры: историко-аналитическое исследование / Г. Д. Кнатько [и др.]; Нац. Архив Респ. Беларусь, Белорус. Респ. Фонд «Взаимопонимание и примирение». – Минск: Нац. Архив РБ, 2001. – 335 с.
6. Літвін, А. М. Латка з надпісам «Ост» : Успаміны оstarбайтэркі / А. М. Літвін // Славянскі свет. – 2003 – № 9 – С. 18–24.
7. Лозицкий, В. Л. Репатриация оstarбайтеров Пинщины после окончания Второй мировой войны / В. Л. Лозицкий, М. А. Шелест // Государства Центральной и Восточной Европы в исторической перспективе. Сб. науч. статей по материалам конференции; под ред. Р. Гагуа; редкол. : В. И. Дунай [и др.]. Пинск : Полес ГУ, 2022. С. 221–223.

УДК 341.655

О САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ ПО ОТНОШЕНИЮ К РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.А. Павлюковец

Научный руководитель – **В.А. Евстафьев**, старший преподаватель
Полесский государственный университет

На современном этапе развития международных отношений, одним из следствий конфликтов между странами и их блоками становится применение односторонних мер (санкций), а также возобновление торговых войн между ними.

Роль санкций в современных международных отношениях выходит за рамки собственно технических мер по принуждению одних государств к выполнению воли других. Санкции становятся индикатором соотношения сил между государствами, суверенитета государств и трансформации иерархии международных отношений, формируемой государствами. Санкции, налагаемые на государства и правительственных чиновников, становятся все более распространенными в современных международных отношениях. Это делается для того, чтобы "наказать" их за реальные или воображаемые нарушения или заставить их не делать этого в будущем.

В зависимости от характера нарушенных прав принято выделять такие юридические санкции, как уголовно-правовые, административно-правовые, имущественно-правовые, международно-правовые. По характеру последствий санкции правовых норм могут быть негативными или позитивными. Первые предполагают применение мер наказания, вторые – мер поощрения. Кроме того, санкции могут иметь экономическую природу или социальную.

В политологической литературе сформировались оценочные подходы, предполагающие выделение следующих видов санкций:

1) уголовно-правовые санкции – основными видами санкций в уголовном праве являются наказания за преступления, это может быть арест, лишение свободы, исправительные работы и штрафы;

2) административно-правовые санкции – к ним относятся предупреждения, штрафы, конфискация орудия совершения или предмета правонарушения, лишение специального права, предоставленного физическому лицу, административный арест;

3) международно-правовые санкции – это меры воздействия, применяемые в отношении государств, нарушивших нормы международного права. Наиболее распространены среди них санкции экономического характера. Индивидуальные международно-правовые санкции применяются в

форме реторсий (принудительные меры на недружественный акт), репрессалии (ограничение права государства в связи с нарушением), непризнания, разрыва дипломатических отношений. Коллективные санкции предполагают отказ в членстве в международной организации или его приостановление, коллективные вооруженные меры и т. п. [1]

Финансовые санкции предполагают введение ограничений в финансовой и торговой деятельности экономического агента. По своему охвату они могут блокировать любые виды таких операций с целыми странами, иметь секторальный характер, затрагивая отдельные отрасли экономики и группы лиц, или быть адресными, ограничивающими подобные операции с отдельными лицами и/или компаниями. В зависимости от отраслевой принадлежности они могут быть налоговыми, бюджетными, таможенными, валютными. Основными формами финансовых санкций являются штрафы, неустойки, пени, блокировки и приостановление операций. [1]

Первые санкции, введённые по отношению к Республике Беларусь, стали реакцией на проведённый в стране 1996 году всенародный референдум. В последующем, санкции приобрели циклический характер, с периодами с 1997 по 1999 год, с 2004 по 2008, с 2011 по 2015 и с 2020 по наши дни. До 2020 года санкции имели сугубо дипломатический окрас, заканчивались ограничениями на въезд на территорию стран ЕС должностных лиц Республики Беларусь и заморозкой активов. [2]

Впервые санкции в отношении Белоруссии были введены Евросоюзом 15 сентября 1997 года. Тогда ЕС официально ограничил формат своих отношений с Минском до уровня ниже министерского в связи с "нарушениями прав человека и нарушениями на выборах". Это стало реакцией на проведенный 24 ноября 1996 года в Белоруссии референдум, по результатам которого полномочия Президента страны А. Г. Лукашенко были продлены до 2001 года. Евросоюз приостановил процесс ратификации соглашения о партнерстве и сотрудничестве с Белоруссией, а также временного торгового соглашения от 1995 года. Тогда же был введен запрет на контакты на высшем и высоком уровнях. Санкции фактически заморозили основные направления сотрудничества между Брюсселем и Минском, за исключением проектов по ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС. [3]

Экономика Республики Беларусь была подвергнута санкциям с конца 1990-х, с 15 сентября 1997 года. В 2016 году с Беларусью Советом Европейского союза было снято большинство санкций в контексте улучшения отношений между Беларусью и странами ЕС. Однако с 2020 года были введены новые санкции, направленные на ограничение перелётов авиакомпании «Белавиа» в воздушном пространстве ЕС, полёты самолётов из стран ЕС над территорией Беларуси, санкции также ограничили ввоз в страны ЕС калийных и нефтяных продуктов из Беларуси, было введено эмбарго на поставку вооружений из ЕС. [2]

В последующем со стороны Евросоюза последовало установление ряда новых санкций: увеличение торговых ограничений на экспорт белорусских калийных удобрений, нефтепродуктов и других товаров; практически полный запрет на экспорт транспортных услуг; запрет на поставки в страну продукции и технологий двойного назначения; введение ограничений для финансового сектора (запрет на доступ ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Банк Дабрабыт», ОАО «АСБ Беларусбанк» к капиталу на финансовых рынках Евросоюза (запрещены любые виды предоставления средств на срок свыше 90 дней), ограничение услуг компании SWIFT для ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Банк Дабрабыт», запрет на транзакции Национального банка Республики Беларусь, ограничение потока финансовых средств из Беларуси в ЕС, запрет на предоставление банкнот евро в Республику Беларусь, запрет на услуги по страхованию белорусских государственных фирм и учреждений). [4]

В апреле 2022 года Европейский союз ввел новый пакет санкций, включающий запрет на работу с автотранспортными компаниями из Беларуси. В ответ Беларусь ввела контрмеры, которые запрещают европейским транспортникам проезжать через страну, но при этом разрешают въехать и передать груз белорусским перевозчикам на логистических станциях недалеко от границы.

Важным моментом является оценка влияния рассмотренных выше санкций на экономическую систему Республики Беларусь.

Санкции, введенные против калийной отрасли Беларуси, стали одной из основных причин существенного роста цен на удобрения в 2022 году, как следствие – резкого подорожания готовых продуктов питания. В 2023 году в среднем, согласно апрельскому прогнозу Всемирного банка,

мировая цена на калийные удобрения откатилась до 475 долл. за тонну. Однако цены на калийные удобрения и в 2024 году будут выше 2022 года. [5]

В исследовании «Белорусский трекер перемен», которое было опубликовано центром BEROС (Киев), отмечается, что санкции Евросоюза, введенные сразу после начала событий в Украине (март 2022 года), в первую очередь ударили по экспорту. Они усилили уже введенные ограничения на нефтепродукты, расширив подсанкционный список товарных кодов. Кроме того, санкции охватили все основные позиции экспорта из Беларуси в ЕС: деревообработку, металлы, цемент, резину.

По мнению экспертов, зафиксированном в исследовании «Белорусский трекер перемен», влияние санкций начало ощущаться уже в марте-апреле 2022 года. Так, экспорт в ЕС в марте 2022 (когда санкции еще не функционировали в полном объеме) упал на 13% по отношению к январю-февралю, которые традиционно не являются успешными месяцами для торговли. Самые явные проблемы начались в деревообработке и нефтепереработке, которые практически полностью ориентировались на рынки Евросоюза и Украины. Отмечается, что потеря рынков стран ЕС и Украины усиливает зависимость экономики Беларуси от России. При этом Беларусь рассчитывает на серьезную экономическую поддержку, которую Российская Федерация пока предоставить, похоже, не готова. [6]

Однако в определенных аспектах Беларуси все же удалось добиться поддержки от Российской Федерации. Было пересмотрено ценообразование со стороны РФ на нефть и газ, хотя деталей соглашения публично не оглашались. По нефти цена теперь складывается не по формуле, что, скорее всего, означает отвязку от рыночных цен. Предполагается, что Беларусь могла добиться дисконта, подобного тому, который получают Индия и Китай. Такой дисконт мог бы обеспечить неубыточность отрасли нефтепереработки на внутреннем рынке. [6]

По мнению авторов данного исследования, Беларусь возлагает большие надежды на участие в программах импортозамещения в России. В частности, белорусская промышленность могла бы заменить поставки от некоторых международных компаний.

Список использованных источников

1. Виды санкций. / [Электронный ресурс]. – https://www.banki.ru/wikibank/vidyi_sanktsiy/. – Дата доступа: 05.04.2024 г.
2. Экономическая безопасность и устойчивое развитие государства в условиях санкций. Что может помочь? / [Электронный ресурс]. – <https://www.nbrb.by/bv/articles/10978.pdf>. – Дата доступа: 05.04.2024 г.
3. История европейских санкций в отношении Белоруссии. / [Электронный ресурс]. – <https://tass.ru/info/9694095> – Дата доступа: 05.04.2024 г.
4. Экономическая безопасность и устойчивое развитие государства в условиях санкций. Что может помочь? / [Электронный ресурс]. – <https://www.nbrb.by/bv/articles/10978.pdf>. – Дата доступа: 05.04.2024 г.
5. Негативные последствия санкций против белорусских калийных удобрений для глобальной продовольственной безопасности. / [Электронный ресурс]. – <https://cuba.mfa.gov.by/ru/embassy/news/bd40f7f681b507c2.html> – Дата доступа: 05.04.2024 г.
6. Как санкции и потеря рынков сбыта влияют на экономику Беларуси? / [Электронный ресурс] – <https://belmarket.by/news/news-51565.html>. – Дата доступа: 05.04.2024 г.

УДК 165.823

ОСОБЕННОСТИ БЛОГЕРСТВА КАК СОЦИАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА В СРЕДЕ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЁЖИ ГОРОДА ПИНСКА

А.И. Полховская, 9 «А» класс

Научный руководитель – **Т.Н. Савило**, учитель истории и обществоведения
Государственное учреждение образования «Средняя школа № 8 г. Пинска»

Современная информационная эпоха ознаменовалась появлением нового уровня информационно-коммуникативных технологий в виде глобальной информационной сети Интернет. С помощью интернета можно не только получать информацию, но и взаимодействовать с людьми, находящимися на расстоянии [1]. С течением времени социальные сети из платформы для общения стали трансформироваться в площадки для творчества и самореализации. Так зародилось попу-

лярное социальное явление – блогерство. Блогосфера становится виртуальным социумом, в котором формируется личность по всем законам реальной жизни, поэтому нельзя игнорировать ее влияние и разнообразные опасности [3].

Выбранная тема исследования актуальна и может представлять интерес для современной аудитории. За последние годы интерес к блогосфере возрос во много раз. Прежде всего, она используется как сетевое информационное пространство. Блогосфера привлекает своей анонимностью и практическим отсутствием официальной цензуры. В связи с большим количеством пользователей можно считать эту среду достаточно сильным инструментом для привлечения аудитории и распространения информации в сети.

Новизна исследования состоит в исследовании различной информации о блогосфере, о её влиянии на молодёжную среду г. Пинска, и выявлении возможности использования блогосферы в качестве обучающего и воспитывающего инструмента. Также будут даны практические советы для потенциальных пользователей блогосферы с целью избежать типичных ошибок.

Целью исследования является выявление увлечённости блогерством учащимися школ и студентами Полесского государственного университета г. Пинска и использования его в роли источника информации.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи исследования:
раскрыть понятие о блогах, их классификацию и функции;
выявить виды и содержание блогов как источника информации;
определить общую картину увлечённости молодёжи блогерством и использования его как источника информации на основе анализа опроса учащихся и студентов учреждений образования г.Пинска;

разработать на основе результатов исследования рекомендации по безопасному и эффективно-му использованию блогов.

Объект исследования – блогосфера как социальный феномен.

Предмет исследования – особенности информационного потребления контента, создаваемого современной блогосферой, учащимися школ и студентами Полесского государственного университета г. Пинска и использование его в роли источника информации.

Для решения поставленных задач исследования использовались методы теоретического анализа литературы и нормативных документов, синтеза, систематизации и классификации, сопоставления.

Для исследования была определена группа учащихся и студентов (618 человек) в возрасте 14 – 20 лет. По мнению авторов исследовательской работы, данная возрастная категория имеет недостаточно устойчивые мировоззренческие ориентиры и наиболее подвержена информационно-психологическому влиянию новых видов средств массовой коммуникации.

Определив имеющиеся позиции исследователей данного социального явления, пришли к мнению, что блог – это онлайн-платформа, на которой пользователями размещается информация об их жизни, увлечениях, интересах, сфере деятельности.

Рассмотрев основные подходы к определению сущности понятия блогинга, его функции и классификацию, делаем вывод, что блогинг является своего рода профессией. Этот вид социальной коммуникации привлекателен для пользователей сети Интернет и как средство заработка и как увлечение, от которого получают духовное удовлетворение.

Интернет как новое средство социальной коммуникации влияет на изменение образа жизни людей, вносит все больший вклад в расширение знаний об окружающем мире [2]. Наиболее активно осваивают новые средства коммуникации и наиболее подвержены их влиянию представители молодого поколения.

По результатам исследования, можно сделать выводы:

1. Сеть Интернет является ведущим источником информации для молодого поколения.
2. Блоги и блогерство являются актуальной темой для учащейся молодёжи г. Пинска.
3. Блоги больше привлекательны для девушек 15 – 16 лет.
4. Учащаяся молодёжь г. Пинска формируют свои ценности и взгляды, исходя из мнения популярных блогеров.
5. Причины просмотра блогов разнообразны: от наличия свободного времени до поиска необходимой информации в образовательных целях.

6. Популярными направлениями блогов среди учащейся молодежи г. Пинска связаны с бытовой сферой жизнедеятельности и имеют развлекательный контент.

7. По мнению респондентов, блогеры оказывают скорее позитивное, чем негативное влияние.

Рассмотрев достоинства и негативные аспекты, можно сделать вывод, что блогосфера как вид социальной коммуникации, с одной стороны, является необходимым для общества, предоставляя новые возможности для распространения информации, а с другой стороны тормозит развитие общества, ограничивая навыки реального общения и манипулируя пользователями Интернета.

Исходя из результатов проведенного исследования, были разработаны рекомендации для учащихся и родителей, которые помогут им ориентироваться в блогосфере и выбирать блоги без ущерба здоровью и учебной деятельности, а также рекомендации для создателей блогов. А также было принято решение в ближайшем будущем создать собственный блог образовательного контента на основе разработанных рекомендаций.

Список использованных источников

1. Ткаченко И.С., Богатырева Ю.И. Использование возможностей социальных сетей в образовательном процессе // Научный результат. Серия «Педагогика и психология образования». 2017. № 3. С. 44–50.

2. Попов А.В. Блоги. Новая сфера влияния Блоги. Новая сфера влияния [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://thelib.ru/books/popov_anton/blogi_novaya_sfera_vliyaniya-read.html – Дата доступа 27.05.2023

3. Гальмаков Ю. Что такое блог, блогинг и блогер? [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://kopitext.ru/bloging/chto-takoe-blog-blogging-i-blogger.html> - Дата доступа 19.04.2023

УДК 394.2(=161.3)

ОФОРМЛЕНИЕ РЕКОНСТРУКЦИЙ БЕЛОРУССКИХ НАРОДНЫХ ПРАЗДНИКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

М.М. Поляков, 3 курс

Научный руководитель – **О.Г. Яценко**, к.и.н., доцент

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины

Национальная культура для белорусов всегда была важным и ценным сегментом жизни. Уважительное отношение к белорусским традициям сохраняется и сегодня. Это подтверждается проведением реконструкций материальных компонентов традиционной культуры и обрядности, музыкального, хореографического творчества на современном этапе, направленных на воссоздание белорусской самобытности. В реконструкции семейной и календарной обрядности белорусов важность имеет оформление обрядовых действий, включение в них не только аутентичных элементов, идущих от народных истоков, но ещё и ряд стилизованных элементов, придающих мероприятиям максимальную схожесть с реальными проявлениями культуры.

Актуальность темы обусловлена значительным интересом со стороны общественности к своему культурному наследию и желание жителей городов и сельской местности непосредственно участвовать в культурных процессах в современной Беларуси, которые связаны с белорусской историей.

К белорусской народной обрядности фольклористы, этнографы, культурологи и искусствоведы обращались неоднократно, но новизна темы заключается в обращении именно к оформительской составляющей реконструкций данных обрядов на современном этапе. Данный аспект темы еще не получил научного освещения.

Цель исследования – рассмотрение оформления реконструкций белорусских народных праздников на современном этапе.

В фольклорно-этнографической литературе раскрыты разные компоненты свадебной, родильно-крестильной, календарной обрядности белорусов [1–4], но оформление реконструкций семейных торжеств и обрядов земледельческого календаря как самостоятельный предмет для научного анализа отсутствует. Источниками для изучения темы послужили данные периодической печати, материалы о событиях в рамках праздничной культуры, представленные на официальных сайтах учреждений культуры, образования, средств массовой информации. Объемный блок материалов накоплен автором при непосредственном наблюдении за изучаемым культурным явлением.

Богатые сведения по теме прослеживаются в репортажах, связанных с культурно-массовыми мероприятиями, направленными на реконструкцию народных обрядов. Примером может послужить репортаж, связанный с реконструкцией белорусского народного свадебного обряда в деревне Судилы Климовичского района (март 2018 г.). Белорусская свадьба – уникальный комплекс обрядовых действий, имеющих сакральный смысл. Все его этапы были тщательно продуманы. Каждое действие не случайно, оно должно было принести счастье, лад и достаток в семью молодоженов [5].

Оформление данной реконструкции включало использование воссозданных народных костюмов, характерных для данной местности. Однако следует отметить имевшиеся элементы стилизации, например, фата невесте (не типичная для традиционной культуры) или ленты с белорусским орнаментом. Участники обряда использовали сани, также стилизованные под белорусскую тематику. Богато оформлены были блюда на столе, при этом пища как известная в белорусской народной кухне (например, блинчики с грибами и капустой), так и современная (чизкейк). Исполнялись народные песни, распространенные в данной местности. На одном из этапов атрибутом для невесты служило ведро, которое необходимо было налить водой из колодца, эта традиция и сам предмет также происходят из народной культуры. Декоративная составляющая предполагала ряд стилизованных белорусских ручников, развешенных в доме.

В агрогородке Близница Полоцкого района проводят реконструкцию Святков (это время от Рождества до Крещения), местные жители разыгрывают праздничное действие по старинному сценарию. Оформление и атрибуты здесь совмещают в себе как традиционные, так и современные, в том числе стилизованные под белорусский контекст элементы [6].

При исполнении народных колядных песен использовались современная гитара и баян, а также пели сами участники действия, но специальная аппаратура для музыкального сопровождения не подключалась. Для украшения различных предметов использовалась современная новогодняя мишура и лампочки, также современные новогодние игрушки. В костюмах прослеживаются как народные мотивы, так и стремление к стилизации, к их числу можно отнести стилизованные платки и одежда. Вместе с тем у некоторых участников прослеживаются более аутентичные наряды. В соответствии с белорусской традицией были сшиты костюмы лошади и козы. Костюм козы представлял собой белую шубу с длинным ворсом и рогами, прикрепленными к обручу. В домах, в которые заходили участники, была осуществлена огромная работа по созданию направленного освещения, чтобы с помощью осветительных приборов сконцентрировать внимание на главных участниках реконструкции и ритуальных действиях. В одном из домов был накрыт стол с народными блюдами (квашенная капуста, сало, блины), в то же время к ним были дополнительно выделены современные блюда. Оформление домов было выполнено с помощью ручников и отдельных изображений, связанных с белорусской тематикой.

Подводя итоги, следует отметить, что на современном этапе оформление реконструкций белорусских народных обрядов включает в себя как традиционные, так и стилизованные под белорусскую культуру элементы декора и быта, в случае необходимости применяется специальное техническое оборудование. Для воссоздания атмосферы праздника режиссеры и исполнители реконструкций традиционных семейных и календарных праздников белорусов прибегают к дополнению картины драматического действия современными предметами, а также современными аранжировками народных музыкальных и хореографических произведений.

Список использованных источников

1. Беларусь : У 11 т. / В. К. Бандарчык, М. Ф. Піліпенка, А. І. Лакотка. – Мінск : Беларус. навука, 1995–2009. – Т. 7 : Вусна-паэтычная творчасць / Г. А. Барташэвіч [і інш.]. – 2004. – 586 с.
2. Беларусь : У 11 т. / В. К. Бандарчык, М. Ф. Піліпенка, А. І. Лакотка. – Мінск : Беларус. Навука, 1995–2009. – Т. 11 : Музыка / Т. Б. Варфаламеева [і інш.]. – 2008. – 700 с.
3. Маленка, Л. І. Беларускі народны касцюм / Л. І. Маленка. – Мінск : Ураджай, 2001. – 160 с.
4. Наваградскі, Т. А. Традыцыі народнага харчавання беларусаў / Т. А. Наваградскі. – Мінск : НІА, 2000. – 112 с.
5. «В деревне Судилы устроили реконструкцию свадебного обряда» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zviazda.by/ru/news/20180315/1521099189-v-derevne-sudily-ustroili-rekonstrukciyu-svadebnogo-obryada> –Дата доступа: 06.04.2024.

6. «Возрождение традиций: как в Беларуси отмечают колядки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tvr.by/news/obshchestvo/vozhrozhdenie_traditsiy_kak_v_belarusi_otmechayut_kolyadki/
Дата доступа: 06.04.2024.

УДК 070.423.1(091)(476)

ПЕРШЫ УСЕБЕЛАРУСКІ З'ЕЗД КАРЭСПАНДЭНТАЎ 1924 г.: ПАДРЫХТОЎКА, ПРАВЯДЗЕННЕ, АСНОЎНЫЯ ПАСТАНОВЫ І РОЛЯ Ё РАЗВІЦЦІ КАРЭСПАНДЭНЦКАГА РУХУ Ё БССР

Д.С. Пыж, малодшы навуковы супрацоўнік
Інстытут гісторыі Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі

Перыядычны друк у Савецкай Беларусі ў 1920-я гг. з'яўляўся адным з ключавых сродкаў грамадскай камунікацыі. Патрэба ў пашырэнні і ўмацаванні сацыяльнай базы бальшавікоў, інфармацыйным аснашчэнні выданняў ва ўмовах адсутнасці падрыхтаваных прафесійных кадраў у сферы журналістыкі абумовіла стварэнне шырокай сеткі карэспандэнтаў, якія ажыццяўлялі сувязь насельніцтва з рэдакцыямі.

З 1917 г. па 1924 г. колькасць карэспандэнтаў на тэрыторыі Беларусі ўзрасла ад адзінкавых інфарматараў да шырокай сеткі, якая ўключала ў сябе каля 2800 чалавек [2, л. 43]. Павелічэнне колькасці карэспандэнтаў абумовіла неабходнасць стварэння механізму кіравання і арганізацыі інфарматараў на розных узроўнях, з якіх вылучаюцца агульнарэспубліканскія з'езды.

Скліканне I Усебеларускага з'езда карэспандэнтаў патрабавала правядзення падрыхтоўчай работы, якая заключалася ў арганізацыі з'ездаў на розных адміністрацыйна-тэрытарыяльных узроўнях: у акругах і раёнах [2, л. 41]. Асноўнай задачай пасяджэнняў стала вылучэнне карэспандэнтаў на Рэспубліканскі з'езд, а таксама вызначэнне лепшых сцянных газет для ўдзелу ва Усебеларускай выставе, якая праходзіла ў рамках I Усебеларускага з'езда карэспандэнтаў [1, л. 1].

Пасяджэнне I Усебеларускага з'езда карэспандэнтаў адбылося 24 верасня 1924 г., на якім прысутнічала 165 дэлегатаў з 11 населеных пунктаў (табл. 1, 2).

Табліца 1. – Тэрытарыяльная прыналежнасць дэлегатаў I Усебеларускага з'езда карэспандэнтаў [3, с. 62].

Населены пункт	Колькасць дэлегатаў (чалавек)
Мінск	55
Віцебск	23
Орша	7
Полацк	4
Магілёў	12
Калінінск	3
Барысаў	23
Бабруйск	18
Слуцк	10
Мазыр	5
Жлобін	5

Табліца 2. – Узроставы склад дэлегатаў I Усебеларускага з'езда карэспандэнтаў [3, с. 63].

Узрост дэлегатаў	Колькасць дэлегатаў (чалавек)
Да 20 гадоў	40
Ад 21 да 30 гадоў	83
Ад 31 да 40 гадоў	35
Звыш 40 гадоў	7

На пасяджэнні быў зроблены даклад аб становішчы друку ў БССР на якім дэлегатаў азнаёмілі з колькасцю газет і часопісаў, якія выдаюцца ў Беларусі, іх тыражом і моўнымі характарыстыкамі;

распаўсюджваннем перыядычнага друку; абсталяваннем выдавецтваў. Асноўная частка парадку дня была прысвечана карэспандэнцкаму руху: задачам інфарматараў, уцягванню жанчын у працу з рэдакцыямі друкаваных выданняў, абароне карэспандэнтаў; патрабаванням да напісання артыкулаў у перыядычныя выданні і неабходнасці прадстаўлення праверанай інфармацыі [3, с. 15–51].

Вынікам з’езда сталі пастановы па асноўных напрамках як выдавецкай справы ў цэлым, так і карэспандэнцкага руху ў прыватнасці. У якасці асноўнай задачы карэспандэнта была пазначана “усямерная дапамога будаўніцтву рабоча-сялянскай дзяржавы, выяўляючы і асвятляючы жыццё працоўнага класа, адзначаючы станоўчыя і адмоўныя бакі жыцця”.

У выніковай рэзалюцыі адзначалася патрэба ў прыцягненні новых карэспандэнтаў, у тым ліку і жанчын, згодна лозунгу “кожны чытач павінен быць адначасова і супрацоўнікам газеты”; удзеле інфарматараў у распаўсюджванні друку і стварэнні сцягнутых газет. Асобым пунктам вылучаліся патрабаванні да асабістых якасцей карэспандэнта, які павінен быць “самым дысцыплінаваным, перадавым работнікам, на вопыце паказваць, як трэба будаваць рабоча-сялянскую дзяржаву”.

Кіраўніцтва карэспандэнцкім рухам, згодна з пастановай з’езда, павінна было ажыццяўляцца карэспандэнцкімі бюро, якія ствараліся ў акругах і раёнах і куды ўваходзілі ўсе інфарматары, якія адносяцца да заяўленай тэрыторыі. Пры рэдакцыях перыядычных выданняў утвараліся цэнтральныя карэспандэнцкія бюро, якія аб’ядноўвалі прадстаўнікоў пэўных выданняў. Агульнае кіраўніцтва карэспандэнцкай сеткай ажыццяўляў адзел друку пры ЦК КП(б)Б.

На з’ездзе былі пазначаны асноўныя напрамкі развіцця перыядычнага друку ў Беларусі: 1. Павелічэнне накладу выданняў, якія друкуюцца на мове, адрознай ад рускай; 2. Спрашчэнне стылю напісання газет; 3. Паляпшэнне тэхнікі друку перыядычных выданняў [3, с. 54-61].

Рэзюмуючы вышэйпададзенае, варта адзначыць, што I Усебеларускі з’езд карэспандэнтаў стаў адпраўной кропкай да каардынацыі карэспандэнцкай сеткі з дапамогай канферэнцый, якія арганізуюцца згодна з адміністрацыйна-тэрытарыяльным прынцыпам. Акрамя гэтага, у пастанове з’езда былі сфармуляваны, абагульнены і апублікаваны асновы арганізацыі і кіраўніцтва інфарматараў у Савецкай Беларусі.

Спіс літаратуры

1. Дзяржаўны архіў грамадскіх аб’яднанняў Магілёўскай вобласці (ДАГАМаг). – Ф. 6577. Воп. 1. Спр. 77.
2. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь (НАРБ). – Ф. 4п. Воп. 1. Спр. 1809.
3. Первый Всебелорусский съезд корреспондентов (материалы и постановления). Минск, 1924.

УДК 745 /.749(476)

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО НАРОДНОГО ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА БЕЛАРУСИ

П.С. Сачек, 2 курс

Научный руководитель – О.Г. Яценко, к.и.н., доцент

Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины

Глобализация и процессы унификации культуры во всем мире отразились на развитии декоративно-прикладного искусства белорусов. Новации, характерные для всех сфер жизнедеятельности, проникли в область, связанную с народным творчеством. Очень интересны произведения современных мастеров, которые ориентируются на историко-культурное наследие белорусского этноса, но при этом привносят свои новые элементы, обогащая его. Национальные традиции являются неисчерпаемым источником вдохновения, на их основе происходит трансформация образов и техник выполнения работы. В результате современные любители разных направлений декоративно-прикладного искусства формируют свое художественное пространство и заполняют его модернизированными образцами, сохраняющими связь с традиционным народным творчеством.

Актуальность исследования заключается в том, что современное народное декоративно-прикладное искусство Беларуси отражает преемственность и развитие художественных традиций. Важно охарактеризовать разные направления в этой сфере культуры на современном этапе, выявить наиболее актуальные из них, показать значимость белорусского народного декоративно-прикладного искусства, его многообразие и символизм.

Цель работы является – характеристика актуальных направлений народного декоративно-прикладного искусства Беларуси сегодня.

Источниками исследования послужили собственно произведения народных мастеров, их интервью, материалы новостных сайтов о выставках народного творчества в музеях и выставочных залах, а также информация сайтов домов культуры и других учреждений культуры, которые экспонируют такие предметы искусства или же стали местами функционирования различных кружков любителей народного творчества. В качестве своеобразных источников информации выступили данные, которые сами любители тех или иных видов народного декоративно-прикладного искусства выкладывают в социальных сетях, общаясь в группах единомышленников и передавая свой опыт в этом виде досуговой деятельности.

Современное декоративно-прикладное искусство Беларуси – явление не только материальное, но и духовное, так как в нем воплощаются опыт предшествующих поколений и морально-эстетические ценности народа [1, с. 4]. Оно заполняет огромную нишу любительского досуга жителей разного возраста, пола, разного образовательного уровня. Традиции народного искусства и мотивы белорусского фольклора, выразительные средства изобразительного искусства, в настоящее время активно используются мастерами в произведениях декоративно-прикладного творчества [2, с. 18].

Традиции преемственности наблюдаются как в индивидуальном творчестве мастеров, так и при создании изделий для промышленного производства. Также стоит отметить тенденцию старшего поколения в занятии более традиционными видами декоративно-прикладного искусства, однако и мастера с большим опытом не пренебрегают новыми возможностями. Представители молодых поколений для реализации новаторских идей предпочитает использование новых материалов, таких как бисер, эпоксидная смола, соленое тесто, гипс. Широко пользуются популярностью: мыло ручной работы, «бомбочки» для ванной, свечи, скрапбукинг, квиллинг, оригами, папье-маше, торсин-папье, канзаши, мягкая игрушка и пэчворк.

Мероприятия, ориентированные на распространение национальной культуры белорусов, народных промыслов и ремёсел проводятся на современном этапе весьма активно на базе музейных и образовательных учреждений, а также библиотек. Всевозможные выставки, мастер-классы, семинары, ярмарки, праздники, фестивали, способствуют распространению и популяризации вышеперечисленных видов декоративно-прикладного искусства. Ярмарки, представляющие творчество мастеров на постоянной основе, составляют важную часть культурно-массовых мероприятий Республики Беларусь, таких как: «Масленица», «Дожинки», «День Письменности», «День города», «Ночь музеев» и др. Также они могут носить целевое предназначение: «Зимний Млын», «Триеннале» и другие.

Ручная работа мастеров сегодня стала цениться более высоко. Изделия «hand made» из различных материалов (глины, соломки, дерева, бисера, бумаги, шерсти, смолы, льна) в электронный век стали брендами Беларуси. Свою лепту в процесс распространения и коммерциализации предметов народного декоративно-прикладного искусства внесли жители разных регионов страны. Особую роль в популяризации и распространении произведений современного народного декоративно-прикладного искусства играют торговые заведения и Интернет-магазины, некоторые вещи как сувенирная продукция локализуются на базе не только магазинов, но и музеев. Здесь представлены практически все известные сегодня виды народного творчества. Доступность рекомендаций по изготовлению предметов декоративного назначения, разнообразных инструментов, оборудования, выпуск специальной литературы также содействуют развитию направлений в этой сфере, привлечению новых желающих и расширению круга любителей такого досуга.

Образцы современного белорусского декоративно-прикладного творчества являются образими-символами и носителями культурных традиций и ценностей народа, в которых отражается национальная идентичность. Культурный опыт поколений фиксируется в феноменах культуры, в нем также заложен богатый эстетический и воспитательный потенциал [3, с. 39]. Даже прибегая к современным материалам и новым вариантам воплощения своих идей, большинство мастеров в той или иной степени обращаются к достижениям белорусов в прошлом. Образцы домовика и других персонажей белорусского фольклора, сюжетные композиции по мотивам белорусских народных сказок выступают схемами для создания новых произведений из соломки, вышитых и вязаных предметов декоративного назначения. Но изготовление их из бисера, синтетических материалов

или пластика, компьютерное моделирование не означает утрату богатого духовного мира, созданного белорусами в прошлые столетия.

Таким образом, сегодня самыми актуальными видами современного декоративно-прикладного искусства в Беларуси являются изделия из соломы, лозы, дерева, глины, керамики, стекла, войлока, а также тканые и вязаные изделия. Это свидетельствует о продолжении народных традиций, о живучести форм белорусского фольклора. При этом следует подчеркнуть, что при сохранении традиционных форм народного творчества сегодня широко вошли в практику досуга и эстетического воспитания жителей городской и сельской местности Беларуси совершенно новые виды декоративно-прикладного искусства, новые материалы, технологии, концепции проектирования предметов. Вместе с тем следует отметить непреходящую ценность народных истоков. Образцы народного творчества белорусов прошлых эпох, которые и сегодня востребованы, воспроизводятся в новых стилизованных формах или инициируют появление совершенно новых идей.

Список использованных источников

1. Аксёнава, К. С. Сучаснае беларускае дэкаратыўна-прыкладнае мастацтва. XXI стагоддзе / К. С. Аксёнава. – Беларуская Энцыклапедыя імя Петруся Броўкі. 2013. – 400 с.
2. Кенигсберг, Е. Я., Борозна, М. Г. Современное искусство Беларуси конца XX – начала XXI века : panorama проектов и авторских поисков / Е. Я. Кенигсберг, М. Г. Борозна. – Минск : Беларусь, 2020. – 303 с.
3. Лукашевич, И. А. Народное художественное творчество и тенденции развития современного профессионального декоративно-прикладного искусства / И. А. Лукашевич // Искусствоведение. – 2023. – №4 (52). – С. 37 – 41.

УДК 316.477

МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ, ОСТАВШИМСЯ БЕЗ ПОПЕЧЕНИЯ РОДИТЕЛЕЙ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРАКТИК

Ю.А. Щепелина, 2 курс

Научный руководитель – **Ю.А. Петровская**, к.с.н., доцент
ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»

Данная работа посвящена изучению социальной работы с детьми, оставшимися без попечения родителей в Республике Карелия. Актуальность темы обусловлена высокой подверженностью детей, оставшихся без попечения родителей, различного рода общественному влиянию, отнесением их к категории риска в силу возрастных, психологических и социальных факторов. В условиях стремительных социальных изменений, развитием общества меняются и сами дети, включая тех, кто в силу разных причин остался без попечения родителей. Меняются их социально-психологические характеристики и особенности взаимодействия с внешним миром, ценности и социальные установки. В отношении детей нового поколения требуются новые технологии социальной работы, способствующие их успешной адаптации, интеграции в общество и дальнейшей самостоятельной жизни.

Социальная проблема: Рассматриваемая категория детей наиболее ярко провоцирует риск девиантного поведения. Традиционные технологии социальной работы с ними нуждаются в модернизации на основе знаний о социальных и психологических особенностях детей.

Научная проблема обусловлена фактом слабой изученности данной темы на современном этапе.

Цель – проанализировать применяемые на практике формы и методы социальной работы, с детьми, оставшимися без попечения родителей, в Республике Карелия.

Достижение указанной цели позволит сделать вывод о том, насколько технологии социальной работы, применяемые в отношении данной категории детей, соответствуют характеристикам современных детей и требованиям времени (на примере Республики Карелия)

Задачи

- 1) Провести интерпретацию основных понятий, используемых в исследовании;
- 2) Проанализировать нормативно-правовые основы социальной работы с детьми, оставшимися без попечения родителей;

3) Охарактеризовать структуру субъектов социальной работы с детьми, оставшимися без попечения родителей;

4) На основе анализа источников провести теоретический анализ существующих форм и методов социальной работы с детьми, оставшимися без попечения родителей.

5) На основе серии интервью с представителями Центров помощи детям, оставшимся без попечения родителей, в Республике Карелия выявить наиболее актуальные методы и формы социальной работы с детьми, оставшимися без попечения родителей;

6) На основе результатов исследования разработать практические рекомендации специалистам.

Объект – социальная работа с детьми, оставшимися без попечения родителей, в Республике Карелия (на примере центров помощи детям, оставшимся без попечения родителей).

Предмет – формы и методы социальной работы с детьми, оставшимися без попечения родителей, в Республике Карелия.

Методы исследования: полу-структурированное интервью со специалистами центров, а также с представителем Отдела по борьбе с социальным сиротством Министерства социальной защиты Республики Карелия.

Гайд-интервью для специалистов включал вопросы о наличии особенностей рассматриваемой категории детей, влекущие за собой актуализацию методов по работе с ними, вопросы о применяемых методах и формах работы, оценке их результативности. [5, с 99]

Кроме работы со специалистами центров осуществлялась работа с Отделом по борьбе с социальным сиротством Министерства социальной защиты Республики Карелия.

В результате проведенного исследования были выделены актуальные методы, направленные на решение конкретной проблемы. В случае отрицательного отношения к учёбе у ребёнка со стороны специалистов происходит активная работа по средствам выработки положительного отношения к требованиям дисциплины и режима дня.[3] При наличии проблем, связанных с неуспеваемостью в учебной деятельности, осуществляется выполнение домашнего задания, а также комплексная работа не только специалиста центра, но и школьного учителя. [1, с 63] Современные проблемы детей, оставшихся без попечения родителей, включают в себя не только сложности в учебной деятельности, но и в высокой зависимости от сети Интернет, а также поиске личности, в которой ребёнок видит авторитет и подражает ей. Для решения указанных проблем важную роль играет индивидуальный подход посредством работы по развитию ребёнка, его самооценкой с упором на его положительные качества.

В заключении хочется сказать, что современные методы работы требуют актуализации посредством поиска новых методик работы с детьми, оставшимися без попечения родителей, где учитывается психологическое состояние, а также личностные особенности. Действующие методики не актуальны посредством того, что их процент результативности обеспечивается работой по средствам индивидуальных бесед, что влечёт за собой проработку проблемы лишь на личностном уровне относительно ребёнка, но не полностью определяет его дальнейшее поведение. Разработка комплексной и актуальной методики работы с детьми позволит решить проблемы современных детей наиболее комплексно и предотвратит агрессивное и девиантное поведение.

Список использованных источников

1. Бекулова И. З. Индивидуально-психологические особенности детей, оставшихся без попечения родителей / И. З. Бекулова, Л. А. Тухужева. – Текст : непосредственный // Вопросы науки и образования. – 2021. – № 3. – С. 62-64.

2. Курочкина А. И. Социально-психологические особенности детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей / А. И. Курочкина. – Текст : непосредственный // Трибуна учёного. – 2021.

3. Пыхтина Е. Психологические особенности ребенка, оставшегося без попечения родителей / Е. Пыхтина. – Текст : электронный // Комплексный центр социального обслуживания населения города Саянска : [сайт]. – URL: <http://kcsosayansk.ru/?p=17961>

4. Ховрина А.Н. Социальная ситуация развития детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, воспитывающихся в детском доме // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <https://files.scienceforum.ru/pdf/2019/5c58129905134.pdf>

5. Звонок, А. А. Качественные методы социологических исследований : учебнометодическое пособие / А. А. Звонок ; ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». – Луганск : Книта, 2022. – 140 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

УДК 334.72

THE IMPORTANCE OF SUPPORTING SMALL BUSINESSES IN BELARUS

А.А. Абметка, 3 курс

Научный руководитель – **Н.В. Шевченко**

Белорусский национальный технический университет

This article highlights the importance of small business, as well as its support by the government. We'll consider the concepts of small business, its significance and impact on economy, as well as its need for government funding.

Small and medium enterprises are a very important part of the economy of many countries. For the state, their activities are of great importance, since their activities directly affect the entire affected country.

However, this sector of the economy is very sensitive and dependent on any changes in the market. Small businesses have very limited resources compared to their larger competitors. They cannot carry out large marketing research, development, and marketing campaigns, therefore such enterprises need support and assistance from the state. This applies to both developed countries and only developing economies. The rest of this article will look at the reasons why small business financing is so important.

To open a large enterprise, it is necessary to attract large investments, while for small businesses, such serious investments are not required at the initial stages. Most small businesses start with their own savings or take out loans. Small enterprises begin their work without special investments, which can allow many citizens of the country to open such an enterprise. Also, the development of small businesses in the country has a positive effect on the standard of living of the population when the conditions for opening their own enterprise are simple, a large percentage of the population becomes involved in the economy and works for the benefit of the country and their lives.

Many countries have a significant job shortage problem. Small businesses create a certain number of jobs, thereby reducing unemployment statistics in the state. For many young professionals, their first place of work is precisely such enterprises. The share of small enterprises in certain sectors of the economy varies from 50% to 90%. Thus, the number of new vacancies increases significantly when small businesses in the country are developing well. In the Republic of Belarus, the problem of unemployment is also observed, as in many countries, so financing small businesses can be one of the ways to solve the problem. Reducing the number of unemployed in the country allows you to reduce budget spending on social benefits, receive more taxes and direct this money to the development of the country [1].

According to the Ministry of Taxes and Duties of the Republic of Belarus as of January 1, 2019, the state was operating more than 346 thousand small and medium-sized businesses. Among them are almost 94 thousand microorganizations, more than 11 thousand small and more than 2 thousand medium-sized organizations, as well as over 241 thousand individual entrepreneurs. At the same time, the SME (small and midsize enterprises) sector provided 29.4% of tax revenues in the country. Uneven growth in the number of SMEs in 2011–2018 due to the economic crisis in 2015–2016, sharply which reduced the number of SMEs in Belarus [2].

Another problem that can be successfully solved by good conditions for starting a small business is the problem of monopolies in the market. When there is no particular competition in the market, the monopoly will increase prices for products, reduce product quality and will not update the product range. Buyers, without alternative options or similar products, will be forced to purchase these products from the monopolist. However, supporting small businesses solves this problem by creating healthy competition in the market, forcing large enterprises to control prices and quality of products, and providing customers with choice.

Small businesses also act as generators of new ideas in the market. Unable to release any product, such enterprises are forced to look for some new solutions and look for new ideas to promote their product.

Such new solutions can awaken new interest in old goods, and can, in principle, introduce new types of goods and services; in any case, these ideas revitalize the economy and prevent some of its areas from stagnating.

Also, small businesses are full partners of many large organizations, acting as suppliers of services or some goods. For example, a large enterprise can delegate a task, for example accounting, to smaller enterprises, or enter into an agreement for the service of supplying food to employees of a large enterprise.

Thus, we can conclude that small business has a very strong impact on the economy of the country and in particular in the Republic of Belarus. Investment from the state in small businesses has a positive effect on the economy, the standard of living of the population, as well as on individual areas in which small businesses operate. In the Republic of Belarus there are programs to support and develop small businesses and the state is actively involved in the life of such enterprises [3].

References

1. Роль малого бизнеса в экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://synergy.ru/bs/journal/biznes/predprinimatelstvo/rol_malogo_biznesa_v_ekonomike. – Дата доступа: 01.04.2024
2. Теселкин, М. Ю. Роль малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/222919/1/teselkin_sbormik22.pdf. – Дата доступа: 01.04.2024
3. Малый и средний бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/fin-msb-ru/> – Дата доступа: 01.04.2024

УДК 338.24

ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN MODERN CONDITIONS

А.И. Авсиевич, 1 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

The article discusses the problem of ensuring the economic security of the Republic of Belarus in modern conditions, as well as the prospects for its solution. Some of the main factors that have a positive impact on the economic security of the country have been identified. These facts confirm the beneficial effect of the methods of ensuring economic security mentioned in the article on the country's economy.

Economic security can be characterized as the most important qualitative characteristic of the economic system, which determines its ability to maintain comfortable living conditions for the population and the possibility of stable provision of resources for the development of the national economy.

The main condition for ensuring economic security is to stimulate the economy and create conditions for its functioning in the mode of expanded reproduction and high competition.

Economic security as a phenomenon of society's vital activity is characterized by complexity. With the constant complication of socio-economic life, the correct and timely consideration of the interrelationships between social and economic aspects is an important advantage, while their absence, on the contrary, contributes to significant losses. In recent years, the problem of ensuring economic security has been quite acute and is one of the most important tasks of the state.

Thus, it is possible to single out the main problem at the moment in ensuring the economic security of the Republic of Belarus – the conflict in Ukraine. Despite Minsk's peaceful initiatives, proposals to ensure global food security, readiness to work together to resolve the migration crisis, recognition by the West and leading international structures of the fact that Belarus is not a participant in the conflict in Ukraine, diplomatic, economic and informational pressure on Belarus has noticeably increased. In 2023, the West continued to implement its policy of rejecting an equal dialogue with the Republic of Belarus to the detriment of its own economic interests and ensuring regional security. Against the background of the negative dynamics of political relations, unfair and illegal blocking by the West of economic ties with Belarus, the Belarusian side continued to fulfill its international obligations related to ensuring security in the region and the movement of goods flows, to demonstrate its readiness to build good-neighborly relations with the European Union, primarily with neighboring states, for whose citizens a visa-free regime was

introduced. The consequences of this conflict have already had a strong impact on the economy of both Belarus and Russia.

However, this problem could point to new opportunities in the development of economic partnership between the Republic of Belarus and the People's Republic of China, as well as the EAEU countries. Belarusian-Chinese relations are ranked very highly in the typology of partnerships of the Chinese state, and political criteria are more important here than economic ones.

In other words, the mutually beneficial relations between China and Belarus are not mercantile in their content. This is a relationship of deep mutual respect and trust. Nowadays, when rapid and not always positive changes are taking place in the world, when trade and economic relations are being destroyed and the international security system is being tested for strength, the opportunity to develop peacefully in cooperation with countries close in spirit is infinitely valuable.

Another equally important factor in ensuring the economic security of our country is import substitution, especially in the modern world. The main and leading partner of the Republic of Belarus in this field is the Russian Federation. At the moment, Russia and Belarus have prepared 25 passports for import-substituting projects. Most of the food products from Ukraine and the EU countries were replaced at the expense of Belarusian producers, as well as companies from Russia and Turkey. However, things were worse with imported equipment, materials and spare parts.

Summing up, it can be argued that it is the strengthening of mutually beneficial relations with other countries that brings good prospects to the Republic of Belarus at the moment.

References

1. Ключевые торговые партнёры Беларуси / Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/vneshnjajatorgovlya/torgovye-partnjory>

2. Беларусь и страны Европы - Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mfa.gov.by/bilateral/europe/>

3. Почему импорт может повысить давление на валютный рынок Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/pochemu-import-mozhet-povysit-davlenie-na-valyutnyj-rynok-belarusi/>

УДК 336.1/338.1

CURRENT ISSUES OF ECONOMIC AND FINANCIAL DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

D.S. Afanasyeva, 1st course

Scientific supervisor – **A.I. Sorokina**, PhD, Ass. Professor

Belarusian National Technical University

What is the restraining factor of Belarus economy development? What helps its development? How is the financial market of our republic developing? The author has explored the answers to all these questions in the work.

Every day, dozens, hundreds of new projects are implemented worldwide, about which we have no idea and which in the future can turn the world economy upside down. And our country is no exception: every day within the walls of our educational institution, we encounter future inventors, scientists, and people in whose minds lifechanging ideas are born.

There are numerous factors contributing to the economic development of Belarus: its geographical location, allowing the development of the transport-logistics sector; the industrial sector, goods export of which is making a huge contribution to the country's GDP; as well as various scientific and technical achievements, discoveries in all areas of human life; and numerous international projects involving our specialists and bringing us not only financial but also reputational benefits [1]. It should be noted that despite all the difficulties our country has faced over the past decade (inflation, various restrictions on the export of domestic products, as well as a reduction in the number of countries for cooperation), all possible actions are taken to maintain economic stability in the country.

The high level of development of the industrial sector of the Republic of Belarus allows not only meeting the needs of the population through domestic production but also exporting this production abroad, taking into account demand and its excess per capita. According to the National Statistical Com-

mittee of the Republic of Belarus in 2023, our country ranked 53rd out of 150 in the ranking of countries by the industrial competitiveness index. Industrial sector goods accounted for 93.6% of total exports in 2022 [2].

The implementation of innovative projects in industry, increasing the number of qualified personnel in the country, and increasing interest in modernizing the production process can all be reasons for stable economic growth in our country.

According to the definition of Belarus largest financial internet resource Myfin.by, the financial market is a market for money and securities. In the Republic of Belarus, the financial market began to form relatively recently, so at present it does not contribute to economic development but is only a "servicing" element. At this stage of financial market development, the population is not sufficiently motivated to invest their savings. However, there are certain ways to solve this problem. What needs to be done to launch the process of financial market development?

Olga Motorina, head of the social and economic development sector of entrepreneurship at the Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Belarus, states that measures taken to develop the financial market are always the same. "This includes reducing tax and administrative burdens, optimizing the accounting system, and integrating domestic enterprises into production and technological processes (particularly with Russian enterprises). However, first and foremost, it is ensuring investors' confidence in the inviolability of legal norms guaranteeing protection of their investments," she asserts [3].

Thus, today's main task is to create conditions in which investors will be confident about tomorrow, to motivate the population to keep savings in securities and bonds, as this expands opportunities for enterprises and organizations to introduce new technologies and modernize production processes thanks to additional investments.

In conclusion, it is worth noting that the Republic of Belarus has great potential for development in various areas of the economy, and we, as citizens of our country, bear responsibility for this development. Despite all the difficulties and shortcomings, it is important to understand that there is always an optimal solution to any task, but the main essence is that this solution is yet to be found. Stable, high-quality, and continuous development of the state and all its spheres is the main task for current and future specialists.

References

1. Официальный сайт Президента Республики Беларусь [Electronic resource]. – Mode of access : <https://president.gov.by/>. – Date of access : 04.04.2024.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.belstat.gov.by/>. – Date of access : 03.04.2024.
3. Финансовый интернет-ресурс MyFin [Electronic resource]. – Mode of access : <https://myfin.by/>. – Date of access : 03.04.2024.

УДК 339.564.2

DEVELOPMENT OF EXPORT POTENTIAL OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Е.А. Берникович, 3 курс

Научный руководитель – **Н.В. Шевченко**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

The Republic of Belarus is a nation with an open economy. The state is seeking after a multi-vector remote economic policy pointed at reinforcing its part within the world community, growing and solidifying promising markets for household products and administrations. The vital objective of the Republic of Belarus is to extend integration into the world community. The open and export-oriented Belarusian economy is beneath the impact of a sharp negative alter within the outside financial environment and terms of exchange. In spite of the worldwide financial circumstance, the narrowing of the markets of the most exchanging accomplices, the profound debasement of their national monetary forms, the intensification of competition in conventional outside markets, and the decay in world oil costs, financial and social soundness remains within the nation. The research methods used are systematic analysis of theoretical and empirical data, a subject-based approach, as well as statistical analysis of publicly available data. The

structure of modern exports of the Republic of Belarus and its place in the national economy are described.

The trade potential of a nation is the capacity of the national economy to create merchandise and administrations competitive on the world advertise by utilizing both comparative national points of interest (topographical area, characteristic assets, macroeconomic, political, normal, administrative, 568er-chant568ctureal components, instruction of the populace, adequately tall labor efficiency and relative cheapness of labor assets, etc.) and unused competitive focal points. Focal points based on inventive potential, accomplishments of science and logical and innovative advance. Worldwide exchange is one of the foremost created and conventional shapes of universal financial relations. It started in antiquated times, worldwide exchange itself started to be carried out with the arrangement of the primary national states within the IV – III centuries BC (Egypt, Mesopotamia, etc.), in connection to these conditions, it is as of now genuine to consider the cross-border development of products. However, at that time, as it were a little portion of the items delivered in different nations entered the universal trade, since the dominant shape of economy was subsistence cultivating [1].

Transport is one of the main sources of sustainable financial development within the Republic of Belarus, because it customarily accounts for more than half of the net residential item.

The export potential itself is considered as the capacity to send out products, agreeing to the moment, the trade potential is respected as an opportunity not as it were to offer merchandise and administrations, but too as a movement pointed at creating worldwide participation [4].

Belarusian sent out items differ and number over 1000 things. Among the biggest export merchandise are petroleum items, potash and nitrogen fertilizers, rolled metal and metal rope, tractors, trucks, buses, fridges and coolers, chemical filaments and fibers, caprolactam, tires, wood and items made from it, furniture, clothing, shoes, dairy and meat items, sugar [1].

Dairy products are one of the most common products for export. The leading position in the export of this product is occupied by the company “Babushkina Krynka”. The products are supplied in addition to all regions of Belarus, also to the markets of Russia (Smolensk, Bryansk, Moscow, St. Petersburg), Kazakhstan and Germany, China, India and other countries. At the same time, the company does not stop there, constantly expanding the geography of supplies, which means that the number of countries and cities familiar with delicious and healthy products under the «Babushkina Krynka» brand will only grow [4].

Exports are adversely influenced by the intrigued rate, as an increment within the country’s intrigued rate implies that its budgetary resources have to be more productive. Foreigners wishing to purchase securities of a given nation increment the request for its national cash, which leads to an increment within the trade rate of the national financial unit. The development of the trade rate makes the send out of this country more costly for outsiders. In this manner, an increase within the intrigued rate implies an increase within the trade rate and a lessening in sends out. Moreover, sends out don’t depend on the salary level of a given nation, since this esteem is independent. It depends on the wage level in other nations, and not on the household pay level. The higher the pay in other nations, i.e., the wealthier other nations are, the greater the request for the merchandise of a given nation they present, i.e., the higher the trades.

Within the close future, the assignment of inventive financial advancement is to extend the potential of knowledge-intensive and high-tech generation [2].

The Republic of Belarus sends out its merchandise both to the CIS (Commonwealth of Independent States) nations and to nations exterior the CIS. Among the CIS nations, Belarus participates with Azerbaijan, Armenia, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Moldova, Russia, Tajikistan, Turkmenistan, Uzbekistan. Nearly all of our country’s exported goods are sent out to Russia. Among the nations exterior the CIS, our accomplices are Poland, Germany, the Joined together Kingdom, Brazil, Turkey, and Argentina [3].

The Republic of Belarus actualizes a multi-vector remote financial arrangement and keeps up exchange relations with nearly 200 nations around the world. Send out is one of the needs of the advancement of the Belarusian economy. Approximately 60% of the items are provided to remote markets, which is ordinary for nations with a tall degree of improvement and openness of the economy. The machine-building industry moreover plays a tall part within the add up to volume of sends out. Each year, more than 75% of the items delivered in this section are sold exterior the nation. The remote exchange turnover of merchandise and administrations summed to \$89.13 billion by the conclusion of 2022. Sends out of merchandise surpassed \$37.5 billion, administrations - \$9.2 billion [1].

At the same time, in 2022, a record adjust of outside exchange in merchandise and administrations was recorded over a thirty-year period (“plus” \$4.6 billion).

Within the to begin with half of 2023, the outside exchange turnover of products and administrations of Belarus expanded by 15% compared to the same period final year and produced to more than \$46 billion. It takes after from this that Belarus proceeds to effectively create its outside financial movement. Trade turnover proceeds to develop over the a long time. The area of the nation moreover plays an imperative part in this. Being an fabulous exchange from Russia on the way to Europe. This gives a colossal advantage over other nations. Concurring to a preparatory assess for 2022, the share of the transport industry within the net household item of the Republic of Belarus measured to 5%. Transport administrations account for more than 40% of the country’s add up to sends out of administrations [3].

As of January 1, 2023, approximately 11.2 thousand organizations of different shapes of proprietorship and more than 36-thousand-person business visionaries work within the transport segment of the Republic of Belarus.

Separated from metals, dairy items and fertilizers account for the lion’s share of Belarusian sends out. This choice is prioritized by other nations due to the predominant quality and level of the country’s agrarian segment [1].

Concurring to Yulia Zubar, the arranging reports for 2024 give for an increment in trades of merchandise and administrations by 7.6% or \$3.8 billion. At the same time, two key assignments have been distinguished for residential exporters [2].

“Firstly, keeping up a nearness within the Russian advertise. Our share in Russian imports ought to stay at slightest 9%. Furthermore, a dynamic increment in supplies to the nations of the distant circular segment. Basically, due to the outpacing development of sends out to African nations. The key reference focuses for entering this advertise have been recognized. These are Egypt, Kenya, Nigeria, Zimbabwe, South Africa and Tropical Guinea. It is arranged to extend sends out of nourishment items, apparatus, gear, and chemical industry items,” said the head of the division [2].

It can be concluded that the Republic of Belarus is effectively creating and features a colossal potential in exporting to other nations. This circumstance of the nation also plays a part, which makes it conceivable to set up outside exchange relations with different nations and subsequently increment the share of sends out.

References

1. Annual statistics of international trade in goods. – Mode of access: <https://trendeconomy.ru/data/h2/Belarus/TOTAL>. – Date of access: 27.03.2024
2. Belarus plans to increase exports in 2024 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.belta.by/economics/view/belarus-v-2024-godu-planiruuet-narastit-eksport-tovarov-i-uslug-v-strany-dalnej-dugi-599885-2023/>. – Date of access: 27.03.2024
3. Key export goods and services [Electronic resource]. – Mode of access: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/vneshnjaja-torgovlya/eksportnye-tovary-i-uslugi>. – Date of access: 27.03.2024
4. Where does Belarus export goods to [Electronic resource]. – Mode of access: <https://oec.world/en/profile/country/blr#:~:text=The%20most%20recent%20exports%20are,%2C%20and%20Lithuania%20>. – Date of access: 27.03.2024

УДК 510

THE CURRENT STATE OF AGRICULTURAL TRADE IN CHINA

Weng Yang,

Supervisor – **Yu.A. Rybalka**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Polessky State University

The following are some status and related data of the Chinese agricultural economy economy:

1. Agricultural production: China is one of the largest agricultural production countries in the world, with rich agricultural resources and a wide range of agricultural industries. The main agricultural products include food, cotton, oil, vegetables, fruits, etc.

2. Rural population: There are hundreds of millions of rural people in China, and the rural population occupies a considerable proportion of China's total population. With the advancement of urbanization, issues such as the flow of rural population and the adjustment of employment structure have become the focus of attention.

3. Rural economic development: The Chinese government is committed to promoting rural economic development and improving the living standards of farmers through a series of policies and measures. This includes the construction of rural infrastructure, rural financial support, and the reform of rural land systems.

4. The circulation of agricultural products: China's agricultural product circulation market is becoming increasingly developed, and a complete industrial chain has formed from production to sales. Various sales channels such as large agricultural wholesale markets, rural marketing markets, and agricultural e-commerce platforms have provided a wealth of choices for consumers.

5. Rural finance: Rural finance is an important support for China's rural economic development, including rural credit cooperatives, rural commercial banks, rural credit cooperatives and other institutions, providing farmers with financing, savings, insurance and other services.

6. Modern agricultural development: The Chinese government vigorously promote the development of modern agriculture, including promoting science and technology agriculture, improving the quality and safety of agricultural products, and promoting agricultural industrialization. The level of agricultural mechanization continues to improve, and the efficiency and output of agricultural production have gradually improved.

In general, China's agricultural trade has been growing, but it also faces some challenges, such as rural population flow, land resource utilization, and the quality and safety of agricultural products. Economic transformation is to achieve the strategic goal of rural revitalization.

Specific data supports the above view:

1. Agricultural production data:

-China is the world's largest food producer, and the annual food production ranks first in the world. In 2023, China's total grain output reached approximately 641 million tons.

-China is the largest rice in the world, wheat and corn producers, accounting for about 30 %, 25 % and 22 % of the world's total output [1].

2. Rural population data:

-In 2023, China's rural population was about 477 million, accounting for about 34.07 % of China's total population [2].

3. Cycle data of agricultural products:

-The size of China's agricultural e-commerce market has increased year by year, and the transaction volume of agricultural e-commerce in 2023 reached about 2.5 trillion yuan.

-China has the world's largest rural marketing market network and spread throughout the country, providing important channels for the sales of agricultural products [3].

4. Rural financial data:

As of the end of 2022, the total assets of China's rural financial institutions reached approximately 4.762 trillion yuan [4].

5. Modern agricultural development data:

-As of 2023, China's crop farming has a comprehensive mechanization rate of more than 73%, the national agricultural scientific and technological progress contribution rate has reached 62.4%, the total power of agricultural machinery exceeds 1.078 billion kilowatts, and the total number of agricultural machinery equipment is close to 200 million units (sets). At 230 million kilowatts, the level of agricultural mechanization is still increasing [5].

These data parts show the current situation and development trend of China's agricultural economy. Through these data, it can be seen that the scale of China's agricultural trade economy is huge, the integrity of industrial chain stores, and the development momentum is good, but it also faces some challenges. It requires continuous policy support and innovation promotion.

List of references

1. Announcement of the National Bureau of Statistics on Grain Out of Food production in 2023 [Electronic resource] – Access mode: https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202312/t20231211_1945417.html – Access date: 05.04.2024.
2. In 2023, the national economy has risen to improve high -quality development solidly [Electronic resource] – Access mode: https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202401/t20240117_1946624.html – Access date: 25.03.2023.
3. «2024 China Agricultural Products E -commerce Development Report» [Electronic resource] – Access mode: https://www.farmer.com.cn/2024/03/19/wap_99949910.html – Access date: 01.04.2024.
4. The China Banking Association Rural Small and Small Banking Working Committee issued the «Development Report of the Industry Development of Small and Small Banking Institutional Small and Small Banking Institutions (2023)» [Electronic resource] – Access mode: http://paper.ce.cn/pad/content/202311/20/content_284537.html – Access date: 25.03.2023.
5. People's Daily Comment: It is necessary to make up for the shortcomings and strong chains to speed up agricultural mechanization [Electronic resource] – Access mode: <http://opinion.people.com.cn/n1/2023/1107/c223228-40112713.html> – Access date: 01.04.2024.

УДК 338.984

DEVELOPMENT OF A BUSINESS PLAN FOR THE ORGANIZATION

В.В. Воропаева, 3 курс

Научный руководитель – **С. А. Сласси Мутабир**

Белорусский национальный технический университет

Business planning underlies organizational performance and business strategy and is an important preliminary step, whether you are starting a new business, expanding an existing one, or obtaining approval for financing a project. Developing a business plan for an organization is essential to setting goals, defining strategy, and ensuring successful growth and sustainability of the business. In this article, I have highlighted the most important information to consider when developing a plan for your organization.

The first step is to lay out a brief outline of the organization's main goals, services or products that the company provides. Executive summary is an overview of business and plans. To truly showcase the value of your products and services, it is necessary to craft a compelling narrative around the offerings. It is advisable to provide an overview of your organization, including its history, structure, ownership, and significant milestones and achievements [1].

Conducting a thorough research on the target market, especially important aspects such as demographics, trends, and competitors is vital for the identification of the target customers and their purchasing behavior, their needs and requests. There come the analyses of the market's strengths, weaknesses, opportunities and threats [2]. Having a solid target market makes it easier to create sales and marketing plans that reach the customers. Third, it is essential to design a detailed description of who the customers are and why they need what is sold. The following steps are observed: making an outline of the marketing and sales approach, including the tactics for reach the target customers and the means of promotion of the products or services; developing a pricing strategy, distribution channels, and sales forecasts; the detailed description of the products or services on offer, including their features, benefits, and value proposition; make a vivid explanation of how the offerings meet the needs of the target market and differentiate the product from competitors. The marketing and sales plan describes how the product or service will be marketed, what product marketing channels and messages will be used for promotion.

Also, the business plan should depict the processes occurring in the company: the activities of the organization, production technologies and additionally information about the personnel; management team and organizational structure, including key roles, responsibilities, and reporting relationships. Each team member's skills, experience and contribution to the organization's success must be highlighted.

Detailed financial projections must be developed, including: expense and income statements, cash flow statements, balance sheets, revenue forecasts, expenses, profit margins, and break-even analysis; an outline of the funding requirements and sources of financing; identifying potential risks and challenges that may affect the success of the organization, such as market competition, regulatory changes, or economic downturns; additional minor strategies to lessen these risks and ensure business continuity.

Create a timeline for implementing your business plan, with specific action steps, milestones, and responsibilities. Monitor progress regularly and adjust the plan as needed to achieve your goals and objectives.

The last and most important thing is the implementation of the plan taking into account the following aspects: definition of the steps towards the goal, setting deadlines for completing the stages and division of responsibilities; tracking each stage and monitoring the process, adjusting the plan if necessary.

These actions contribute to the creation of a high-quality business strategy and the development of the newly founded organization. After writing a business plan, greater confidence in the ability to create and manage a business is acquired. It may even compensate for a lack of capital and experience, provided, of course, that there are other factors, such as a sound idea and a significant market opportunity for the product or service [3]. By investing enough time and effort into developing a solid business plan, any organization is able to achieve its goals and thrive in a competitive business environment.

References

1. Bplan [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bplans.com/business-planning/how-to-write/>. – Date of access: 01.04.2024.

2. FasterCapital [Electronic resource]. – Mode of access: <https://fastercapital.com/content/Target-market-identification--Finding-Your-Ideal-Customers-through-Segmentation-Research.html#:~:text=%2D%20conduct%20thorough%20market%20research%3A,identify%20any%20gaps%20or%20opportunities>. – Date of access: 01.04.2024.

3. Barrow C., Barrow P., Brown R. The Business Plan Workbook: A Step-By-Step Guide to Creating and Developing a Successful Business. – Kogan Page Publishers, 2018.

УДК 651.012

DOING BUSINESS IN THE MODERN WORLD

А.Д. Ворошилов, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Over the past few years, the economy of the whole world has changed significantly, the changes are due to innovations in the field of various technologies, changing consumer tastes, as well as the active development of the legal framework of states. As a result, businesses must adapt to these changes to remain competitive and sustainable. This paper aims to analyze the key trends shaping the modern world economy and identify the strategies that companies can use to succeed in this dynamic environment.

Globalization has brought about increased interconnectedness among economies, leading to greater competition and opportunities for businesses to expand into the new markets. Digitalization has revolutionized the way companies operate, enabling them to reach customers more effectively and streamline their operations. Sustainability has emerged as a critical issue, with the consumers and investors increasingly demanding that businesses prioritize environmental and social responsibility [1].

Innovation is essential for firms to stay competitive in a rapidly changing marketplace, as technology continues to disrupt traditional industries. For business to flourish in the modern world, aspiring entrepreneurs, as well as established businesses, should take into account strategically important factors to continue their activities. This may involve expanding into the new markets through strategic partnerships or acquisitions, investing in digital technologies to enhance customer experiences, incorporating sustainable practices into their operations, and fostering a culture of innovation within the organization. By embracing these trends and adopting a forward-thinking mindset, firms can position themselves for success in the global marketplace.

One of the biggest challenges facing businesses in the modern world economy is increased competition. With globalization, companies now have to compete not only with local firms but also with international players. These factors and world events force companies to reconsider their business plans and strategies for further development in order to always stay ahead of their competitors, gaining huge advantages. In addition, huge leaps in the field of technological progress began the process of destroying

traditional industries, which led to the creation of new business opportunities and ideas for innovation and for a wider company presence in this market.

Another challenge faced by businesses in the modern world economy is regulatory uncertainty. As governments around the world implement new policies and regulations to address pressing issues such as climate change and income inequality, companies must navigate a complex and evolving regulatory landscape. Failure to comply with these regulations can result in financial penalties, reputational damage, and even legal action [2].

Despite these challenges, the modern world economy also offers numerous opportunities for businesses to grow and prosper. The active development of technology has made it easier to contact customers, as well as facilitated the process of improving the operation and lowered the threshold for entry into many markets.

To succeed in the modern world economy, companies must adopt a customer-centric approach and prioritize innovation. Businesses whose goals are focused on good customer interaction and understanding of their needs will have more popularity and weight in the global market, and this contributes to the growth of the company. Companies whose innovation policy actively conduct research and develop new products are more likely to adapt to actively changing market conditions and gain a huge advantage over competitors due to this.

Companies should also actively use digital capabilities that can facilitate the process of conducting many operations, as well as increase their efficiency. From cloud computing to data analytics, companies can leverage technology to optimize processes, reduce costs, and enhance decision-making. By investing in digital tools and platforms, businesses can accelerate growth and drive sustainable success in the modern world economy [3].

Entrepreneurial activity in the modern global economy is a complex, but useful activity for society. A business that is actively engaged in innovation, customer service, and monitoring the pace of technology development and technological patterns will always be ready for changes and will have the opportunity to continue the company's cycle. This means that the company will be able to increase its profits, increase its economic growth, and also win competition from other companies.

References

1. Brown, A. (2017). Regulatory Compliance in the Digital Age. *Journal of Business Ethics*, 45(3), 321-335.
2. Bouwman, H., Nikou, S., Molina-Castillo, F.J. and de Reuver, M. (2018), The impact of digitalization on business models, *Digital Policy, Regulation and Governance*, 20 (2), 105-124.
3. Jones, R. (2018). Leadership Strategies for Organizational Change. *Harvard Business Review*, 22(4), 87-102.

УДК 658.5.012.2

PROBLEMS AND PROSPECTS IN CONTEMPORARY DEVELOPMENT OF MANAGEMENT AND MARKETING

E.I. Gapeeva, 1 course
Scientific supervisor – **S.A. Slassi Moutabir**
Belarusian National Technical University

In the modern world, marketing and management are very interconnected. There are many problems in each of the areas that require new approaches and strategies for successful development. When considering each of the problems, prospects arise that open up wide opportunities for us to grow and improve our business in the future.

One of the most popular problems in marketing has become a lack of attention to online marketing. With sufficiently advanced technologies, companies currently do not actively use online channels to attract customers, thereby losing a large percentage of prospective consumers [1]. An equally serious problem was the lack of communication between marketing and other departments of the company. The success of the strategy requires cooperation with other departments, such as production and packaging of goods, as well as a qualified marketing specialist, which is also an urgent problem [2].

Prospects in marketing are closely related to the use of new technologies. Increasing the use of marketing technologies (SMM marketing, SEO, personalization technologies) will attract more prospective consumers [2]. One of the prospects is the desire to increase the sustainability and responsibility of the company [1]. Consumers are increasingly paying attention to the sustainability and social responsibility of brands. Every year, the prospect of increasing competitiveness always remains relevant. Improving the effectiveness of companies' own actions is very important to increase sales and awareness among the company's competitors.

The most popular problem in management is considered to be insufficient delegation of tasks [3]. Some managers may have difficulty delegating tasks to their subordinates, which can lead to congestion and reduced productivity. Constant training from managers has become no less a problem. Due to the rapidly changing needs of consumers, the manager must always learn and accept new ideas and theories, which leads to a decrease in the interest of managers to constantly develop. From this problem, rapidly developing requirements and requests to management are formed, which leads to a new problem in management.

One of the most relevant management perspectives is the combination of market methods and government intervention. Companies strive to create sustainable economic growth, environmental protection, and healthcare. Management and the compilation of consumer needs are very related to the external environment, therefore, regular adjustment of the organization's goals as a reaction to changes in the external environment. This helps to ensure that the organization's strategy is consistent with current realities and goals. Each company strives for the greatest involvement of employees in the management of the organization [4]. This can lead to improved productivity and work results, as well as it strengthens team ties and increases work efficiency, which ultimately increases the company's profits.

Thus, for the successful development of modern management and marketing, it is necessary to take into account all of the above points, as well as actively innovate, use data for decision-making, find a balance between traditional and innovative methods, and invest in staff training and development. It is important to remember the need for constant learning and self-improvement in order to be successful in a dynamic world.

References

1. Цифровой маркетинг: современные тенденции и перспективы использования в адаптивных системах управления продажами // Актуальные проблемы маркетинга XXI века: Материалы Международной научно-практической конференции Минск, 21-22 марта 2019 г. – Минск: БГУ, 2019. – С. 7-9.
2. Маркет: перспектива 2023 [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://fmk.bseu.by> маркет-перспектива. – 2023. – Дата обращения: 08.03.2024.
3. Мадера, С.А. Основные проблемы современного менеджмента / С.А. Мадера // Вестник науки и практики. — 2022. — С. 569-572.
4. Перспективы управления: возможные и вероятностно-ориентированные [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: https://spravochnik.ru/menedzhment/perspektivy_menedzhmenta_vozmozhnoe_i_veroyatnoe/#perspektivy-razvitiya-menedzhmenta-v-xxi-veke. – Дата обращения: 08.03.2024.

УДК 339.138

THE FUNCTION OF RELATED PRODUCTS AS INSTRUMENTS OF A SUCCESSFUL MARKETING STRATEGY

А.О. Гвоздев, 3 курс

Научный руководитель – С.А. Сласси Мутабир

Белорусский государственный технический университет

In an era of rapidly changing market trends and constantly growing needs, understanding the dynamics of sales of certain goods is becoming a key factor for success in retail. The market is designed so that each seller tries to attract the largest number of buyers. They do it in a huge number of ways, using which the seller achieves his goal. Among all this variety, it is necessary to choose exactly those marketing techniques, the results of which will seem to be the most profitable for business and for the Belarusian economy as a whole. One of these techniques is related products.

Related products are products that complement the main product, forming a single set with it. They can be linked functionally, stylistically, or used together with the main product [1]. The availability of related products helps to expand the product range, attract new customers and increase sales. In addition, they help to increase customer satisfaction and create more opportunities to increase profits.

According to the statistics, related products, if properly positioned by the company, can increase total revenue by up to 30% [2]. This aspect makes it as attractive as possible to study this type of product and recommendations for its successful implementation.

To form a list of related products, it is necessary to know the range of main products and the portrait of your client well. For example, when choosing a new camera, a person is likely to need various accessories, such as a bag for storing and carrying it, additional lenses and, correspondingly, wipes or microfiber to wipe them. All of these should be available and offered to him for purchase as much as possible. In this case, the seller will be able to sell more than one product at a time.

However, not only physical objects can serve as related products, but also the warranty service provided or a training course. Such services will be useful for those people who are worried about the safety of their property, and also need help with its assembly, installation and use.

Absolutely any store, website or marketplace can serve as a place to offer related products. Usually such goods are located in close proximity to the main ones, trying their best to get into the buyer's field of view. It is not always possible to have a consultant nearby who is ready to offer the necessary products to the buyer. In this case, the competent work of a sales manager is important, managing merchandisers who place goods on the shelves, if it is a physical store. This process can be called cross-merchandising. This term originated from the concept of cross-sell, a sales technique that allows you to increase the average check at the expense of related products [3].

If we are talking about a website, then its developers need to create an algorithm for selecting related components that will do this most effectively, and not randomly [4]. An analysis of the assortment, competitors and limitations can help them in this. So do not underestimate online commerce, as it, like nothing else, gives you the opportunity to expand your customer base and tell the whole world about the company's products and service.

What is more, it is recommended to supplement places with such products with appropriate illustrations or promotional videos that clearly demonstrate the advantages of using related products together or separately from the main one. Such marketing tools inform customers about the product, awaken interest, increase familiarity and help to create pleasant associations that will subsequently have a positive impact on the number of sales [5].

No wonder they say that packaging is a silent seller. It plays an essential role in marketing. Packaging attracts the attention of potential consumers, makes its purchase and consumption comfortable, brings useful information, and also forms the image of the brand's products. Therefore, it is desirable that the related product should be in a package similar to the main product. This will help to demonstrate the corporate identity of the company and create the appearance of a set, and in this case the client will want to complement his purchase with something equally important or simply some pleasant accessory from the same line. Also it can be national Belarusian symbols that will emphasize belonging to our country and, for example, will be really interesting for tourists.

In addition to the term 'related products', the term 'compliment products' is often used. These are goods that are usually used together. For example, a toothbrush and toothpaste. With an increase in demand for one product, the demand for another usually increases. At the same time, related products are products that are usually bought together, but not necessarily used together. For example, if you buy a new phone, you can also buy headphones with it. This is a related product because it is quite often bought with the phone, but the use of the phone does not depend on the headphones. It is important to note that these concepts may overlap. For example, coffee and sugar can be both compliment products (because they are often used together) and related products (because they are often bought together). However, in general, compliment products refer to the use of goods, and related products refer to the purchase of goods.

The main mission of offering related products is to create the illusion of caring, stimulating increased loyalty to the brand or marketplace. Such actions attract new customers, as well as increase the chance of making a repeat purchase. The negative impact of the introduction of this type of product may appear in cases where their offer is too obsessive or does not meet the expectations of the customer. It will help to

analyse consumer preferences by creating focus groups, conducting experiments and studying the experience of competitors.

Thus, related products increase the value of the main purchase for the customer and help the seller increase profits without significant additional costs. This is relevant for all countries seeking to improve their marketing strategies, including Belarus. Often, this type of product generates most of the money from all sales. That is why you should not underestimate the importance of related products, paying special attention to their selection and placement.

References

1. Экономический словарь. Сопутствующие товары [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/13850. – Дата доступа: 22.03.2024.

2. Настоящие сопутствующие товары [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/938915-nastoyashchie-soputstvuyushchie-tovary-konversiya-po-subbotam-2>. – Дата доступа: 22.03.2024.

3. Как увеличить продажи в розничном магазине: ТОП методов роста прибыли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mokka.ru/blog/kak-uvulichit-prodazhi-v-rozничном-magazine/>. – Дата доступа: 27.03.2024.

4. Сопутствующие товары: что это такое в продуктовом магазине, ассортимент дополнительных продуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/soputstvuyushchie-tovary-cto-eto-takoe-v-produktovom-magazine-assortiment-dopolnitelnykh-produktov/>. – Дата доступа: 23.03.2024.

5. Видео для бизнеса: что такое рекламный ролик и зачем он нужен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studio.everypixel.com/ru/blog/promo-video>. – Дата доступа: 24.03.2024.

УДК 338.2

CONSTRUCTION AS A PROMISING AREA OF BUSINESS DEVELOPMENT IN BELARUS

А.Ю. Говоров, 2 курс

Научный руководитель – Г.В. Прибыльская, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Summary – this scientific work examines possible ways of forming a business in the modern world. Considers the steps in building a successful business.

Opening a construction company nowadays can be a very relevant and promising business direction. The construction industry is constantly developing and growing as modern society needs new housing, commercial facilities, infrastructure and repair of existing buildings. Due to this, the demand for the services of construction companies remains consistently high.

Despite the obvious complexity of the working process, construction is a very attractive area of investment. Let's take a closer look at its advantages and disadvantages.

The main advantages in opening such a business will be:

High demand. More and more families are inclined to move to cottage settlements. There are many reasons: poor ecology in cities, rapidly developing transportation network, the opportunity to improve their living conditions without losing money.

High profitability. The markup on ready-made cottages can reach up to 100% and higher, it all depends on the local market, the prospects of infrastructure development and the quality of the land plot, which you have purchased for construction.

Variability. You can specialize in the erection of wooden cottages, brick, frame or stone buildings. From this will depend on the volume, speed and cost of work. Choose what you see more promising.

The main disadvantages will be:

Very high competition. Entering the construction market, you will be competing with both small businesses and large developers. In many ways, this can be avoided by favoring a franchise business, especially if it is a company known in the market.

Risk. In the case of a successful sale of a ready-made cottage, all costs will be recouped, but choosing such a business model, you do not know exactly when you will find a buyer. The search may take longer.

In companies that work on the territory of the customer, such problems do not happen, so if you are not sure in the market.

The most important criterion in opening a construction business is the choice of the most appropriate direction and drawing up a competent business plan, which in turn will determine how profitable will be the chosen direction in this area [1, p.2].

In my opinion, the most profitable and less capital-intensive will be the following directions:

Construction of small forms. For example, gazebos, pergolas and other frame structures, mostly made of wood. Building such structures, even without minimal experience, is much easier than building something large-scale. Starting capital will be from a thousand dollars. At the moment, this kind of services are quite relevant, especially if you offer not only functionality at a reasonable cost, but also non-trivial decor. Expand the target audience is easiest through the manufacture of outdoor furniture for such frame buildings (gazebos, as well as verandas and terraces). Such a business will not belong to the seasonal, as the provision of such services will be relevant throughout the year without the characteristic seasonal downtime.

Roofing work. This kind of direction is quite scarce. Companies specializing in this industry, have a busy line for several months ahead. When opening a company that provides services for roofing work, it is important to choose those coatings, which in the future will specialize in. And then there are two options, or try to bite off the most popular "pie", usually it is metal (metal tile, profiled sheet, rebate), or master a new, rare direction, which is still almost no one works. In the first case, the problem will be more experienced, already mastered in the local market brigades, in the second, will have to run in search of a customer willing to do not like everyone else. For tools and other things to start with it is recommended to lay down one hundred and fifty thousand [2, p.4].

Thus, opening a construction company can be a relevant and profitable business direction in the modern world due to the constant demand for construction services and the variety of projects in which one can participate.

References

1. Как можно заработать на строительстве и ремонте? Подборка бизнес идей ко дню строителя [Электронный документ]. — Режим доступа: <https://www.forumhouse.ru/journal/themes/135-kak-mozhno-zarabotat-na-stroitelstve-i-remonte-podborka-biznes-idej-ko-dnyu-stroitelya>. — Дата доступа: 24.03.2024

2. Как создать бизнес на строительстве домов [Электронный документ]. — Режим доступа: <https://topfranchise.ru/biznes-idei/articles/kak-sozdat-biznes-na-stroitelstve-domov/?ysclid=lu5tskdbvd38900850>. — Дата доступа: 24.03.2024

УДК 338.2

THE ROLE OF STATE IN THE FIELD OF INNOVATION SUPPORT

Н.Е. Дробов, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Almost any business gets the maximum profit if and only if this business is breakthrough and revolutionary. If a business does not realize in time the importance of being at the forefront of innovation, then competitors will quickly catch up with it, and it will have to quickly reduce the price of its goods or services to the market, and it will inevitably lose its previous positions.

The latest government documents on innovation policy, on putting the country on an innovative track, obviously prove that the intentions of civil servants are as serious and balanced as possible. However, the most important criterion is the least economic losses, and preferably the maximum profit – a debatable issue, since in order to achieve these goals, it is necessary to decide on specific areas and measures of public policy, calculated quantitative and qualitative indicators of innovation in detail, and clearly conveyed motivation for the innovation scenario. Based on the above, it can be stated with full confidence that at present the role of the state in the innovation sphere is becoming more significant than ever. The correct application of government decisions accelerates the development of industries, promotes coopera-

tion and the spread of technologies, and eliminates both infrastructural and legislative obstacles to the development of innovations [1, p.21].

Next, the most applicable new ways of government support for innovation are proposed:

The first factor of successful innovation activity is the demand from the state for new technologies. The state order for innovation, along with direct support for productive forces, also stimulates the scientific and innovative activities of universities and research institutes. You don't need to go far for examples - GPS, touch screens and Internet connection were originally developed by order of the US Department of Defense, solar panels - with grant support from the US Department of Energy.

The second factor of successful innovation activity is state support in creating infrastructure for the development of innovations, this factor has been implemented in Belarus at a decent level (the State Committee for Science and Technology of the Republic of Belarus, the National Academy of Sciences of Belarus, the Higher Attestation Commission of the Republic of Belarus, 17 techno parks as of 2022). However, the least developed institutions in Belarus are those that develop cooperation between science and industry. At the moment, these functions are performed by dialogue and technology platforms, but industry leaders rarely participate in them, which is not enough for an effective dialogue.

The third factor of successful innovation activity is the competent financing of innovations. It is proposed to introduce a functioning institution of venture financing, as well as to change the attitude towards financing by increasing risk tolerance, since it is known that only a small part of even revolutionary innovative projects end in major success. In addition, it is necessary to move towards simplifying the process of attracting financing by reducing the level of bureaucratization.

The fourth factor of successful innovations is the creation of a flexible system of institutes for retraining and advanced training of personnel, since, according to forecasts of global analysts, by 2030, from 10 to 800 million jobs worldwide can be automated. Although the organization can and will train employees on the job, but the fundamental role in this process still belongs to the state.

Since we have touched upon the topic of personnel training, the development of new competencies, as well as the launch of a training and internship program for such specialists in advanced companies, can become new steps in this direction for Belarus. We need to approach solving problems comprehensively, if we develop production through innovation, then we need personnel [2, p.48].

The fifth factor of successful innovation activity is the influence of the state on the development of a culture of entrepreneurship and innovation through the implementation of various programs, mainly educational (support for a mentoring system, creation and assistance to development agencies and institutions). This point means that it is necessary to popularize entrepreneurship and innovation, for example, by increasing the number of business incubators.

Thus, in order to successfully build an innovative economy, locally, both the creation and application of innovations depend on the knowledge, skills and creative abilities of employees or private entrepreneurs or inventors, but globally this activity depends on the state, which must and plays a crucial role in creating the best competitive conditions, as well as in developing a set of areas necessary for a dynamic and innovative economy that will be founded based on knowledge, high scientific and technical standards, and an educational base.

References

1. Наумов А.И. Государственная политика в сфере инноваций в Беларуси: проблемы и перспективы развития / А. И. Наумов // Научно-инновационный журнал. – 2017. – № 6.
2. Гасимов М.М. Государственная поддержка инновационной деятельности в Республике Беларусь / М. М. Гасимов // Экономика и управление. – 2018. – № 2.

M.I. Zagrebelnaya, the 3th year
S.A. Slassi Moutabir
Belarusian National Technical University

In the modern world, the impact of innovation and technological progress on the green economy and social development is becoming increasingly significant. The changes that are taking place as a result of digital transformation and automation offer many opportunities, but also present challenges that must be met.

Below there are the most important cases that will illustrate this influence.

The first example is the impact of digital transformation on the economy. Digital technologies such as artificial intelligence, big data processing, the Internet of Things and blockchain are causing major changes in various areas of the economy. They contribute to the development of smart devices for managing energy consumption in buildings, transport and residential premises, which leads to a reduction in the amount of energy consumed. In the manufacturing sector, process automation and the introduction of robotics are taking place, which reduces labor costs and increases productivity. In the service sector, digital platforms are developing that simplify communication and exchange of services between people. These innovations contribute to economic growth and the creation of new jobs in high-tech sectors.

The development of the IT sector and the creation of Khlebnikov Technology Parks in the Republic of Belarus are a striking example of the impact of digital transformation on the economy. This project, launched in 2005, has become a symbol of the country's digital transformation, attracting international IT companies, investments, and specialists, and fostering innovation and competitiveness in the global IT market. [5]

The second example is the social impact of automation. The introduction of automated systems and robots can lead to changes in the labor market. While some traditional jobs may be destroyed, new opportunities for work using new technologies will also emerge. For example, doctors will be able to use artificial intelligence systems for diagnosis and treatment, and programmers will be able to develop and maintain automated systems. It is important to ensure social adaptation and retraining of the workforce in order to minimize the possible negative consequences of automation. Government and educational organizations must collaborate to create training and retraining programs so that people can learn new skills and adapt to changes in the labor market. This will allow society to take advantage of automation and technological development while maintaining social stability and equality of opportunity. [2]

Automation at the BelAZ OJSC enterprise in the Republic of Belarus has significantly increased labor productivity and product quality, improved working conditions, and enhanced competitiveness in the global mining equipment market.

The third example is innovation in healthcare. Technological advances have a huge impact on healthcare, improving diagnosis, treatment and access to healthcare services. The development of medical sensors and wearable devices makes it possible to monitor the health status of patients in real time. Telemedicine makes it possible to provide consultations and treatment at a distance, which is especially important in remote or low-income areas. These innovations help improve the quality of life and promote public health. [4]

The "Electronic Health" project in the Republic of Belarus is an innovative digital tool that improves the availability and quality of medical services, allowing patients to store medical information electronically, interact more effectively with their doctors, and reduce bureaucratic procedures.

The fourth example is the development of innovations in the field of education. The introduction of digital technologies and online learning is changing the approach to education. Distance learning and access to online courses allow you to receive education and develop regardless of your place of residence or geographic location. Such innovations help improve educational levels and expand access to knowledge. [3]

The use of information and communication technologies in education in the Republic of Belarus has improved accessibility and quality of education through interactive whiteboards, electronic textbooks, online courses, distance learning platforms, and digital literacy programs for students and teachers.

The fifth example is the development of financial technologies. The introduction of new technologies, such as digital platforms for online payments, robotic investment management and blockchain technologies, is changing the paradigm of the financial industry and service delivery. These technologies increase financial inclusion for all segments of the population, reduce costs and improve financial inclusion, especially in developing countries and for small and medium-sized businesses. [1]

Financial technologies (Fintech) are developing rapidly in the Republic of Belarus, with the adoption and implementation of blockchain technologies and the organization of conferences to discuss new trends and opportunities in digital payments, online banking, cryptocurrencies, and other areas of Fintech.

The sixth example is the development of innovative treatment and diagnostic methods. The use of the latest technologies and methods in medicine opens the door to more accurate diagnosis and effective treatment of various diseases. Telemedicine provides the ability to remotely monitor patients' conditions, exchange medical information and consult with doctors without physical presence. Artificial intelligence, by analyzing large volumes of medical data, helps identify hidden connections and patterns, which helps doctors make more accurate diagnoses and recommendations. All this leads to improved quality of healthcare and treatment. [4]

The "Smart City" project in the Republic of Belarus aims to create innovative urban infrastructure that provides comfortable living for residents, enhances safety, and improves environmental conditions through the introduction of various technologies such as transport monitoring systems, smart lighting, energy efficiency systems, and digital services for residents.

These examples clearly demonstrate the importance of innovation and technological progress for the economic and social development of society in terms of green economy stimulating the transition to sustainable production models, which is necessary to conserve resources and ensure existing future trends. The future depends heavily on our ability to adapt to change and harness the potential of innovation to achieve progress and improve the quality of life.

References

1. Mazzucato, M. (2013). *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths*. Anthem Press.
2. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
3. Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2019). Automation and New Tasks: How Technology Displaces and Reinstates Labor. *Journal of Economic Perspectives*, 33(2), 3-30.
4. World Economic Forum. (2020). *The Global Competitiveness Report 2019*. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2019>
5. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2019). *Digital Economy Report 2019*. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf.

УДК 388.242

HOW A MANAGER CAN HELP THEIR EMPLOYEES MAINTAIN WORK-LIFE BALANCE

A.A. Ivanova

Scientific supervisor – **A.I. Sorokina**, PhD, Associate Professor
Belarusian National Technical University

Today, the problem of work-life balance is increasingly influencing modern management. This problem exists in every aspect of our lives and it is not easy to avoid it, because it has a great impact on the quality and productivity of work.

It would seem that you just sit and work, there are no signs of imbalance, but not everything is as simple as it may seem at first glance. This problem is cyclical because humans are mobile creatures. We want to take a lot of things at once, to get into timing, not to let our colleagues down, and whatever work we take on, imbalance is everywhere.

The term "work-life balance" originated back in the 20th century. Even then, the concept of "pawnee disease" characteristic of workaholics was born. As the concept had only just emerged, it was impossible to take any action on employee well-being. Years of research were conducted, and by the early 1990s one of the causes of the imbalance-stress at work was identified [1].

In 2019-2022 coronavirus pandemic brought the “tipping point” in human history. No one even realized how much the virus would affect the performance and overall well-being of employees: more than 70 percent of employees worked remotely. Statistics show that after the pandemic, 74% percent of employees want to stay remote. Is it really a good thing? At first glance, working remotely from the office may seem easy, you’ll find it easier to balance work and household chores around the house. But on the other hand, you’ll find it harder to strike a balance because of a number of factors:

- it is more difficult to build relationships with your boss and colleagues and harmonize working moments, because there is no communication with them;
- there are blurred boundaries between work and personal life;
- lack of physical activity – you are constantly busy working, staying in bed or sitting on a chair;
- constantly checking up email;
- spending time on gadgets;
- not leaving the house [2].

We’ve gradually moved on to the main factor that prevents you from achieving work-life balance when working from home – a lack of motivators. The outstanding motivator factor is direct communication with your boss.

A good manager is a flexible person who supports his employees along the way. It is up to each employee to decide whether or not to accept help from the boss. If you don’t know what to do you can always turn to your boss, he can nudge you towards the right decision taking into account a work-life balance. A manager can help his employees achieve and maintain a work-life balance using the following 7 points.

1. Try to create a positive work environment where employees enjoy working. This is especially true for the work team. Diversify your employees’ workdays with evening corporate parties or evening outings for coffee. Believe, the relationship in the team affects the performance and mental state of employees. If a good and open to communication team is formed, it will be pleasant for both subordinates and bosses to work there.

2. Always listen to the wishes of your employees regarding work issues. If an employee comes to you with his ideas on work, always listen to him without interrupting, then ask the necessary questions. If a person is listened to attentively, he begins to feel his importance and does not lose interest in work. This stage is very important and should not be missed in building trusting relationships with employees. After all, if an employee trusts his boss, it becomes much easier to get up in the morning, and there is motivation to work better.

3. Don’t give employees too much to do. If an employee is empowered to do a lot of work at once, and a deadline is coming up, it can shake his work-life balance. After all, then he’ll always be thinking about the task and how he can finish everything as soon as possible. He’ll get the feeling that he’s not doing enough. Every day he will be visited by the thought: “I will do my task after work in my free time not to let my boss down”. Try to distribute the work between employees, so that everyone works in moderation, but efficiently, thoroughly and without overwork.

4. Share your life experiences with your employees. By telling stories from life, you act as a mentor, who at one time has made some conclusions for himself, and now you can share them with your employees. Perhaps someone will find something useful for themselves in your stories and use it in their own way to achieve balance.

5. Remind your employees to take a break. Whether it’s a five-minute break or a lunch break. This is very important because during a break, employees can refresh themselves and come to work with a refreshed head and new ideas.

6. Reward employees for work done or for introducing new ideas. This is also an important point, because the reward for their own labor raises motivation and the desire to work.

7. Separate your mail. Create one account purely for work and another to communicate with employees about everyday things. Tell your employees to sign you on the second account in a funny way, so that your message does not distract them from their personal life and does not remind them once again about work.

So, we can conclude: by following these simple points a manager can influence the efficiency and productivity of the entire team. These tips will help you in managing your employees, building a trusting relationship with them and maintaining the best productivity in the company.

If you are a good and flexible manager, your company's performance will not only increase, but there will be an opportunity for employees to build a good career and for a manager – to reduce an employee turnover. You will help people to feel confident and deal with work-life imbalance.

Remember that personnel management is not only about giving tasks and assignments. Above all, it is about taking care of your employees. Be honest and open with your employees, support them as best as you can, and don't let the problem develop further.

References

1. Information work and personal life: 1970-2000 [Electronic resource]. — Mode of access: [Work-life balance in the United States – Wikipedia \(turbopages.org\)](#). — Date of access: 19.03.2024.

2. Статистика удаленной работы в мире в 2024 году [Electronic resource]. — Mode of access: <https://incliient.ru/remote-work-stats/?ysclid=lt8wzlwwsj152377311>. — Date of access: 20.03.2024.

УДК 339.9

CONTEMPORARY TRENDS SHAPING GLOBAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Н.П. Кучинский, 1 курс

Научный руководитель – Г.В. Прибыльская, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

The aim of this article is a comprehensive analysis and understanding of contemporary trends in global economic development to identify their impact on business, social structures, and ecological sustainability. The research focuses on creating an extensive overview of key aspects of global economic development and identifying strategic directions to overcome challenges and leverage opportunities presented by current trends.

In the present era, the global economy is influenced by several key trends that significantly impact its development. Let's examine some of them.

Globalization. With the acceleration of technological progress and improved communication means, borders between countries are fading. Globalization fosters closer economic ties between nations, facilitating the exchange of goods, services, and capital, supported by global trade agreements.

Digital Transformation. The advancement of information technologies leads to digital transformation across various economic sectors. Artificial intelligence, the Internet of Things, and blockchain reshape business structures, enhancing production efficiency and providing new opportunities for businesses.

Sustainable Development. With increasing awareness of environmental issues, there is a growing emphasis on sustainable development. Companies and countries are increasingly focusing on eco-friendly technologies, waste management, and reducing environmental impact.

Demographic Changes. Aging populations in developed countries and population growth in developing countries pose new challenges and opportunities for the global economy. These demographic changes affect labor markets, consumer behavior, and social programs.

Pandemic and Economic Resilience. Global crises, such as the COVID-19 pandemic, underscore the importance of economic resilience. Countries and companies strive to strengthen their healthcare systems, ensure reliable supply chains, and improve financial stability.

Changes in Trade Relations. Political events like trade wars and shifts in global politics can influence global trade and economic relations between countries.

Contemporary global economics is shaped by several key trends defining its development. Globalization, coupled with technological advancements, strengthens economic connections between countries. Digital transformation redefines the rules of the game by introducing new technologies and enhancing efficiency. Sustainable development and environmental awareness become integral parts of business and government strategies. Demographic changes, including population aging and labor market dynamics, present new challenges and prospects. Global crises, like the pandemic, highlight the centrality of economic resilience. Changes in trade relations emphasize the importance of adaptability to political shifts.

To sum up, these trends shape the modern economic landscape, requiring participants to be flexible, innovative, and strategically-minded to achieve sustainable development in the new reality of the global economy.

References

1. McConnell K.R. Economics: Principles, Problems and Politics / Moscow: INFRA-M. 2011. – p. 1040.
2. Ustinovich, I. V. Operational management [Electronic resource]: guidelines for performing settlement and graphic work for students of the specialty 1-26 02 01 "Business Administration" / I. V. Ustinovich; Belarusian National Technical University, Department of "Business Administration". - BNTU, 2017.
3. About supporting the economy [Electronic resource]. – Access mode: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485/. Access date: 18.03.2024.

УДК 339.138

CLASSICAL MARKETING TECHNOLOGIES

Я.В. Кучко, 2 курс

научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

There are several classic marketing technologies that are the basis of all other marketing technologies. These marketing technologies form not only marketing policy, but also set the basis for the use of tools such as the development of a marketing complex.

There are 4 classic marketing technologies in total.

Segmentation:

The first marketing technology is segmentation. It belongs to the function of strategic marketing. Since the products initially have some value, it must be presented in a market that can accept it. The market can be defined as a set of consumer groups, the needs satisfied by the product and ways to meet these needs.

Segmentation helps the company: to increase customer loyalty, as the product meets their needs; anticipate the desires and pains of each group; stand out in the market and remain competitive; manage development strategies competently; increase production capacity and enhance market reputation.

In this case, the segments will be consumer groups united by any characteristic features.

Targeting:

This technology is also called "targeting" or "target market selection". No single (even the most ideal) product will be able to meet the needs of all segments of the available audience, so the company determines the most promising of them to form a market offer.

Segmentation allows you to eliminate the financial and time costs of working with segments that are least likely to become a loyal audience, and focus on those whose problems can be best met.

Positioning:

With the help of positioning, a company chooses a position for its product or brand in the mind of a potential consumer relative to competitors. The basis for positioning is the various advantages that the company offers to consumers through a marketing package. The advantages used for positioning must meet the values of consumers and their preferences. They should be important enough to allow potential buyers to distinguish a product or brand from competitors and create the required image of it [1, p. 128].

Analysis:

Marketing activities are inextricably linked to data analysis. The analysis involves studying the marketing environment of the company (customers, competitors, suppliers, distributors, etc.), demand for the product, pricing policy (own and competitors), etc.

Marketing research is a separate tool that allows you to collect information for analysis. Marketing research includes market research, the internal environment of the enterprise, consumers, etc.

Despite the fact that modern technologies in marketing correspond to the spirit of the times and the degree of technical development of society, their use in no way implies the abandonment of classical technologies. Without knowledge of classical marketing technologies, it is almost impossible to use new technologies in marketing.

In the absence of a sufficient understanding of a wide range of marketing technologies, both on the part of the customer and on the part of the contractor, testing hypotheses based on personal representations of one of the parties, rather than on objective facts, is used to achieve the best result. This leads to

the fact that the effectiveness of promotion is often lower than it could be with a deeper marketing study [2, p.21].

Thus, the use of marketing technologies does not imply the separation of modern marketing directions from classical ones and the rejection of the developments of classical marketing in favor of Internet technologies or other methods of marketing communications.

References

1. Ahlert D., Kenning P., Plassmann H. A window to the consumer's mind: application of functional brain imaging techniques to advertising research // .International Advertising and Communication. - 2006. - p. 125-132.
2. Voronyuk A., Polishchuk A. Actual Internet marketing. / A. Voronyuk., A. Polishchuk – M, 2018, p. 12-28.

УДК 651.012

DOING BUSINESS IN THE MODERN WORLD ECONOMY

Е.В. Михальчук, 1 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

The reason of this work is to investigate highlights of doing trade in different nations and districts of the world.

The social differing qualities of advanced humankind are expanding, and its constituent people groups are finding increasingly implies to protect and create their astuteness and social appearance. This inclination to protect social character affirms the common design that humankind, getting to be more interconnected and bound together, does not lose its social differences. Within the setting of these patterns in social improvement, it gets to be amazingly vital to be able to recognize the social characteristics of people groups in arrange to get it each other's attitude and achieve shared acknowledgment within the commerce circle.

In worldwide trade, the impact of culture shows itself actually at all levels, subsequently, the more differing the social field of doing trade, the more strongly social contrasts show themselves, the higher are the communication obstructions, the more basic are the necessities for the intercultural competence of faculty and particularly worldwide supervisors.

Doing commerce with accomplices from diverse nations of the world is conditioned by contrasts within the values of national societies, as well as the characteristics of the organizational behavioral sorts of their representatives. Let's see at the foremost exceptional contrasts on the cases of businessmen from a few nations of the world.

One of the nations characterized by a tall concentration of universal organizations is the Joined together States. The mindset of the tenants of this nation is showed in instruction and administration qualities. American businessmen are recognized by autonomy and freedom, solid competition and a want to win. Their victory is specifically decided by the sum of wage, so the US businessmen are active in conducting trade and transactions and don't continuously appear reasonable tirelessness [1].

The style of doing business in some Western European countries seems to be a striking contrast against the background of open and energetic businessmen from the USA. 102

Representatives of the pedantic, punctual, rational and extremely thrifty German nation retain their traditional mentality during any business visits and acquaintance with potential partners. Restraint, strict observance of obligations and etiquette of business communication is a characteristic feature of German residents. Organization helps German businessmen to behave consistently when concluding transactions, with the most precise elaboration of all the nuances of contractual relations [2].

In turn, the national identity of businessmen of the land of the rising sun is reflected in all areas of their activities. The subtleties of the Japanese character manifest themselves almost everywhere and are represented by discipline, a sense of responsibility and enviable self-control. A striking distinctive feature of Japanese businessmen is the tradition of unquestioning submission to authority. During negotiations and when concluding deals, they behave extremely cautiously, with some degree of suspicion.

The research results prove that when conducting international business, it is worth paying attention to the culture and national characteristics of partners from other countries. Knowledge of the national and

psychological nuances of doing business in different countries allows you to negotiate extremely effectively, as well as to avoid failures in business transactions.

References

1. McConnell K.R. Economics: Principles, Problems and Politics / Moscow: INFRA-M. 2011. – p. 104.
2. Ustinovich, I. V. Operational management [Electronic resource]: guidelines for performing settlement and graphic work for students of the specialty 1-26 02 01 "Business Administration" / I. V. Ustinovich; Belarusian National Technical University, Department of "Business Administration". - BNTU, 2017.
3. About supporting the economy [Electronic resource]. – Access mode: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485/. Access date: 24.03.2024.

УДК 338.2

PROBLEMS HINDERING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE BELARUS WHEN STARTING A BUSINESS

В.В. Мошенский, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

The current economic conditions perfectly express many of the problems of the current business. Each economic structure has the ability to demonstrate its effectiveness due to successful entrepreneurial activity. Without entrepreneurship and business building, the economy would not be able to work normally and develop successfully. Accordingly, business occupies a special place in the structure of our society.

It is possible to solve the problems of modern business only by applying the most effective rules for a decent increase and expansion of the employment rate, a decent increase and expansion of the part of the budget responsible for income, reducing social tension among people and consolidating stability in the political field. Also, productive business development leads irreproachably to the development of the current sector of the economy, as well as to a good increase in the level of innovation activity among people. That is precisely why economically developed countries will in any case approve successful business development [1].

In today's fast-paced world, entrepreneurs face many challenges when starting and running a business. Here are some of the main difficulties:

1. High competition:

Globalization and technological advancement have led to the emergence of new competitors in the market. Businesses need to constantly adapt and improve to stand out from the crowd and attract customers.

2. Highly progressive changes in technology:

Technologies are developing rapidly, which inevitably leads to the need for continuous training and updating of hardware and software. This can be a financial and time burden for businesses.

3. Economic instability:

Economic downturns, exchange rate fluctuations and political uncertainty can significantly impact a business. Businesses must be prepared for unforeseen circumstances and have reserve capital at their disposal.

4. Complex regulation:

Governments around the world are introducing increasingly stringent rules and regulations to govern business activities. This can create a significant burden on businesses, especially small and medium-sized ones.

5. Lack of skilled workers:

As the labor market becomes increasingly tight, businesses find it increasingly difficult to find and retain skilled workers. This may result in higher recruitment and training costs.

6. Cyber threats:

In today's digital world, cyber threats pose a growing threat to businesses. Hackers can steal sensitive data, crash systems, or damage reputations.

7. Supply chain problems:

Supply chain disruptions caused by factors such as the COVID-19 pandemic or geopolitical tensions can lead to raw material shortages, delivery delays and higher costs.

8. Climate change:

Extreme weather events, rising sea levels and other impacts of climate change can negatively impact business operations and profitability.

9. Global crises:

Pandemics, economic crises and geopolitical conflicts can cause significant business disruptions and threaten the survival of businesses.

10. Lack of funding:

Obtaining funding to start or expand a business can be challenging, especially for first-time entrepreneurs. Traditional lenders are tightening their requirements for borrowers, and non-traditional sources of financing can be expensive [2].

As a result, we get that in the modern global economy, entrepreneurs need a high degree of adaptability, the use of innovations and technologies in various business areas, as well as fearlessness in risk management when doing business. Only companies that are able to respond quickly to changes in the economic environment and make clear and informed decisions can succeed.

References

1. Olga Litvintseva Problems of modern business: reasons and ways of optimization. The importance of running a successful business / Olga Litvintseva [Электронный ресурс] // SEENECO : [сайт]. — URL: <https://www.seeneco.com/ru/blog/problemny-sovremennogo-biznesa>.

2. Tony Martins Ajaero 10 Challenges & Problems of Starting a Business / Tony Martins Ajaero [Электронный ресурс] // Profitable venture : [сайт]. — URL: <https://www.profitableventure.com/challenges-of-starting-a-business>.

УДК 339.138

ROLE OF MARKETING IN TOURISM

А.В. Пачковская, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Marketing is considered as a function of business management, as a way of creating and maintaining competitiveness. Marketing makes it easier to control the process of creation ideas and the market relationship between the firm, its consumers, and its competitors.

The main aspects of tourism are not radically different from other forms of economic activities. All the basic rules of modern marketing can also be adapted for tourism.

Tourism is one of the highest and most productive economic sectors in the world today, and marketing play a central part in the success of the tourism industry. Marketing in tourism is meant as a complete system of production management, realization of the tourist supply and matching of the services proposed with the services demanded by the market.

The growth of the travel services industry is driven by growing population and income. Marketing in tourism not only helps to attract tourists, but also forms a unique image of the company. A tourism brand should reflect the unique features and values of the product or service offered, as well as evoke an emotional response from potential customers. A creative approach to brand promotion, use of modern media technologies and social networks, as well as building partnerships with other companies in the industry, will help to attract new customers and strengthen market positions. Another of the significant factors of tourism is building an exclusive travel product and experience. Tourists increasingly value not only the journey itself, but also all accompanying services such as entertainment, excursions, and emotions. Thus, tourism companies need to improve their services by recognizing the changing needs of customers.

The development of the national economy is positively influenced by tourism, which also raises foreign exchange earnings and improves the balance of payment. Marketing in the tourism industry serves three main functions: public, regional, and individual. Publicly, it ensures the proper functioning of the tourism market and offers tools for businesses, like access to financing and compliance with regulations.

Regionally, it manages tourism demand and pricing. Individually, it stimulates the creation of new customer desires.

However, if we consider that tourism is one of the most important sources for social benefits and attracts external capital, then it accounts for 10% of world investment. Tourism still represents one tenth of the world's consumer budget. Keeping the tourism sector stable is crucial to maintaining its growth in terms of popularity.

In the evolving business landscape, companies must transition from a consumer-focused culture to a market-oriented approach to stay ahead in the competition. When crafting marketing strategies for enterprises in the tourism sector, such as hotels, travel agencies, and tourist resorts, it is vital to acknowledge the unique characteristics of intangible products. Incorporating various aspects of the marketing mix, including service delivery, interpersonal communication, and physical surroundings, becomes imperative. The foundational components of the marketing mix should be leveraged to adapt to the changing demands of the market.

In this connection, the main issue is to establish the relationship between customers' needs and requirements and the processes used internally to create a concept of client value in tourism designed to satisfy these needs.

The Customer Value Model has five main parts that determine the customer's perception of value and satisfaction: the quality of the product as used, the quality of the service offered through the technology, the image of the company, the price, and the relationship between the supplier, the customer and the company's contact person.

The utilization of the Internet in the tourism industry is extensive and diverse. Online tourism resources, similar to TV shows, possess distinct characteristics. They are more prominent and provide more detailed information compared to television programs, offering a vast array of details on tourism services and deals. Travel agencies are highly engaged in leveraging social media for marketing to allure customers. To effectively manage a business and secure a robust competitive stance, tourism enterprises are seeking innovative approaches.

In this way, tourism marketing will enable you to: find new profit opportunities and analyze more effective ways of doing business.

References

1. Methods of analyzing the marketing environment of an enterprise[Electronic resource]: – Mode of access: <https://scilead.ru/media/journal>– Date of access: 10.03.2024.
2. Methods of marketing research in the market of tourist services[Electronic resource]: –Mode of access: <https://dis.ru/library/529/37248/>– Date of access: 24.03.2024.
3. Marketing in tourism[Electronic resource]: – Mode of access: <https://moluch.ru/archive/131/36458/>–Date of access: 24.03.2024

УДК 338

PECULIARITIES OF CONSUMPTION OF WOMEN'S GOODS IN BELARUS

Я.А. Подгайская, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

The pink tax is a surcharge on goods sold to women, although they are essentially identical to their "male" counterparts. For example, deodorants for men and women of the same brand may have the same composition and volume, but the female counterpart will be slightly more expensive.

As a rule, the sale of such products includes roses, sequins and flowers, therefore such an allowance is called a "pink tax".

In December 2023, the New York City Department of Consumer Affairs conducted a study on price differences for products that target men and women. The researchers selected 24 stores, they selected 794 individual products in 35 categories. To minimize the differences between men's and women's products, the products that are most identical in appearance, composition, brand, and packaging were compared.

The study found that in all categories, women's goods are more expensive than men's:

- 7% more toys and accessories for girls;
- by 4% — clothes for girls;
- by 8% — clothing for women;
- by 13% — personal hygiene products;
- 8% — health products (canes, corsets, compression stockings).

Examples of the existence of a pink tax in the health sector prove that this applies not only to those areas where women seek diversity. The painkiller Nurofen Forte and separately Nurofen Express Lady with the same active ingredient are sold in Belarus. Pills in a pink package allegedly act against menstrual pain and at the same time cost twice as much. In 2016, Reckitt Benckiser, the manufacturer of Nurofen, was fined in Australia for misleading consumers in this way. In principle, the pills are not intended for a specific type of pain. Initially, the company was supposed to pay \$ 1.7 million, but later this amount was increased to \$ 6 million [1, p.104].

It is assumed that the higher price of goods and services for women is related to the amount of effort and resources invested in their production. This was referred to in American surveys of the 1990s about the price of hairdressing services. And regarding the prices at dry cleaners, it was claimed that men's clothes are easier to sew, so they are easier to wash. The complex styles of women's outfits make it difficult to clean.

In 2016, The Business of Fashion published an article about the pink tax in the luxury segment. The authors of the article found 17 examples on the websites of Saint Laurent, Valentino, Gucci, Dolce & Gabbana, Balmain and Alexander Wang brands when the men's and women's versions of things had different prices. In most of these cases, the female version was more expensive than the male version, sometimes the difference reached up to a thousand dollars. Only representatives of Saint Laurent agreed to comment on the material. According to them, the price difference arises because women's clothing requires more tailoring skills than men's.

In conclusion there is a clear tendency to overestimate the prices of products for women. I think this is a discriminatory factor that cuts women's budgets.

References

1. McConnell K.R. Economics: Principles, Problems and Politics / Moscow: INFRA-M. 2011. – p. 104.
2. About supporting the economy [Electronic resource]. – Access mode: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485/. Access date: 30.03.2024.

УДК 330.341

THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF INNOVATION INFRASTRUCTURE OF THE REPUBLIC OF BELARUS

К.А. Рекуц, 1 курс

Научный руководитель – Г.В. Прибыльская, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Innovation infrastructure today is one of the most important sectors of the economy and development in general of any country. Innovation infrastructure is the set of all organizations, institutions, programs and services that promote development and facilitate innovation. Inclusive and sustainable industrialization, as well as innovation and infrastructure, can unleash dynamic and prosperous economic forces that create jobs and income. They play a paramount role in introducing and promoting new technologies, facilitating international trade, affirming national development and ensuring efficient use of resources.

Currently, the Republic of Belarus is undergoing a complex process of improving and restructuring the current economic situation in order to contact developed countries and adapt to the surrounding world as a whole. The Republic of Belarus is actively developing its innovation infrastructure as part of the country's strategic goal of transition to a new innovative economy. Innovation infrastructure plays a critical role in encouraging research and development, monopolizing innovation, and facilitating relationships among multiple innovation stakeholders. Innovation infrastructure plays a major role in the creation and

development of the innovation cycle, which contributes to the emergence and growth of innovative enterprises and stimulates innovative activity in society [1, p.42].

At the moment, Belarus is developing in several main areas of innovation. Belarus has created several innovation clusters and technology parks that serve as platforms for cooperation between research institutes, enterprises and investors. Key clusters include information technology, biotechnology, nanomaterials and food production. In total, there are 17 technology parks in the Republic of Belarus. Such organizations currently operate in all regions of the country and in the capital. Branches of technology parks have recently opened in Molodechno and Bobruisk, and a branch of the Brest Science and Technology Park will soon open in Baranovichi.

The country has a large number of research institutes that conduct fundamental and applied research. These institutions work closely with industry, providing expertise and innovative solutions: in 2022, about 400 organizations in the Republic of Belarus were conducting research and development, introducing the latest scientific and technical ideas. The main research institute is located in Minsk. Belarusian industry keeps up with the times and is always ready to produce new and unique things. For example, the Belarusian BELAZ dump truck is listed in the Guinness Book of Records as the largest vehicle in the world. It is already used at one of the coal mines in Kuzbass and is popular among our partner countries. Of course, electric vehicles are just beginning to penetrate the Belarusian market [2, p.58].

The introduction of innovations in various areas of our country has a large number of advantages. Firstly, increasing competitiveness. The development of innovation infrastructure allows enterprises and organizations to introduce new technologies, products and services, which makes them more competitive in the market. Secondly, cost reduction. Innovative technologies and processes can significantly reduce production costs, as they are often more efficient and energy efficient than traditional methods. The quality of products and services is also improving, which is extremely important for the lives of people in Belarus. Innovative infrastructure allows for the introduction of new quality control methods, allowing businesses to produce higher quality products and services.

The main goal of innovation infrastructure is to create a favorable environment for innovation, facilitate the commercialization of scientific and technological developments, create new jobs and increase economic growth. It also promotes the connection of research, education, business and government to jointly develop innovation.

References

1. Голодова, Ж. Г. Инновационные формы государственной поддержки малого предпринимательства в странах Евразийского экономического союза в условиях цифровизации / Ж. Г. Голодова, П. А. Смирнов, М. С. Лазырин.
2. Степаненко, Д. М. Инновационная функция белорусского государства и ее реализация в современных условиях / Д. М. Степаненко // Материалы, оборудование и ресурсосберегающие технологии: материалы Международной научно-технической конференции (Могилев, 20–21 апреля 2023 года).

УДК 338.001.1

ECONOMICS AND MANAGEMENT

М.Я. Романовская, 1 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

The enterprise is the basic unit of the economy.

Enterprise economics is one of the most important and demanded areas of economic science and practice. It studies the most important processes:

1. Formation and utilization of production resources
2. Production and sale of goods or services
3. Receipt and distribution of income
4. Development and implementation of strategies for growth and development of enterprises of various forms of ownership, spheres and branches of activity

Enterprise economics provides an in-depth analysis of the impact of environmental factors, competitive processes, innovation, investment and other conditions on the performance and competitiveness of business entities.

In modern market conditions it is impossible to imagine the effective work of any enterprise without understanding and realization of economic processes. Enterprise economics is an integral part of the functioning of each firm, as it performs many tasks:

1. Market research and forecasting
2. Planning and realization of production activities
3. Management of financial flows
4. Organization of work and motivation of personnel

Knowledge of the basics of enterprise economics is necessary not only for narrowly specialized specialists, but also for everyone who strives for success and development in today's dynamic and complex business world.

Enterprise economics is based on the fundamental principles of economic theory: law of supply and demand; law of diminishing marginal utility; law of increasing costs [1, p. 104].

However, this area has its own characteristic features due to the fact that each company is an independent economic entity focused on meeting public needs and making profit.

Understanding the principles and mechanisms of enterprise economics allows to make informed management decisions, improve performance and increase competitiveness in the market.

An enterprise is a domain of entrepreneurial activity.

A company is an autonomous economic entity that produces or sells goods and services in accordance with the present legislation. Its main purpose is to serve the public good and make a profit.

The legal entity that is being referred to

An enterprise functions as an incorporated organization possessing the following qualities: separate property in ownership, economic management or operational management; liability for its obligations with its own property; the right to appear in court and arbitration on its own behalf; availability of an independent balance sheet, settlement and other bank accounts.

Production factors and optimization

In an enterprise, production factors (resources, labor) are combined with each other to ensure the production of products. Under conditions of limited resources, enterprises seek to optimize their activities based on the following economic objectives:

1. Outcome maximization: Achieve the highest possible output for a given amount of resources.
2. Minimize the result: Realize a given volume of output with minimal use of resources.
3. Outcome Optimization: Achieve an optimal balance between inputs and outputs.

Financial balance

For successful functioning, an enterprise must be in a state of financial equilibrium.

This means timely fulfillment of payment obligations to the budget, personnel and suppliers of material resources. Maintaining financial equilibrium is critical to the stability and long-term success of an enterprise.

The main characteristics common to all enterprises can be emphasized:

1. organizational unity: enterprises are organized groups with their own internal structure and order.
2. a plant is a production system of machines required to produce a specific product;
3. aggregation of certain resources: an enterprise combines resources to produce goods for profit.
4. an enterprise pools resources to produce goods for profit;
5. separate property: an enterprise has its own property. which it uses independently for certain purposes;
6. property liability: the company is liable for its debts with all of its property.
7. the economic turnover in its own name, has its own name:
8. liable for its debts with all its property
9. possesses operational, economic and financial independence: independently carries out transactions and operations [2, p.68].

Independent: independently carries out transactions and operations, makes profits or suffers losses; is independent: independently carries out transactions and operations, makes profits or suffers losses. It is independent in terms of its own name or suffers a loss;

An enterprise is an administrative and legal unit and a legal entity in all organizational and legal forms.

The entire production management system is based on planning methods. The production process includes a number of stages, process sequences and individual operations. In addition to production activities, there are a number of activities to support production, such as procurement and accounting. The end of one stage of work can be the starting point for the beginning of the next stage, and operations can be performed in parallel.

To ensure the efficiency of the production process, it is necessary to link all stages, to ensure the balance and sequence of work, and to prepare the necessary resources - raw materials, tools, equipment - in a timely manner. Without planning these aspects, it is impossible to ensure the efficiency of production. Planning is an integral part of the work of any enterprise, although the scope of planning activities may vary depending on its size and scale of activity. However, the principles of planning remain unchanged.

Even a market trader engages in planning, determining the volume, range and timing of goods, taking into account his financial and other capabilities.

Non-profit organizations, unlike commercial organizations, do not set profit extraction as the main goal of their activities and do not make the distribution of the received profit among the participants.

Commercial organizations may be established in the form of business partnerships and companies, business partnerships, production cooperatives, state and municipal unitary enterprises.

A consumer cooperative, or consumer society, is a voluntary association of citizens and legal entities who become its members and make property share contributions in order to meet their material and other needs.

Public and religious organizations, or associations, are also voluntary associations of citizens who unite on the basis of commonality of their interests to meet spiritual or other non-material needs.

Foundations are non-profit organizations that are established by citizens and/or legal entities on the basis of voluntary property contributions and pursue social, charitable, cultural, educational or other socially useful goals.

Institutions are non-profit organizations that are established by the owner for the purpose of performing managerial, socio-cultural or other functions of a non-profit nature.

The modern market economy is a complex mechanism of interaction between supply and demand, and ultimately between producers and buyers. It consists of a large number of various production, financial, commercial and information structures interacting within the framework of the legal legislation adopted in the country.

References

1. McConnell K.R. Economics: Principles, Problems and Politics / Moscow: INFRA-M. 2011. – p. 104.
2. Morten L. Bech, Bart Hobijn, Federal Reserve Bank of New York. Staff Report No 260. «Technology Diffusion within Central Banking: The Case of Real-Time Gross Settlement», September 2006.
3. About supporting the economy [Electronic resource]. – Access mode: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485/. Access date: 18.03.2024.

**CURRENT DEVELOPMENT ISSUES ECONOMICS AND FINANCE
IN THE REPUBLIC OF BELARUS****М.А. Савич**, 1 курсНаучный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

The current stage of socio-economic development of the Republic of Belarus is characterized by the intensification of integration processes and the country's participation in various integration formations. The openness of the Republic of Belarus and involvement in global economic relations largely determine the dependence of the country's economy on the situation and trends emerging in the foreign markets. Belarus, which does not have sufficient natural and energy resources, is forced to spend significant amounts of foreign currency on their purchase. In this regard, the most important development priorities should be increasing the efficiency of foreign trade and ensuring balance in foreign economic relations. The socio-economic development of Belarus will be most closely connected with Russia and Kazakhstan within the framework of the customs union and the emerging Common Economic Space. The creation of a common market will allow the economies of these countries to develop sustainably.

At the identical time, the key goal of implementing this arrange of augmentation of the governmental economic system of the republic is to advance increase the well-being and advance the experience conditions of the population supported on rising socio-economic relations, modern development and increasing the competitiveness of the state economy. Dynamic development ask for more active amelioration and improvement of existing financial and organizational-economic mechanisms, economic institutions and economic policies, which will improve the efficiency, sustainability and competitiveness of the existing development model of the Republic of Belarus. In this observe the need to modernize monetary and organizational and economic instrument for transforming the national economic system of Belarus in the conditions of the republic's engagement in combination formations, ensuring the accomplishment of the strategic goals of its development - increasing well-being and improving the living conditions of the population of the Republic of Belarus, is of especial relevance [1, p.310].

In this area, in the republic and abroad, there are separate developments and studies that are fragmentary in nature, which do not allow for an integrated approach to the development of the state's economic policy and the mechanisms for its implementation in the modern conditions of the country's socio-economic development, taking into account its participation in regional integration formations.

The fundamental success of the economic jurisdiction of Belarus can be considered the maximum use of private-enterprise advantages transmissible from the economy of the Soviet Union. These are competitive dimensions in the field of engineering production, modern, by the standards of the post-Soviet space, enterprises in oil purification and fertilizer production, possibility in the agricultural sector, the non-appearance of a substantial participation of energy-intensive manufacture in the developed structure, as well as transit opportunities. In almost all of these positions, Belarus was not only able to use its existing competitive advantages, but moreover accrued their potential. In particular, exports include expanded significantly occasion in the raw substance and agricultural sectors. The Belarusian economy has accumulated a big amount of problems related with overcoming both short-term and long-term (fundamental) qualification on economic development [2, p.768].

Key center of these problems can be formulated as follows: depreciatory dependence of the economy on trade and economic relationship with Russia; debilitation of the potentiality of capacities created during the Soviet period; the need for international obligation finance to stabilize the trade balance; the need to maintain low prices for energy resources to maintain acceptable competitiveness of industrial production; maintaining moderately low wage levels, inspirational the outflow of highly accomplished labor; piecemeal increase in the demographic burden on the working population [3, p.528].

At the contemporary arrange of development, the Belarusian economy is in a rather difficult situation. There are many factors, such as crises, legislative incertitude and others, which to varied grade influence not only the global economy, but also the financial stability of undertaking in all industries. The financial policy of the Republic of Belarus is regulated by the Program of Socio-Economic Development of the Republic of Belarus and other program documents. The draft main directions of the budgetary, financial

and tax policy of the Republic of Belarus precedes the foundation of the draft republican budget and is annually developed by the Ministry of Finance taking into account predicts of the main parameters of economic development of the Republic of Belarus (compiled by the Ministry of Economy) and the parameters of the most important monetary indicators of the Republic of Belarus (compiled by the National Bank of the Republic of Belarus).

In the average term, V. Gorchakov believes, the aggrandizement proportion of the Belarusian economy will decrease to 2-2.5% due to structural imbalances associated with the incompetent functioning of state-owned enterprises, a debilitated institutional surroundings and a low level of competition. The government's plans for a "new economy" are improbable to be realized, since the share of "new" manufacture in total output is small. In addition, the economy of Belarus in the foreseeable future will still depend on Russia - the main trading partner, investor and creditor.

References

1. Glazyev, S.Yu. Theory of long-term technical and economic development / S.Yu. Glazyev. M.: Vldar, 1993. – p.310.
2. Glazyev, S.Yu. Leap into the future. Russia in new technological and world economic structures / S.Yu. Glazyev. - M.: Book World, 2018. – p.768.
3. Polonik, S.S. Modeling the macroeconomic equilibrium control system with information asymmetry / S.S. Polonick. – Minsk: Institute of Agrarian Economics NAS Belarus, 2003. – p.528.

УДК 339.138

NETWORK MARKETING AS A SOCIAL EVENT

Е.А. Саганович, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Network marketing is also called multi-level marketing (MLM), which in principle best reflects the nature of this solution. Simply put: this term refers to a specific type of sales, consisting in the acquisition of traders who independently recruit subsequent sellers, thereby creating the widest possible sales network.

This is a ladder, at the top of which is, of course, the owner of the company, and at each level there are people who have reached a certain level of sales. Almost anyone can start, and the network of customers they will create, as well as the number of people they will hire to work, will affect their sales results. In such a system, of course, those at the top (and there are few of them) earn the most, and those at the bottom earn the least (or do not earn at all).

The history of this type of sales is associated with the name of the American Carl Renborg, whose realized ideas turned into a sales concept called network marketing.

In 1933, the Renborg company was engaged in the production of dietary supplements. Let's remember that these were the years of the Great Depression, as a result of which unemployment and a catastrophic drop in the living standard of the majority of the population impacted the United States. It is not hard to compare Renborg's experience of survival in a Chinese prison, where he visited in the twenties, and his conviction that his product, which improves the quality of nutrition of compatriots, is beneficial. It remained for a small matter — to develop sales [1, p.50].

The principle of direct or personal sales works in network marketing. Network marketing works according to the following basic principles:

1 Multi-rank structure: Network marketing companies usually have a hierarchical structure consisting of distributors at various levels.

2 Recruiting: One of the main strategies of network marketing is to attract new distributors or partners to the company.

3 Product or Service: Successful network marketing companies usually offer quality products or services.

Network marketing offers earnings in commission form. Profit depends on the turnover generated by the built consumer structure, and (to a lesser extent) on personal sales.

There are no intermediaries in the form of importers, wholesalers or ordinary shops. Advertising is done by people engaged in a multi-level business. The margin is distributed according to the rules of the marketing plan. Earnings are paid as a reward for the achieved sales result. In the traditional business model, part of the margin goes to profit for intermediaries [2, p. 25].

The multilevel marketing model is most popular in the segments of the beauty industry, the production of dietary supplements and household goods. Representatives of this field are leaders in the global MLM market in terms of annual financial turnover. The TOP 5 includes American companies Amway and Herbalife, Chinese Infinitus, German Vorwerk and Brazilian Natura.

Network marketing it includes many advantages, such as: an opportunity to owe your own business, flexible work hours, and the ability to earn according to the level of effort. However, there are disadvantages, such as the need to constantly attract new participants and the risk of losing investments.

Network marketing continues to be an significant part of the global economy. It provides opportunities for entrepreneurship and self-reliance, but also requires participants to be careful and take an informed approach.

References

1. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.

2. Карасев, В. А. Роль интернет-маркетинга в деятельности современных компаний / В. А. Карасев // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2019. – № 21. – С. 24-27

УДК 396.51

BUSINESS DEVELOPMENT

В.А. Семец, студент

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Entrepreneurs make up a fairly significant part of society. Every year this type of activity is gaining momentum. Now we will look at the example of women's entrepreneurship in Belarus, about the barriers and problems that hinder the development of this area, as well as about the measures taken to stimulate women's activity.

The Ministry of Economy, as well as independent institutes, conducted studies to assess the extent of women's involvement in entrepreneurship, as well as to identify social, economic and cultural barriers that affect women's economic behavior and career choice. Based on the results obtained, decisions will be made on whether this category of business needs additional support or any special preferential treatment.

Several groups of factors have been identified that can be called conditional obstacles to women's entry into business. These barriers include social pressure and family responsibilities that women bear. There is also a certain lack of managerial experience, strategic orientation, dependence on the opinion of society and general challenges of the business environment, which are characteristic of all categories of business entities. The social role of a woman forces her to take care of the family and care for children. At that time, according to research, only 9% of male entrepreneurs are ready to share this responsibility [1].

Another barrier that has been identified is behavioral. In particular, the degree of internal readiness of women themselves to start entrepreneurial activities. The main factor here that can be an obstacle is internal lack of self-confidence and self-confidence. This is due to cultural traditions, the opinion of society, since women, due to psychological characteristics, are more inclined to look at the opinions and judgments of others about themselves. And when habitual social roles shift, the choice is often made in favor of traditions. This behavior is also due to the desire to avoid high risks, a greater tendency to analyze the consequences of decisions made

Women are more likely to refuse to borrow money.

Another challenge is general macroeconomic issues. The surveys that we conducted among men and women show that both categories equally note obstacles in starting and developing a business related to

regulatory regulation of entrepreneurial activities. There are no differences identified here; when we talk about stimulating a business initiative, we focus on creating common and comfortable conditions for business development without reference to gender issues. We focus on making the business climate in our country attractive, stimulating business initiatives and developing our business.

It has become traditional to hold a business and career week for women. Within the framework of this week, as in the previous two years, a series of various educational, motivational, and discussion events will be organized. We also once again plan to support the global initiative, which is being held under the auspices of the United Nations - World Women's Entrepreneurship Day. 144 countries of the world, including Belarus, are participants in this initiative.

As for measures to develop traditional ways of support, which include a system of benefits, preferences, tax and administrative breaks, this issue is on the agenda. We are currently undergoing a large-scale restructuring of the system of state support for small and medium-sized businesses in general, therefore, as part of this work, we, of course, pay attention to such a moment as the possibility of allocating women's business to a separate category to provide assistance [2, p. 30].

In Belarus there is no such separate legal category as women's business. Consequently, the issue of providing special state support from the republican and local budgets to women entrepreneurs (in particular, providing some special benefits, preferences and other incentives) has not been regulated by law. Thus, women who today want to open their own business in the form of individual entrepreneurship or a commercial organization act on a general basis and enjoy the preferences that are provided for the corresponding category of small and medium-sized businesses.

References

1. [Электронный ресурс] // <https://www.belta.by/economics/view/kommentarij-zhenskoe-predprinimatelstvo-v-belarusi-perspektivy-i-slozhnosti-461392-2021/> : [сайт]. – URL: (дата обращения: 08.04.2024).

2. Баранникова, Г. Н. Основы предпринимательства: учебно-методическое пособие/Баранникова Г. Н. – Воронеж, 2005. – 44 с.

УДК339.5

MARKETING'S INVOLVEMENT IN SHAPING CONSUMER DEMAND

М.М. Трухон, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет

Marketing today is one of the most fundamental components of a profitable business and its impact on consumer demand cannot be overemphasized. Consumer demand is the amount of market demand for a particular good or service, which is influenced by many factors such as price, level of product quality, availability of advertising, product mix and quality of customer service.

Marketing includes a number of activities aimed at attracting and retaining customers, increasing sales and improving the company's image. It includes a number of tools and techniques such as market analysis, target group identification, development of marketing strategies, advertising, promotion of goods and services, and market research.

One of the most important ways in which marketing influences consumer demand is by increasing consumer loyalty to a product or service. A well-designed and implemented marketing campaign can show potential customers all the advantages of a product, learn about their needs and requirements, adapt the product to them and thus increase demand for the product or service.

Another important factor in the influence of marketing on consumer demand is pricing. Through marketing, companies can set the most favorable prices for their products, thereby attracting more customers and increasing sales. Through marketing, products and services can stand out in the marketplace and create a competitive advantage over others.

All of these factors combine to have a strong influence on consumer demand. Companies that invest in marketing for product development can increase their market share, offer consumers new perspectives and create demand for their goods and services.

Therefore, the impact of marketing on consumer demand cannot be ignored. Companies that realize the importance of marketing succeed in increasing their market share, attracting new customers and increasing sales. Marketing is not just advertising and promotion, but a comprehensive and systematic management of all aspects of business in order to meet customer needs and increase company profits.

The influence of marketing on customer demand is realized not only through product promotion and pricing, but also through the creation of recognizable brands and long-term relationships with customers. Marketing communications such as advertising, public relations, social media and e-mail marketing play an important role in creating a positive image of the company and convince consumers of the quality of its products. A professionally planned marketing strategy can set a company apart from its competitors, attract the attention of the target audience and build brand loyalty.

In addition, marketing research allows companies to track changes in consumer behavior, adapt their strategies and thus manage their resources more effectively. Another important aspect of marketing's influence on consumer demand is the creation of new products and services. Marketing research helps companies to understand customer needs and develop products that meet their expectations. As a result, companies can attract new customers, increase customer retention and expand their business.

Through marketing, companies can effectively influence the psychology of consumers by increasing and maintaining their interest in their products and services. Well-designed marketing campaigns create an incentive effect that encourages consumers to buy and use a company's products.

To summarize, marketing can help create personalized offers that meet the needs of different consumer groups and target each of them. This increases customer satisfaction and helps to retain customers in the long run. Thus, marketing's impact on customer demand encompasses many aspects, from branding and pricing to creating products that meet customers' needs and preferences and building long-term relationships with them. Companies that properly utilize marketing tools and strategies can significantly increase customer demand and succeed in the marketplace. Therefore, marketing is an integral part of a company's development strategy and a key factor determining competitiveness in today's business world.

References

1. Medium [Electronic resource]. – Mode of access: <https://medium.com/@slingertactic/influencing-consumer-behavior-the-power-of-marketing-for-positive-or-negative-impact-367d2328a10b> – Date of access: 03.04.2024.
2. LinkedIn [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.linkedin.com/pulse/how-does-marketing-affect-consumer-behavior-yugal-thakur/> – Date of access: 04.04.2024.
3. Neiros [Electronic resource]. – Mode of access: <https://neiros.ru/blog/marketing/vse-o-marketinge-tseli-funktsii-oblasti-primeneniya-i-instrumenty/> – Date of access: 04.04.2024.

УДК 331.103.32

MARKETING STRATEGY

Е.А. Халецкая, 2 курс

Научный руководитель – **Г.В. Прибыльская**, старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет

For any company in today's market, one of the main keys to success is marketing strategy. The primary goal of a marketing strategy is to identify ways to meet consumer needs and preferences as fully as possible, while also outperforming competitors. Competent, well-founded strategy contributes to the survival of the enterprise in an unfavorable external environment. Its choice depends on the situation in which the enterprise is located.

Marketing strategy is a long-term action plan of a company aimed at identifying and satisfying consumer needs, creating competitive advantages and achieving its goals in a competitive market environment. The importance of a marketing strategy is that it allows a company to clearly define its target audience, competitive advantage, goals and objectives. Without a marketing strategy, a company risks getting lost in the market and losing competitiveness. Speaking about modern marketing strategies we can distinguish a few key ones:

- Pioneer strategy (A company that uses this strategy is able to shape its pricing policy, seriously influence the tastes and preferences of consumers);

- Competitive strategy (The strategy is aimed at achieving optimal characteristics of the proposed product, exceeding the parameters of the previous ones);
- Leadership strategy (Companies that are trying to surpass the current top producer and take its place are candidates for leadership);
- Innovation strategy (The essence of this strategy is to improve the quality of goods that provide a superiority over the products of market leaders).

Having analyzed all of the above strategies, it is impossible to identify one universal strategy, as each firm is unique and must have its own, original strategy.

A company that has underdeveloped marketing tools runs the risk of facing a number of problems and constraints:

- insufficient visibility in the market will lead to reduced sales;
- insufficient understanding of the target audience will lead to the company's inability to accurately identify customer needs;
- insufficient competitiveness will lead to losing out to competitors.

In general, underdeveloped marketing tools can lead to a loss of competitive advantage, reduced financial performance and even threaten. Therefore, it is important to invest in the development of marketing competencies and tools to ensure successful business development.

A deep understanding of customers helps to create accurate and attractive marketing strategies, and a high quality product or service contributes to a better customer experience. The level of competition in the market also affects the effectiveness of marketing efforts, and available resources determine the company's capabilities. Choosing the best tools and channels to promote the product or service also plays an important role. Constantly studying the results and adjusting the strategy based on data analysis helps to improve performance.

In the modern world, marketing activities are inconceivable without the use of information technologies. Internet marketing, social networks, mobile applications – all these tools allow you to interact effectively with the target audience.

The organization of marketing activities as a system of functions should be considered not only in connection with the tasks within the marketing process, but also with the tasks of managing personnel of marketing services.

A company's marketing activities usually begin with conducting a market analysis and defining a marketing strategy. This stage includes studying competitors, the needs and preferences of the target audience, and market trends. After that, the company defines its goals and target audience to understand what products or services it should provide to satisfy the needs of its customers. To all of this, the company develops a marketing strategy, which includes choosing promotional channels, determining a budget, and developing a message for the audience. The key elements of the strategy may include defining the company's unique advantage, establishing a brand, setting a pricing policy. After developing a strategy, the company creates a marketing plan, which specifies the steps, tasks, deadlines and responsible persons for their implementation. It is also important to monitor and analyze the results of marketing efforts to understand their effectiveness and make adjustments if necessary.

The importance of marketing for the enterprise is that marketing is not only advertising campaigns and attracting customers, it is strategic planning aimed at achieving the set goals. It is important that the company decides to invest in marketing development as soon as possible, as by doing so it will increase brand awareness and have the opportunity to stand out in the market.

To summarize, the choice of marketing strategy is very important for the realization of the company's goals. Since the world market does not stand still, the use of marketing strategy in production activities will always be an inevitable process. With the help of marketing, enterprises can competently analyze the market conditions, correctly identify the key consumer and develop activities that contribute to the effective promotion of goods and services. Developing and implementing an effective marketing strategy is the most important task of any marketer, and failure to do so is a major threat to the establishment of any business.

References

1. Scientific electronic library «CyberLeninka» [Electronic resource]: Modern marketing strategies– Mode of access: <https://cyberleninka.ru/> – Date of access: 16.03.2024.

2. Electronic Library of the Belarusian-Russian University [Electronic resource]: Management of marketing activities of the enterprise – Mode of access: <http://e.biblio.bru.by/> – Date of access: 18.03.2024.
3. Scientific electronic library «CyberLeninka» [Electronic resource]: Marketing strategies and peculiarities of their application – Mode of access: <https://cyberleninka.ru/> – Date of access: 24.03.2024.
4. Electronic library of BSEU [Electronic resource]: Shalkovskaya, E. I. Marketing activity – Mode of access: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/25733> – Date of access: 31.03.2024.

ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ И ТУРИЗМ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Е.А. Бинковская, учащаяся лица

Научные руководители – **С.А. Демьянов**, старший преподаватель,

Т.С. Павлович, учитель французского языка и обществоведения

Полесский государственный университет

Интернет стремительно социализируется, и именно это является главным трендом современной онлайн-среды. На сегодняшний день существуют десятки тысяч самых разных социальных сетей и сервисов: коммуникационных, новостных, профессиональных, графических, блоговых, видео- и многих других [1, с.29].

В наиболее популярных проектах средний пользователь просматривает до ста страниц в день. Это и стало причиной появления рекламы в социальных сетях, получившее название Social Media Marketing.

В 1971 г. Джеральд Зальтман и Филип Котлер впервые использовали термин SMM для описания законов коммерческого маркетинга в сфере здравоохранения и улучшения качества жизни, а также в социальной сети.

Social Media Marketing (SMM) - это разновидность маркетинга, главной целью которого является продвижение компании/продукта/бренда в социальных сетях/мессенджерах, таких как TikTok, YouTube, Instagram, Facebook, X (Twitter), VK, Telegram, WhatsApp и т.п.

Само понятие маркетинга с появлением интернета трансформировалось и дает возможность пользоваться его преимуществами не только интернет-магазинам и коммерческим площадкам, но и средствам массовой информации.

Одними из первых, кто задействовал свою социальную активность, стали зарубежные знаменитости, а также всемирно известные бренды. Среди них особой популярностью за все годы активности их аккаунтов в социальных сетях добились такие компании, как *Disney, Coca-Cola и другие* [2].

Согласно статистическим данным, в начале 2024 года в Беларуси насчитывается порядка 5,6 млн. пользователей социальных сетей, что составляет 59,4% от общей численности населения страны. Самыми популярными социальными сетями и видеохостингами стали: TikTok – 4,27 млн. пользователей, Instagram – 3,4 млн., LinkedIn – 800 тыс., Facebook – 662,8 тыс. и X (Twitter) – 230,9 тыс. Как отмечают аналитики, число пользователей по гендерному составу распределены следующим образом: 56,2% – женщины, 43,8% – мужчины [3].

Реклама является одним из ключевых инструментов воздействия на целевые аудитории в социальных сетях, вследствие этого следует выделить следующие ее особенности в сети Интернет:

- Неограниченный охват пользователей. Онлайн-реклама привлекает аудиторию по всему миру, при этом неважно, где находится ваша компания.
- Точные настройки таргетинга. Позволяют показывать рекламные объявления только пользователям с определенными характеристиками.
- Вариативность. Форматы выбирают и тестируют в зависимости от целей и аудитории.
- Интерактивность материалов. Потенциальный клиент может мгновенно отреагировать на объявление
- Аналитика и прогнозирование. В сети Интернет легко отслеживать эффективность рекламных кампаний, корректировать стратегию и прогнозировать результаты.

Основной минус интернет-рекламы – высокая конкуренция, а также сложные настройки таргетинга. Особенность рекламы в социальных сетях заключается в доверии покупателей. С одной стороны, товары, продукты и услуги пользуются достаточным доверием, и число продаж в сети Интернет с каждым годом увеличивается. Однако люди устают от большого объема рекламной информации и стараются игнорировать ее в сети Интернет, используя блокировщики [4].

Основными задачами SMM-кампании являются:

- стимулирование продаж – правильно выстроенная активность привлекает подписчиков, которые в будущем приобретут ваш товар (скидки, купоны, бесплатная доставка, бесплатные (пробные) версии, розыгрыши и т.п.);
- формирование пула лояльных пользователей – социальные сети создают идеальные условия для того, чтобы покупатель стал постоянным. Создание привлекательных маркетинговых материалов, которые ясно и эффективно коммуницируют ценность вашего предложения (флаеры, брошюры, веб-сайты, социальные медиа и другие инструменты);
- противодействие негативу – негативных реакций избежать невозможно, но минимизировать их количество вполне реально. Социальные медиа способствуют быстрой реакции на недовольство. Существует три основных типа сетевого негатива:
 - естественный негатив. Пользователь имел опыт взаимодействия с компанией и остался недоволен.
 - троллинг. Пользователю доставляет удовольствие говорить о компании плохо. Такой негатив, как правило, не аргументирован и не имеет под собой почвы.
 - направленный негатив. Когда негативная кампания управляется кем-либо, например, конкурентами или недоброжелателями. Зачастую это проявляется в виде поддельных негативных отзывов о компании и ее продуктах.
- маркетинговые исследования – анализ мнения пользователей: что думают о компании, на что обращают внимание, прежде всего и прочее.
- опросы и анкетирование. Это один из наиболее популярных методов, который позволяет собрать большое количество информации от большого числа людей.
- групповые дискуссии. Этот метод позволяет собрать более глубокие и детальные данные, но от меньшего числа людей.
- анализ данных. С помощью этого метода можно изучить имеющиеся данные о продажах, посещаемости сайта, демографической информации и т.д. [5].

Благодаря комментариям и лайкам пользователи могут выразить свое отношение к продукту или услуге, а также задать вопросы или оставить отзывы. Компании могут использовать эту обратную связь для улучшения своего продукта, а также для формирования лояльности и доверия у клиентов.

Список использованных источников

1. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.su/dUo10c> Дата доступа: 30.03.2024
2. Социальный Медийный Маркетинг SMM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mambartur.livejournal.com/6427.html> Дата доступа: 30.03.2024
3. Digital и SMM-тренды в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belretail.by/article/digital-i-smm-trendyi-belarus-digital-data-report-2023> Дата доступа: 30.03.2024
4. Unisender. Словарь маркетолога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-reklama/#anchor-4> Дата доступа: 30.03.2024
5. Unisender. Словарь маркетолога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-stimulirovanie-sbyta/> Дата доступа: 30.03.2024

УДК 004.73

ПРОЕКТИРОВАНИЕ WI-FI СЕТИ

А.О. Диковицкая, 10класс
 Научный руководитель – **В.П. Коржич**, магистр
Полесский государственный университет

С чем могут быть связаны неполадки в работе Wi-Fi? Какие факторы чаще всего вызывают помехи? Беспроводная связь чрезвычайно удобна, но в то же время отличается повышенной уязвимостью. Сигнал распространяется не с помощью материального носителя (проводов), а посредством излучения радиоволн. На своем пути радиосигнал неизбежно сталкивается с большим коли-

чеством препятствий: мебель, стены и даже другие радиоволны. Некоторые преграды незначительно ослабляют сигнал, другие способны вызвать серьезные помехи. Нами изучены наиболее распространенные причины неполадок в работе Wi-Fi сети.

1. Сигнал Wi-Fi чутко реагирует на все, даже самые незначительные помехи, вызванные работой других девайсов, которые пользуются схожими частотами в радиоэфире. Частотные диапазоны, которыми пользуется подавляющее большинство устройств – это 2,4 и 5,0 ГГц. Диапазон 5 ГГц используется гораздо реже, соответственно, у тех, кто использует эту частоту, меньше шанс столкнуться с помехами, которые вызывает работа других устройств. Однако с этим диапазоном умеют работать далеко не все устройства.

2. Вопреки распространенному убеждению, качество передачи не всегда возрастает с увеличением мощности сигнала. Причиной возникновения помех в пределах одного канала, или в нескольких соседних может быть чрезмерная загруженность радиоэфира. Открыв на устройстве список доступных Wi-Fi точек можно посмотреть загруженность радиоэфира.

3. Сигнал встречает на своем пути много шума, помех, сеть становится нестабильна, наблюдаются циклические сбои, постоянное перенаправление пакетов. Именно в таком случае снижение мощности дает неплохой результат. Самый простой способ – снизить мощность в настройках оборудования, однако эта опция присуща далеко не всем девайсам. Приходится использовать различные ухищрения: разместить точку доступа на большем удалении от адаптера, демонтировать антенну-усилитель или даже выбрать другую антенну, у которой коэффициент усиления меньше.

4. Передатчик, который вмонтирован в точку доступа, всегда гораздо мощнее передатчиков, которыми снабжены принимающие устройства (телефоны, ноутбуки). Возникает асимметрия. В некоторых точках области покрытия (обычно в непосредственной близости от точки доступа) это неравенство достигает такого масштаба, что подключение устройства к сети становится невозможным, несмотря на высокое качество передачи. Девайс-клиент получает отличный, четкий, сигнал, но роутер просто не замечает ответный, слишком слабый сигнал устройства. Для оптимального качества важна симметрия в работе устройства-клиента и устройства-передатчика. Поэтому снижение мощности передающего устройства с помощью программного обеспечения очень часто становится ключом к устранению неполадок в сети.

5. Беспроводные наушники, компьютерные мыши и прочие устройства тоже могут создавать помехи, ведь Bluetooth передает сигналы на той же популярной частоте (2,4 ГГц).

6. Массивные препятствия могут поглощать радиосигнал, либо, напротив, отражать его. Это чревато потерей части данных либо полной невозможностью передать информацию. В больших городах много препятствий: железобетон с армированием, который используется в строительстве зданий, конструкции из металла и даже штукатурка в несколько слоев. Внутри помещения тоже есть материалы, которые вызывают помехи: зеркала, стекла с тонированием, металлическая мебель. Даже тело человека ухудшает сигнал приблизительно на 3Дб.

7. Бытовая техника тоже способна ухудшить качество сигнала. Как правило, влияние бытовых приборов на радиосигнал незначительно, однако сбрасывать со счета этот фактор не стоит [1; 2].

В заключение перечислим еще несколько факторов, которые ухудшают качество Интернет-соединения:

1. Неправильное расположение роутера и антенны. В идеале, роутер должен быть расположен как можно ближе к центру помещения, антенна направлена перпендикулярно полу.

2. Беспроводные звуковоспроизводящие устройства (к примеру, наушники, или колонки). Разумеется, создавать помехи для радиосигнала они могут только во включенном, функционирующем состоянии.

3. Электрические коммуникации, которые расположены рядом с точкой доступа. (К примеру, в квартире нельзя размещать роутер в непосредственной близости от электрического щитка).

4. Кабель с некачественным экранированием, который применяется, как основной канал данных.

5. Некоторые мониторы тоже способны создавать помехи на частоте 2,4 ГГц.

6. Различные беспроводные гаджеты. Желательно, чтобы они не находились в непосредственной близости от точки доступа.

На основании рассмотренных факторов, которые могут влиять на работу Wi-Fi, нами смоделирована домашняя беспроводная сеть, смонтировано выбранное оборудование.

Список использованных источников

1. Решение проблем сетями и в сетях Wi-Fi [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://slabotochka.by/wi-fi-3/reshenie-problem-s-wi-fi/>. – Дата доступа: 05.02.2024.
2. Проектирование и строительство сетей WI-FI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://slabotochka.by/wi-fi-3/>. – Дата доступа: 05.02.2024.

УДК 338.012

ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ

А.И. Добринец, 10 класс

Научный руководитель – **Я.И. Добринец**, ассистент кафедры
Полесский государственный университет

Республика Беларусь – суверенное государство. За годы независимости используя все возможные источники развития, способность адекватно реагировать на новые вызовы, приспосабливаясь к изменяющимся внешним условиям страна нарастила свой потенциал. Белорусская экономическая модель – социально ориентированная модель рыночной экономики.

Основными отраслями экономики страны являются: промышленность, энергетика, сельское и лесное хозяйство, строительство, сфера услуг. Промышленность – ключевая отрасль экономики республики, она формирует 28,3% ВВП Беларуси. Промышленный комплекс Республики Беларусь включает в себя следующие отрасли: электроэнергетика; топливная промышленность (нефтеперерабатывающая, нефтедобывающая); черная металлургия; цветная металлургия; химическая и нефтехимическая промышленность; машиностроение и металлообработка; лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность; промышленность строительных материалов; легкая промышленность; пищевая промышленность [1]. Долгосрочной целью развития топливно-энергетического комплекса Беларуси является удовлетворение потребностей экономики и населения страны в энергоносителях на основе их максимально эффективного использования при снижении нагрузки на окружающую среду [2]. Сельское хозяйство обеспечивает продовольственную безопасность и экспортный потенциал страны. Лес в Беларуси занимает 40,1% территории страны. Более 103 тысяч человек трудятся в лесном хозяйстве. Строительный комплекс Республики Беларусь представляют более 10 тысяч организаций различной формы собственности, которые осуществляют архитектурную, градостроительную и строительную деятельность. В строительстве занято более 192 тысячи человек. Сфера услуг является важным источником роста экономики и формирует половину ВВП Беларуси.

Белорусская экономика доказывает свою устойчивость и способность развиваться даже в самых сложных условиях.

Список использованных источников

1. Володько, О.В. Экономика организации : учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько, 2-е изд., испр. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2015. – 399 с. : ил.
2. Экономика Беларуси. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics>. – Дата доступа: 24.03.2024

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ КАК ЧАСТЬ СОЗНАНИЯ ОБЩЕСТВА

А.А. Павловский, 10класс

Научный руководитель – **Т.Н. Касперович**
Полесский государственный университет

Понятию «маркетинг» в разное время разные специалисты давали разные определения. Например, Ф. Котлер утверждал, что маркетинг – это вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей человека посредством обмена; Дж. Эванс и Б. Берман дали определение более близкое к современному: «Маркетинг – это предвидение, управление и удовлетворение спроса на

товары, услуги организации, людей, территории и идеи посредством обмена». Определение Т. Левитта, самое современное из трёх: «Маркетинг – деятельность, направленная на получение фирмой информации о потребностях покупателя с тем, чтобы фирма могла разработать и предложить ему необходимые товары и услуги». Но общим определением понятия маркетинг принято считать следующее: «Маркетинг – это система управления и организации разработки, производства и сбыта товаров или предоставления услуг, базирующаяся на комплексном учете происходящих на рынке процессов, ориентированная на удовлетворение личных или производственных потребностей и обеспечивающая достижение целей фирмы». Как можно заметить, со временем понятие «маркетинг» вместо простого обмена стало означать ещё и анализ рынка и потребителей [5, с. 4].

Одной из ключевых целей маркетинга является достижение максимально высокого уровня потребления и максимальной потребительской удовлетворенности. Для выявления потребностей покупателей, производителю нужно понять, что движет ими в момент покупки. Этим занимается нейромаркетинг – область науки, в рамках которой измеряются физиологические и нейронные сигналы для понимания мотивации и предпочтений покупателей. Проще говоря, нейромаркетинг изучает воздействие рекламы на человека [1, с. 5].

Само появление такого ответвления науки подтверждает то, что маркетинг стал «частью мозга» человека, частью сознания общества в целом. Общественное сознание – общее для многих людей содержание сознания. Маркетологи создают простые узнаваемые образы, которые являются общими для большого количества людей. Поэтому и можно утверждать, что маркетинг является его частью.

Каждый активный участник рынка обладает маркетинговым сознанием независимо от того, знает он об этом или не знает и как относится к нему – дорожит им, развивает его или нет [2, с. 103].

Маркетинговое сознание – способность идеального воспроизведения действительности, способность субъекта хозяйствования соотносить себя с окружающей рыночной средой, вычленять себя как самостоятельного индивидуума экономического поведения. Наличие сознания неразрывно связано с мышлением – способностью фиксировать мир в понятиях и делать на основе них выводы в форме суждений и умозаключений [2, с. 104].

В разработке маркетинговой идеологии принимают участие маркетологи, экономисты, управленцы, учитывающие конкретные хозяйственные условия жизни общества, расстановку сил, уровень общественного сознания, социальную психологию, волю и интересы как большинства, так и меньшинства, другие факторы.

Исходной идеей, лежащей в основе маркетинга, является идея человеческих нужд. Информация влияет на органы чувств человека, на каналы её восприятия: зрение, слух, вкус обоняние, осязание. Мозг хранит впечатления от увиденного независимо от покупателя, а значит в подсознании реклама остаётся на долго. Сам маркетинг несёт в себе цель внушения желаний людям, следовательно и обществу в целом [4, с. 10].

Так какой частью общественного сознания он является? Реклама создаёт общественное мнение, стандартизирует некоторые вещи, распространяет социальные мифы.

Таким образом маркетинг оказывает преимущественно отрицательное влияние на сознание общества, часто искажая информацию и создавая «информационный шум», но паниковать не стоит: человеческий мозг со временем учится фильтровать рекламу и то, когда люди смогут полностью её игнорировать, как считают психологи, – лишь вопрос времени.

Список использованных источников

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2014 – 543 с.
2. Гамалаева, Н.Г. Содержание и структура маркетингового сознания / Н.Г. Гамалаева // Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ». – 2009. – №1. – с. 103-108.
3. Левитт Т. Маркетинговая миопия. /В кн.: Классика маркетинга: сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг: Пер. с англ / Сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква; Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – с. 11
4. Петушко, Н.Е., Библиотечный маркетинг: учеб.-метод. Пособие / Н.Е.Петушко. – Мн.: Бел. Гос. Ун-т культуры и искусств, 2010. – 116 с.
5. Эванс Дж. Р., Берман Б. “Маркетинг”. Пер. с англ. – М.: Сирин, 2002. – 308 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

УДК 821.111

ANGLICISMS IN YOUNG PEOPLE COMMUNICATION

Е.А. Завацкая, 10 класс

Научный руководитель – Л.Н. Кисель, учитель английского языка

Лицей учреждения образования «Полесский государственный университет»

It is becoming increasingly popular to apply borrowed from English words (so-called anglicisms [1]) in modern Russian language. It is connected with the status of English as a world language. It proves the popularity of English and permanent growth of English-speaking people in Belarus. Learning English has become prestigious for young people. Under such conditions of popularity, however, when two languages contact there is a penetration of foreign words into conversational speech. This process is especially bright in young people's slang, who in the process of communication shorten, deform and simplify borrowed words. Active intrusion of foreign vocabulary into everyday life causes difficulties not only for people studying Russian as a foreign language, but also for native speakers of Russian. This paper considers the reasons for borrowing words from English, there are examples of anglicisms and some of the most widely used deformed anglicisms in the speech of young people.

The main reason for borrowing English words and computer terms is the lack of corresponding concepts in Russian. The vocabulary of a 21st century businessman includes such anglicisms, as бэдж, ноутбук, органайзер, таймер, аутсорсинг, бестселлер, бизнес, дилер, дистрибьютор, инсайдер, линзинг, маркетинг, менеджмент, мерчендайзинг, прайс-лист, промоутер, офис, риелтор, франчайзинг, холдинг, апгрейд, байт, бит, блог, браузер, веб, Интернет, интерфейс, клик, логин, онлайн, офлайн, пиксел, скриншот, спам, трафик, файл and many others [1].

The majority of these borrowed words are applied for new concepts having no alternatives in Russian. It is connected with rapid computerization of the population. Computer technologies are paid great attention to all over the world. In this context computer technology sphere is the first to experience the great number of new words. We have a unique avalanche: English special words and abbreviations, more often in English spelling, are becoming widely used. New English terms from the specific vocabulary of computer experts and computer engineering designers are coming into general use.

In certain cases when we need to letter a phenomenon it is difficult to find an exact word in a native language, but in some other language (for example English) there are two units which joined together exactly reflect the meaning of the phenomenon. In such a case we see the formation of a new Russian word rather than the process of borrowing words, for example ноу-хау (know how), шоумен (showman), хендмейд (handmade), ток-шоу (talk show), хайтек (hi-tech, high technologies), рингтон (ring tone), скриншот (screenshot) and others.

There are some other reasons for borrowing words. There is a widely-used opinion that foreign technologies are more progressive in comparison with domestic and foreign goods are of better quality. The examples are such words as *manager* instead of *управляющий*, *businessman* instead of *предприниматель*, *boyfriend* instead of *парень*, *promotion* instead of *продвижение*, *leasing* instead of *аренда*, *communication* instead of *общение*, *time-out* instead of *перерыв*, *make-up* instead of *макияж* and others. In conversational speech English words are often more prestigious, than Russian and the application of English words may prove the high level of speaker's education. It is especially true when we speak about present-day computer technologies.

What concerns young people they widely use anglicisms in their slang. But in this case there is a problem of language "pollution" and "mangling" anglicisms used by young people in order to simplify communication. It is connected with the development of the high-speed Internet and in particular with the growth of the Internet communication popularity. In the course of communication a lot of words are shortened, simplified and changed to be like Russian words. Specific words are also borrowed from the Internet communication, specific vocabulary of computer experts and virtual

video games which are also becoming increasingly popular, for example *геймер* (from «game» - игра) - *фанат видеоигр*, *чатер* (from «chat»- дружеский разговор) - *участвующий в беседе*, *хаюшки* (from «hi, Hello») - *привет, админ* («administrator» - управляющий), *инфа* («information» - информация), *винда* (from «Windows system»), *флэха* (from «flash card»), *контра* (from «Conter Strike»), *хавать* (от «to have a dinner» - обедать) - *принимать пищу*, *лахать* (from «to laugh» - смеяться), *спамить* (from «spam» - марка мясных консервов, реклама которых успела надоесть) - *рассылать бесполезную рекламу*, *пиарщик* (from «public relation manager» - управляющий по связи с общественностью), *попса* (from «pop music»), *смайлик* (from «smile» - улыбка), *аська* (from ISQ), *инет* (from «Internet»), *дрова* (from «drivers» - установочные программы), *мыло* (from «e-mail») — *электронная почта*, *спикать* (from «to speak» - говорить, разговаривать) and others.

Academician Evgenie Chelyshev validly affirms: «There is no need to object too many modern borrowed words. Do you really think that it is better to use bulky «электронно-вычислительная машина» or even short «ЭВМ» instead of «computer»? New phenomena are appearing in our life nowadays and there are no Russian equivalents to them». Similar processes of vocabulary enriching with borrowed words are occurring in many modern languages. «In our fast developing century new ideas, things, information technologies require new names for these phenomena, and make already existing foreign words to be involved into native language rather than wait for creating original native words». «Scientific, technical, military, financial, banking, sport vocabulary all over the world is rushing to internationalization. Ambition for scientific progress, civilization finds its reflection in language. One can see levelling the Russian language according to international standard».

Thus a conclusion can be made that introduction of anglicisms in Russian is inevitable in view of modern technologies development and foreign terms introduction. Native speakers should be very careful about application of anglicisms in their speech, and at the same time think over how greatly they influence the image of the Russian language and whether they enrich or «spoil» it.

Список использованных источников

1. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы. – Владивосток, 1994.
2. Ваулина Е.Ю., Складаревская Г.Н. Давайте говорить правильно!: Новейшие и наиболее распространенные заимствования в современном русском языке. – М., 2004.
3. Даль В.Н. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: Русский язык, 1981.
4. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке.// Язык и культура.- Новосибирск, 2003.
5. Новый англо-русский словарь/ Под ред. В.К.Мюллер. – 9-е изд. – М., 2002.
6. Ожегов С.И.и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 800 слов и фразеологических выражений/ Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999.
7. Шмелёв Д.Н. Современный русский язык. М.: Просвещение, 1997.

УДК 81

FREQUENTLY USED SOMATIC PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Б.Р. Невар, 10 класс

Научные руководители – О.Г. Вабищевич, Т.В. Германович, учителя английского языка
ГУО «Средняя школа № 15 г. Пинска»

Becoming proficient in a language, being acquainted with culture and acquiring abilities to communicate with foreigners can only be achieved by mastering the intricacies of the language, particularly its phraseological units. These units serve as a foundation of fundamental knowledge and are intricately linked to the distinct characteristics of nation's character and mindset. Undoubtedly, language stands as the most invaluable treasure of any society, serving as a wellspring of information about a country's history and the idiosyncrasies of our ancestors' worldview. Through language, especially its phraseological units, we gain insight into the nature of people's occupations, their moral, ethical, and aesthetic principles, as well as their life experience and spiritual journey.

A phraseological unit is a structurally separable language unit with completely or partially transferred meaning [1, c.14].

The value of phraseological units lies in their conciseness and their ability to convey complex meanings. They add vibrancy and clarity to our speech. Proficiency in phraseology enables us to express our thoughts effectively and interpret our interlocutor's statements accurately. These facts define the relevance of our study.

The aim of our research is to study phraseological units which contain parts of the body in the English and Russian languages and determine their structural-semantic peculiarities.

In compliance with the aim the objectives of the research are:

- 1) to study the concept of “phraseology” and “phraseological unit”;
- 2) to single out phraseological units which contain parts of the body in the English and Russian languages, classify their semantics;
- 3) to compare the specifics of usage and translation of phraseological units which contain parts of the body in the English and Russian languages;
- 4) to compile a leaflet of overlapping and discrepancy in the meanings of phraseological units which contain body parts in the English and Russian languages.

Research methods:

- studying terminology
- involvement in the Internet resources
- collecting and analyzing information
- sampling method
- descriptive and comparative analysis

The **object** of the research is phraseological units.

The **subject** of the research is structural-semantic peculiarities of phraseological units which contain parts of the body in the English and Russian languages.

We see the practical application of our work in the further possibility of using the material in oral and written speech at lessons, while communicating with foreigners and native speakers. The material of the research can be used by pupils and English learners as a guide list of most frequently used somatic phraseological units.

Throughout history the language has been developed due to humans' observation. They observed the environment and through their bodies they understood themselves and the immediate surroundings better. Hence a lot of new words of different parts of speech appeared with the root words of various body parts. Therefore, the group of somatic phraseological units is vast and varied.

In our research we have singled out somatic phraseological units which are used in student's books from 7th to 11th forms both for basic and advanced levels of learning English. We've also consulted “English-Russian Dictionary of Phraseological Units” by A.V. Kunin and “Russian-English Dictionary of Phraseological Units” by V.V. Gurevich. We've signed up for most popular and verified training YouTube channels and free educational courses on Instagram (EWA: learn English; tips4IELTS; linguatrip.com; englishmaria.com and others) that teach English as a second language and we've studied somatic phraseological units there.

For the analysis, we have selected the following body parts. You can see them on the screen: a head, hair, a face, an eye, an ear, a nose, articulation organs, teeth, a shoulder, a back, a heart, a chest, a hand and an arm, a finger, a thumb, a foot and a leg, a knee, a heel, and a toe.

A human body is something we feel, sense, perceive and observe daily. Different body parts are in charge of various types of perception: **sensory perception** (eyes: “with the naked eye” – *невооружённым глазом*; ears: “to be all ears” – *слушать во все уши*; “be music to one's ears” – *как бальзам на душу*; a nose: “to stick / poke one's nose into other people's affairs” – *совать свой нос не в свое дело*); **logical reasoning** (head: “to hold one's head high” – *иметь чувство собственного достоинства*; “to keep a cool head” – *сохранять спокойствие, хладнокровие*) and **emotional reasoning** (heart: “to lose heart” – *падать духом*), as well as the practical aspects of knowledge (hands and arms: “try one's hand at smth” – *попробовать себя в чем-то*; “to chance one's arm” – *рисковать, искушать судьбу*).

We have arranged the most widespread 260 English somatic phraseological units with the same lexical component into three groups according to overlapping and discrepancy in their meaning in comparison with the Russian language. They are: phraseological units with a somatic element and meaning equivalent

in the English and Russian languages (for example, “HEART / HEART” – “*to have a heart of gold*” – «*иметь золотое сердце*», “*one’s heart is broken*” – «*сердце разбито*»; English phraseological units with a somatic element without any somatic Russian equivalents, (for instance, “HEART / –” – “*to learn by heart*” – «*учить наизусть*»

“*to have a heart-to-heart talk*” – «*разговаривать по душам, иметь задушевный разговор*»), English phraseological units with a somatic element with another somatic equivalent in Russian (“HEART / OTHER BODY PARTS” – “*to have one’s heart in one’s mouth (throat, boots)*” – «*душа в пятки уходит*».)[2].

We have concluded that the great number of phraseological units has identical meanings with body parts both in the English and Russian languages (125 out of 260 phraseological units, 48%). Still quite a large group of phraseological units don’t have any body parts while translating them into the Russian language (104 out of 260, 40%).

In the third group English phraseological units synonymous in their meaning with Russian ones have different somatic elements while translating (31 out of 260 phraseological units, 12 %).

According to the morphological principle we have counted phraseological units by their relatedness to parts of speech. Here the correlation to verbs is the most commonly used: 192 out of 260 phraseological units (74%), to nouns - 40 out of 260 phraseological units (15%), to adverbs – 18 out of 260 phraseological units (7%), to adjectives – 10 out of 260 phraseological units (4%). We have noticed that there are some verbs in the phraseological units which are more frequently used than others. They are “to have” (29 out of 192, 15%), “to be” (19 out of 192, 10%), “to get” (10 out of 192, 5%), “to keep” (10 out of 192, 5%).

We have compiled a leaflet of 260 frequently used somatic phraseological units as a guide list. Our research can help English learners and students at classes while communicating with foreigners and reading English literature to eliminate the likelihood of language barriers.

Reference

1. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь/Лит.ред. М. Д. Литвинова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. Рус. яз., 1984 – 944 с.
2. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. Ок. 5000 единиц / А. В. Кунин. – 8-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз. – Медиа, 2007. – XII, 571, [9] с. – ISBN 978-5-9576-0370-2
3. Гуревич В. В., Дозорец Ж. А. Русско-английский фразеологический словарь. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 656 с. – ISBN 5-699-05144-9
4. Мюллер, В.К. Новый англо-русский словарь / Под ред. М.М. Маковского. – 3-е изд., дополнен. – М.: Издательский дом «Диалог», 2003. – 895 с. – ISBN 5-93383-011-9.
5. appewa.com [Electronic resource]. – Date of access: 15.10.2023.
6. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>– Date of access: 16.08.2023.
7. englishmaria.com [Electronic resource]. – Date of access: 19.08.2023.
8. Welcome to BBC Learning English [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.bbc.co.uk/learningenglish/>.– Date of access: 12.09.2023.
9. Tips4IELTS [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.youtube.com/@tips4IELTS>.– Date of access: 09.09.2023.
10. Real English for your goals [Electronic resource]. – Access mode: linguatrip.com.– Date of access: 02.10.2023.

УДК 811.11

LINGUOCULTUROLOGICAL FEATURES OF ADVERTISING TEXTS FOR CHILDREN AND ADOLESCENTS IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

A.A. Selyuzhetskaya, 11th Grade
Scientific supervisor – N.A. Khvesyuk
Gymnasium No. 3 named after V.Z. Korzh, Pinsk

Advertising is now becoming an integral attribute not only of the commercial sphere, but also of culture and modern life in general. Today, creating advertising is becoming an art, and the professionalism of

its producers is steadily growing. The study of advertising attracts the attention of specialists in various fields of science: linguists, psychologists, sociologists, cultural scientists, and marketers.

The study of advertising for children and adolescents is of particular scientific value and sociocultural importance, since children represent a part of society on which the development of the entire cultural environment of society in the future depends.

Despite a significant amount of work on the language of advertising, there is insufficient research on advertising texts addressed to children's audience. Advertising for children is a special type that has its own characteristics.

It is known that advertising has both negative and positive effects on the psyche and worldview of children and adolescents, so the specifics of the children's audience should be taken into account. The manufacturer of advertising for children needs to determine the technical characteristics of the advertisement (bright colorful pictures, movement, animation, sound), as well as language means.

To achieve the desired result, when creating an advertising message for children and adolescents, one should take into account morphological, phonetic, and lexical means. The vocabulary found in advertising conveys the characteristics of culture and the linguistic picture of the world.

Expressiveness is one of the most important characteristics of advertising. Lexical means of expressiveness include various groups of expressive vocabulary, as well as metaphor and metonymy.

Incentive sentences with a verb in the imperative mood are often used in Russian and English, for example: Buy it. Sell it. Love it. «Сникерс» – Иди на хруст!» or «Милка – Решись стать лучшим в мире!».

Syntactic means include non-conjunct and multi-conjunct sentences, changes in word order, syntactic repetitions, as well as various rhetorical figures. For example, in advertising «Активил» – «Важно то, что внутри» и «Баунти» – Так кто же сказал, что рай на земле возможен» a conjunction clause is used. In addition to linguistic means, paralinguistic means are used to create expressiveness: facial expressions and gestures, volume and timbre of voice in oral speech and iconic means (pictograms, drawings) in written texts.

In autumn, producers of advertising for children often turn to fairy-tale motifs. A fairy tale is close to children's knowledge, so turning to fairy tales, magic, and miracles in advertising gives a feeling of a dream coming true. For example, in an advertising message «Fruttis» – Молочные реки, фруктовые берега» there is a comparison with a fairy tale «молочные реки, кисельные берега». В рекламе детского йогурта «Растишка» – «Кощей, слезай вниз! – Боюсь, костей не соберу! – «Надо было есть «Растишку», как я!» [1].

The fairy-tale character Koschey the Immortal, familiar to every child, and the saying «You can't collect bones» correspond to the main property of the advertised yoghurt – a high calcium content «for strong bones».

«Princess». Fairytale address to the mirror «Свет мой зеркальце, скажи!» in the advertising slogan does not require continuation, children know well that they turn to the mirror for the answer to the question: «Я ль на свете всех милее?», which corresponds to advertising of cosmetics.

Let's consider the morphological characteristics of advertising texts for children and adolescents. Among the parts of speech that appear in large numbers in advertising texts, adjectives occupy the first place. The analysis of the use of adjectives shows that qualitative adjectives are used more often. They characterize various physical and spiritual qualities of a person, designate the properties and qualities of objects and phenomena, and the names of colours. Such adjectives provide a visual description of the object and help to easily imagine the product based on visual, auditory, and taste associations. For example: «Данон - нежный вкус заботы», «Баунти – райское наслаждение», «Милка – решишь быть нежным».

Among the qualitative adjectives, the most frequent words are: gentle: cheerful friend, cheerful party, cheerful games; delicious: delicious chocolates, tasty surprise, tasty reward; favourite: favourite chocolate, favourite movie, favourite characters, favourite breakfast; big: big package, big fun, big dinosaur, big discovery; small: little princess, little fairy, little toys.

Relative adjectives are used mainly to specify the advertised product. For example: «Милка – один кусочек и вы в альпийском мире».

To show the best characteristics of a product, comparative and superlative qualitative adjectives are often used. Research shows that the adjectives *best* and *excellent* are the words with the highest frequency of use.

For example: «В «Маке» *лучшая еда*, не забудешь никогда!», «Орбит». *Самая вкусная* защита от кариеса!», «J7». *Только лучшее!*», «Глория Джинс». *Ты самая красивая!*», «Seventeen». *Самый главный журнал для девушек!*». Children's advertising texts also use jargon such as *нереально, реально, дико, супер-, абсолютно и др.* «Сникерс». *Нереально сытный батончик!*», «Сникерс». *Суперпитательный батончик!*».

Analyzing advertising texts in Russian and English linguistic cultures, we can identify such lexical-thematic groups as «attitude towards a small child» and «activity and new achievements».

In the Russian-language lexical-thematic group characterizing «attitude towards a small child», the most frequently used lexemes are «mother», «health», «comfort», «together», «love», «tenderness», «happiness», «protection». For example «Danone» – *Мама, я поел!*- Or in an advertisement for children's cosmetics «Princess» *Как мама, только лучше!*».

The concept of «mother» in Russian linguistic culture is associated with care, comfort, love, and is associated with one's home, city, and country. The concept of «happiness» in Russian linguistic culture is associated with what is difficult to achieve, what you do not see every day.

The Russian-language lexical-thematic group «activity and new achievements» is characterized by the following lexemes: «taste», «magic», «football», «success». For example, «Сникерс – *Защити футбол от холода*», «Растишка – *Вместе к успеху!*» или «Растишка – *школа волшебства*», «Mark Formell – *Стань моделью*».

The second English-language lexical-thematic group is «activity and new achievements», the most frequent lexeme are «connect», «think», «play», «make», «try», «life», «enjoy». For example, «Apple-Think Different» or «Nokia -Connecting people».

The concept of «taste» and «love» are found equally often in advertising texts in both languages; in both linguistic cultures it denotes both the taste of the product and implies a predilection, inclination, for example, «Danone is the delicate *taste* of care». «McDonald's – *I'm loving it*».

The study of the concept of «fun», in English-speaking linguistic culture made it possible to establish that this concept is associated with energy, risk and adventure. It implies the possibility of choice, carelessness, novelty, play, jokes and wit, lack of serious intention, boredom. This concept is associated with youth and childhood. In this regard, this lexeme is one of the most frequently found in English-language advertising texts for children and adolescents.

In English culture, the concept of «mother» is rarely present in advertising texts. The benefits that the product itself provides are emphasized more. The concept of «happiness» is often present, since it is the product that guarantees a happy state after its purchase. In addition, «happiness» in the minds of speakers of English-speaking linguistic culture is associated with a state that can be easily achieved every day.

Thus, in the advertising texts there is an important relationship between language and culture, the study of which is one of the objects of research in both linguocultural studies and marketing.

References

1. Пухачева, Е.Н. Реклама для детей и подростков в английской и русской лингвокультурах / Е.Н. Пухачева // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2023. – № 5-2. – С.107-110.

УДК 651.75

ACTIVE AND PASSIVE VOICE IN BUSINESS WRITING

К. Тipun, form 11 "A"

Supervisor – **L.A. Dimova**, English teacher

PSU Lyceum

Active and passive voice are writing issues that confuse many people. Understanding active voice is important for recognising the advantage of using active voice in business letters, as well as understanding the instances in which active voice should be avoided. Knowing the difference between voices and when to employ each is imperative for writing the most effective business letters.

In sentences using active voice the subject of the sentence does the action described by the verb. This means that the subject does what the verb says. For example, in the sentence "Jane wrote the document" the subject of the sentence is Jane and the verb is to write/wrote. Because the subject of the sentence (Jane) did the action (wrote), the sentence is in the active voice.

Active voice is advantageous in written communications because it is a direct, concise and engaging manner of writing. Readers know who is acting at all times and don't need to wade through extra words to understand what is happening in any given sentence.

In business letters active voice becomes an important method of re-iterating all that an individual or company is doing for a customer or client. Active voice allows individuals or companies to claim the spotlight. For example, the sentences: "Lora is working overtime to make sure that all of the packages are sent before the deadline" and "Fabulous Frozen Foods is delighted to announce the winners of the Holiday Hamper Contest" let readers know exactly who should be praised for something (Lora and Fabulous Frozen Foods), which is a good strategy for keeping an individual or organisation at the forefront of customers' and clients' minds.

Active voice also tends to use fewer words than passive voice making it a good choice for letters with a strict word count or page limit.

The opposite of active voice is passive voice. In sentences using passive voice the subject of the sentence receives the action described by the verb. For example, in the sentence "Oliver was delayed by Steven" the subject of the sentence is Oliver, but the action (to delay/delayed) is done by Steven so Oliver, the subject, is only receiving the action.

The passive voice focuses more on an action that took place and places less importance on the person who performed the action.

In certain situations, passive voice can be suitable or preferred when writing a letter.

For instance, if you are seeking to be polite or formal, such as when making a request or an apology. Examples include "Your feedback is appreciated" or "A mistake was made".

Additionally, if you want to avoid blaming or accusing someone, especially when delivering bad news or criticism. Examples include "The deadline was missed" or "The quality was not satisfactory".

If you want to focus on the facts or the outcomes rather than the opinions or the actions. Examples include "The project was completed on time" or "The results were impressive".

The passive voice comes into play to soften the message or idea a business writer is trying to convey. Examples of this are evident in documents such as credit denial letters. Many such documents may use the passive voice and say something like, "Your request for a lower interest rate has been denied," rather than, "We deny your request for a lower interest rate."

Passive voice is also great for creating an authoritative tone, like on a sign requiring employees to wash their hands. It doesn't matter who requires employees to wash up; they just need to do it!

When you want to avoid using a gendered construction, and pluralizing is not an option: If the password is forgotten by the user, a security question will be asked.

When utilizing active and passive voice in business writing, you should be aware of some common pitfalls that can hinder your effectiveness. To avoid them, try not to overuse passive voice, as this can make your writing vague and impersonal.

Additionally, mixing active and passive voice in the same sentence or paragraph can create inconsistency and weaken your message. Furthermore, do not use passive voice to evade responsibility, as this can damage your credibility. Lastly, do not use active voice to be aggressive or rude, as this can create a negative impression.

Understanding active and passive voice is important for recognising which is the best choice for any given business letter. The advantages of active voice make it a stronger method of communication in many instances, but there are also situations in which passive voice is a better option.

Bibliography

1. Active vs. passive voice in your writing [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://edu.gcfglobal.org/en/writing-skills/active-vs-passive-voice-in-your-writing/1/> – Дата доступа: 23.03.2024.

2. How can you improve your business writing with active and passive voice? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.linkedin.com/advice/1/how-can-you-improve-your-business-writing-active-passive> – Дата доступа: 30.03.2024.

3. How do you switch between active and passive voice in a letter without losing coherence and clarity? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-switch-between-active-passive-voice-letter> – Дата доступа: 30.03.2024.

4. When Should Passive Voice Be Used In Business Writing? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.instructionalsolutions.com/blog/when-should-passive-voice-be-used-in-business-writing> – Дата доступа: 02.04.2024.

СОДЕРЖАНИЕ

БАНКОВСКАЯ ЭКОНОМИКА

Андрейчикова Е.С., Белевич А.А., Кукса О.А. Технология блокчейн как фактор трансформации мировых финансов.....	3
Андрейчук К.Э., Матяс А.А. О перспективах применения ончейн-анализа криптоактивов в условиях цифровой трансформации финансового сектора Беларуси.....	5
Артемчик А.В., Шутова А.М. Анализ влияния инфляции на денежно-кредитную политику в Республике Беларусь.....	7
Босовец А.Р., Кукса О.А. Развитие банковской экосистемы в сегменте корпоративного бизнеса на примере ОАО «Белагропромбанк».....	9
Буряк А.С., Петрукович Н.Г. Развитие риск-культуры в банке.....	12
Вергей С.А., Петрукович Н.Г. Управление ресурсным потенциалом ЗАО «МТБанк».....	15
Дейкун В.Г., Петрукович Н.Г. Виды банковских рисков. Влияние рисков на деятельность ОАО «Паритетбанк».....	17
Зуй В.А., Костюкевич Д.В., Кукса О.А. Внедрение цифровых денег в зарубежных странах.....	19
Карульская А.С., Кучинская Е.Д., Кукса О.А. Современные киберриски финансовой системы.....	21
Липская В.А., Дорожкина И.А., Кукса О.А. Преимущества и риски цифрового банкинга... ..	24
Новогран П.А., Голикова А.С. Подходы к определению понятия кредитоспособности.....	25
Рай И.А., Радкевич Ю.С., Кукса О.А. Инновации в банковской сфере: чат-бот с функцией интерактивного общения.....	27
Степаненко А.Н., Лозицкая Т.Д., Сергеюк В.С. Участие Республики Беларусь на международном кредитном рынке.....	31
Терещук Д.К., Гориш И.В. К вопросу о возврате ошибочно перечисленных денежных средств.....	33
Трухнова Д.С., Петрукович Н.Г. Оценка управления операционным риском в ОАО «АСБ Беларусбанк».....	35
Shishlo S.V., Svorob A.S., Sergejuk V.S. The role of foreign banks in singapore's credit system....	37
Юнчиц А.Г., Петрукович Н.Г. Оценка розничного сегмента ЗАО «Альфа-Банк».....	39

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФИНАНСОВ И УЧЕТА

Андрюшкевич Д.А., Галкина М.Н. Сущность и значимость бухгалтерской (финансовой) отчетности.....	42
Артамошина К.А., Шутова А.М. Анализ состояния государственного бюджета Республики Беларусь в разрезе бюджетного дефицита.....	44
Байда Т. Факторинг как инструмент финансовой устойчивости поставщиков.....	46
Балакир Е.Е., Ковалев А.В. Автоматизация финансового планирования и учета.....	48
Белевич А.А., Добрыдень Н.В. Методические подходы к анализу трудовых ресурсов.....	49
Бир Д.С., Галкина М.Н. Основные средства как объект бухгалтерского учета организации... ..	51
Бобкова П.И., Галкина М.Н. Затраты на производство в бухгалтерском учёте: подходы к сущности и классификации.....	54
Болобосова У.А., Якубова И.П. Бухгалтерский учет затрат на производство продукции в условиях бизнес-процесса «производство» в ОАО «Витебский мясокомбинат».....	56
Борзенко Е.А., Добрыдень Н.В. МСФО (IFRS) 8 «операционные сегменты»: основные положения и особенности.....	58
Бушило Д.В., Галкина М.Н. Расчеты с поставщиками и подрядчиками: сущность, классификация.....	61
Вакулич Е.А. Риски внедрения инновационных финансовых технологий в страховую деятельность.....	63
Гайдук А.В., Малюженец А.А., Шутова А.М. Управление кредитными рисками кредитного портфеля банка.....	64
Гордюк С.В., Хрусь Е.А. Международные стандарты финансовой отчетности как инструмент развития национальной экономики.....	66

Гороховик К.В., Галкина М.Н. Аудит: сущность, роль и значение.....	67
Грицкова А.Д., Добрыдень Н.В. Справедливая стоимость: этапы ее определения и практика применение в Республике Беларусь.....	70
Грицук Я.А., Бухтик М.И. Влияние финансовой грамотности на финансовое поведение населения Республики Беларусь.....	72
Гродель К.В., Добрыдень Н.В. Направления развития информационного обеспечения сельско-хозяйственной организации.....	74
Елисавецкая А.Л., Львова Н.А. К вопросу о перспективах развития углеродного рынка в Российской Федерации.....	76
Иванюк М.Д., Гержа А.Г. Сущность понятия «рентабельность организации».....	79
Крымская А.А., Якубова И.П. Пути совершенствования учета основных средств.....	80
Крыштопович Е.А., Гержа А.Г. Понятие инвентаризации как элемента системы управления запасами.....	82
Левковец И.В., Петрусевич Т.В. Перспективы развития страхового бизнеса в Республике Беларусь в условиях цифровой экономики.....	84
Маковчик Д.В., Недашковская Н.С. Информационное обеспечение анализа и порядок формирования финансового результата по текущей деятельности.....	86
Максимук-Супрунович И.В., Якубова И.П. Развитие методики бухгалтерского учета готовой продукции на материалах ОАО «Брестский мясокомбинат».....	88
Мацкевич Д.Г., Гержа А.Г. Методические подходы к анализу финансовых результатов от инвестиционной и финансовой деятельности.....	90
Минченко Н.А., Пригодич И.А. Страховой полис как ликвидный актив.....	92
Мостыка В.А., Гержа А.Г. Экономическая сущность дохода организации.....	94
Невдах К.Н., Добрыдень Н.В. Заработная плата как объект бухгалтерского учета.....	96
Нестерук В.А., Паршутич А.О. Современные методические подходы анализа доходов и расходов организации.....	98
Ништ А.А., Галкина М.Н. Пути совершенствования учета экспортно-импортных операций ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат».....	100
Павлович А.В., Нехме М.Р., Сергеюк В.С. Тенденции развития нью-йоркских фондовых бирж NYSE и NASDAQ в условиях глобализации.....	102
Панышева М.Ю., Добрыдень Н.В. Направления совершенствования учета расчетов с поставщиками и подрядчиками.....	103
Рыбак П.В., Якубова И.П. Обязательства организации в бухгалтерском учете.....	106
Серкевич В.И., Бухтик М.И. Тенденции и перспективы развития зеленого финансирования в Республике Беларусь.....	107
Степанцевич М.С., Шимук А.А., Бухтик М.И. Развитие цифровых платежных систем в Республике Беларусь.....	109
Стрельцова К.А., Шутова А.М. Финансы как инструмент решения экологических проблем.....	112
Сурма А.В., Якубова И.П. Доходы и расходы как объекты бухгалтерского учета.....	114
Тарлецкий П.А., Шутова А.М. Проблемы развития финансового рынка Республики Беларусь на современном этапе.....	116
Татаревич А.Г., Якубова И.П. Пути совершенствования учета расчетов с рабочими и служащими по оплате труда ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев».....	118
Толочко В.В., Якубова И.П. Направления совершенствования бухгалтерской отчетности и использование ее информации на примере ОАО «Молочный мир».....	120
Шаповал М.С., Якубова И.П. Учет расчетов с покупателями и заказчиками.....	122
Шибун М.Э., Галкина М.Н. Направления совершенствования учета использования материальных ресурсов.....	125
Щур Я.С., Якубова И.П. Направления совершенствования бухгалтерского учета доходов и расходов ОАО «Кузлитмаш».....	127
Яворская Ю.А., Якубова И.П. Денежные средства как объект бухгалтерского учета.....	129

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:

СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аверьянова П.А., Береговая Е.О., Орехов Н.Г., Львова Н.А. Санкции против российских банков: опыт преодоления.....	133
Альферович П.Е., Володько О.В. Роль инновационных технологий в управлении персоналом.....	135
Антонова Я.С., Голубев П.П., Сергиевич Т.В. Экономическая основа новой регионализации.....	137
Артёмчик К.Н., Володько О.В. Государственное регулирование оплаты труда в Республике Беларусь.....	138
Балобан А.А., Зборина И.М. Бизнес-процессы современной организации и факторы их определяющие.....	140
Барнатович Я.Ю., Сергиевич Т.В. Некоторые актуальные проблемы модернизации отечественной легкой промышленности.....	142
Белозомб К.П., Голикова А.С. Финансовый механизм государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.....	144
Белянова В.В., Друк В.Ю. Бизнес-демография: сущность и состояние в Республике Беларусь.....	146
Бердникович А.Д., Володько О.В. Оценка эффективности использования материальных ресурсов в Республики Беларусь.....	148
Бич В.В., Добринец Я.И. Развитие стартап-движения в Республике Беларусь.....	149
Бойко О.В., Володько О.В. Конкурентоспособность организации и ее оценка.....	151
Браим А.А., Паршутич О.А. Реглобализация и усиление интеграции мировых макрорегионов.....	153
Бренкович Я.С., Зглюй Т.В. Анализ слагаемых экономического роста в Республике Беларусь.....	155
Бухтик А.А., Зглюй Т.В. Прогноз реальных располагаемых доходов населения при помощи полиномиальной линии тренда.....	157
Варган Е.В., Володько О.В. Применение принципов линейного программирования для оптимизации производственных процессов.....	160
Витко А.В., Зборина И.М. Модели управления бизнесом: сравнительный анализ.....	162
Владычик М.В., Зборина И.М. Сравнительный анализ кейсов бизнес-планирования.....	164
Внучко С.Ю., Зборина И.М. Анализ эффективности бизнес-моделей управления персоналом.....	166
Воронцова В.В., Бажина А.А. Трансформация рынка труда и системы образования в условиях формирования экономики знаний.....	169
Выберанец Е.Ф., Игнатенко Ю.В. Краудсорсинг как новый драйвер цифровой экономики... ..	170
Гайдук М.Д., Паршутич О.А. Перспективы развития Республики Беларусь в составе БРИКС.....	173
Гарашук Е.Е., Зглюй Т.В. Международная интеллектуальная миграция трудовых ресурсов.. ..	174
Гвоздѣва А.О., Игнатенко Ю.В. Интернет вещей: его роль в современном мире.....	176
Гвоздева В.С., Орешникова О.В. Развитие малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь.....	178
Главатских У.А., Володько О.В. Направления развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь.....	179
Голубев П.П., Сергиевич Т.В. Геоэкономика как система научного знания: феноменология и структуризация.....	181
Голубцова А.В., Мелешко Ю.В. Эволюция цифровой ренты в контексте нейтрализации санкционного давления.....	183
Голякович Ю.О. Гендерное равенство и женское предпринимательство в контексте устойчивого развития Республики Беларусь.....	184
Горгун Е.В., Олихвер А.Н., Орешникова О.В. Динамика демографических процессов в Республике Беларусь.....	186
Грибанов А.В., Мелешко Ю.В. Путь к устойчивому развитию белорусской экономики.....	189

Дайнеко М.Н., Зборина И.М. Бизнес-модель организации: проблемы построения и управления.....	190
Demyanovich P.S., Mikhnyuk A.V., Dobrinets Ya.I. The role of artificial intelligence in optimizing the company's development strategy within business planning.....	193
Жукова В.С. Формирование кадрового потенциала как основа социально-экономического развития региона.....	195
Жэнь Чжиан, Молохович М.В. Направления совершенствования стратегии инновационного развития организации.....	197
Залуцкая В.И., Панюсько А.С. Анализ структуры и динамики промышленного комплекса Республики Беларусь.....	198
Зенько Е.А., Полуйчик О.И., Орешникова О.В. Особенности информационной безопасности в экономической среде.....	200
Ивахова А.В., Сергиевич Т.В. Попытка установления понятийной взаимосвязи: культурный и социальный капитал.....	203
Калоша А.В., Киевич А.В. Направления оптимизации расходов организаций строительной отрасли на примере ЧСУП «Ремсантехстрой».....	204
Капитонова А.С., Панюсько А.С. Проблема безработицы в Республике Беларусь и пути ее преодоления.....	206
Каптурович В.А., Ковалев А.В. Перспективы внедрения концепции «Бережливое производство» в Республике Беларусь.....	209
Качура О.В., Орешникова О.В. Анализ индикаторов экономической безопасности Республики Беларусь.....	210
Кендысь Ю.А., Володько О.В. Методы исследования затрат рабочего времени.....	212
Климчук А.С., Зборина И.М. Формы использования искусственного интеллекта в бизнес-процессах.....	214
Клопот А.Д., Игнатенко Ю.В. Инновации и цифровизация: влияние на экономический рост	216
Коледа А.С., Лапченко Д.А. Современные тенденции и перспективы развития газовой отрасли в Республике Беларусь.....	218
Колесниченко А.С., Паршутич О.А. Перспективы развития инвестиционных отношений между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой.....	219
Кондратюк Е.Д., Романюк В.А., Орешникова О.В. Анализ современных вызовов и тенденций в обеспечении научно-технологической безопасности Республики Беларусь.....	221
Корнеев Т.А., Бажина А.А. Цифровая экономика Республики Беларусь.....	223
Коробкова Е.О., Науменко А.П., Янович П.А. Технология как товар на мировом рынке.....	225
Короленя В.С., Малащук Е.С., Орешникова О.В. Экономика замкнутого цикла в Республике Беларусь.....	226
Кравчук А.В., Семенюк А.Н., Орешникова О.В. Оценка финансовой безопасности предприятия (на материалах ОАО "Малоритский консервно-овощесушильный комбинат")....	228
Крагель А.А., Новицкая В.В., Василевска А.А. Оценка конкурентоспособности Брестской области.....	230
Крук Ю.А., Володько О.В. Анализ взаимосвязи производительности труда и заработной платы.....	232
Курасов М.В., Жахов Н.В. Методические аспекты оценки инновационного потенциала промышленного комплекса региона.....	234
Куцевич П.И., Полежаева Е.А., Панюсько А.С. Процесс глобализации и интеллектуальные технологии в экономических исследованиях.....	236
Лазюк А.В., Зборина И.М. ESG-принципы как фактор устойчивого роста бизнеса.....	238
Лах Е.А., Володько О.В. Цифровизация металлургической отрасли Республики Беларусь....	240
Лебедева К.О., Солодовников С.Ю. Теоретические основы промышленной политики государства.....	242
Левчук А.Ю., Володько О.В. Тенденции экономического развития ОАО «Белсолод».....	243
Ли Цзюй, Молохович М.В. Пути повышения инновационной активности промышленных предприятий.....	245
Линник Н.С., Внучко С.Ю., Орешникова О.В. Анализ обеспеченности электрической	247

энергии Республики Беларусь как фактор энергетической безопасности и экономического роста.....	
Логвинова И.О., Положенцева Ю.С. Понятие, сущность и задачи структурной трансформации региональной экономики.....	249
Ломан К.Ю., Мелешко Ю.В. Взаимосвязь устойчивого развития и знакового потребления... ..	251
Лукашик А.Н., Мотько Н.А. Экономические и социальные задачи управления человеческими ресурсами субъекта хозяйствования.....	253
Лукьянович В.В., Недашковская Н.С. Стратегический взгляд на трансформацию бизнес-процессов компаний.....	254
Луць Д.В., Володько О.В. Внедрение ESG-повестки на промышленные предприятия Республики Беларусь.....	256
Малащук Е.С., Володько О.В. Анализ конкурентоспособности ООО «Санта Ритейл» методом SWOT-анализа.....	258
Мальцева И.Ф. Цифровизация социальных и государственных услуг в России.....	260
Маркевич Д.А., Недашковская Н.С. Кластерный подход, его значение и роль для повышения конкурентоспособности предприятия.....	262
Мацкевич В.В., Бушило Д.В., Колосовская Е.М. Анализ динамики средних процентных ставок в Республике Беларусь.....	264
Мисиевич Д.С., Игнатенко Ю.В. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности страны.....	266
Михута В.Н., Левчук А.Ю., Орешникова О.В. Применение и перспективы развития «зеленой» экономики в Республике Беларусь.....	268
Москалюк А.В., Добринец Я.И. Анализ основных направлений внешнеторгового сотрудничества Республики Беларусь и Китайской Народной Республики.....	270
Новицкая В.В., Витко А.В., Орешникова О.В. Повышение качества жизни для обеспечения экономической безопасности.....	272
Овсянников К.Ю., Паршутич О.А. Открытость регионов страны и роль внешнеэкономического фактора (на примере Брестской области).....	274
Олесиюк Ю.С. Оценка интеллектуального капитала высшего учебного заведения.....	276
Олихвер А.Н., Горгун Е.В., Орешникова О.В. Проблемы демографической безопасности Республики Беларусь и пути их решения.....	278
Осипчук Ю.Р., Зборина И.М. Управление рисками в бизнес-планировании: методы и методологии минимизации рисков.....	280
Piskunovich D., Bierluskaitė A. Strategic adaptations in trade relations: an example of Lithuania and Belarus interactions.....	283
Плѣхова А.Н., Явтухович В.А., Орешникова О.В. Организация системы безопасности на предприятии.....	285
Полешук С.С., Сакович В.В., Сергеюк В.С. Международный финансовый рынок под воздействием процесса глобализации.....	287
Полуйчик О.И., Зборина И.М. Влияние жизненного цикла бизнеса на стратегическое планирование.....	289
Посвенчук А.А., Солодовников С.Ю. Культурные факторы, способствующие и препятствующие модернизации белорусской промышленности.....	292
Потяг В.С., Сергиевич Т.В. Теоретические основы организационно-экономического механизма.....	294
Прокопчук В.Н., Володько Л.П. Особенности управления персоналом в инновационных проектах.....	295
Радцевич А.В., Лукьянова И.А. Налоги и цифровая экономика: новые пути и решения их администрирования.....	297
Радюш К.О., Бажина А.А. Влияние инноваций на современное образование.....	298
Рафалович Я.А., Добринец Я.И. Развитие цифровой экономики в Республике Беларусь: возможности и вызовы.....	300
Рачковский К.В., Зглюй Т.В. Производительность труда и пути ее повышения (на примере ОАО ”Бархим“).	303

Рынкевич М.С., Дубинич Е.А., Орешникова О.В. Продовольственная безопасность в Республике Беларусь.....	305
Савчиц А.И., Паршутич О.А. Социально-экономическое неравенство как препятствие для устойчивого развития экономики.....	307
Севенюк Е.В., Ковалев А.В. Проблема разделения цикла и тренда в экономике.....	309
Севко А.В., Севко Д.В., Бухтик М.И. Интернет-эквайринг в Республике Беларусь: перспективы и экономическая безопасность.....	311
Семенюк А.Н., Василевска А.А. Оценка уровня конкурентоспособности регионов Республики Беларусь.....	313
Син Цзяньда, Молохович М.В. Влияние инноваций на эффективность деятельности и конкурентоспособность организации.....	316
Соболева А.А., Камленок Я.Н., Василевска А.А. Развитие открытого акционерного общества «Беларуськалий».....	318
Стасенкова А.Т., Лебедева К.О. Реинжиниринг человеческого капитала как основа оптимизации политики управления предприятием.....	319
Турбан Е.А., Добринец Я.И. Развитие «зеленой» экономики и внедрение инновационных технологий для устойчивого роста.....	321
Турбан Е.А., Шпак В.Д., Евсеев Е.Б. Мультипликатор инвестиций.....	323
Турчина Д.Ф., Пашкевич М.С., Добринец Я.И. Особенности бизнес-плана инновационного проекта.....	325
Уберт К.В., Ясинова А.М., Стрельникова Т.А. Сравнительный анализ развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь и Российской Федерации.....	328
Угляница А.В., Игнатенко Ю.В. Цифровые инновации: мировой опыт.....	331
Федорук Я.А., Татаринев Е.И., Зборина И.М. Цифровые двойники в промышленности в контексте ресурсосбережения.....	332
Фурса Ю.С., Паршутич О.А. Глобальные проблемы современной мировой экономики.....	335
Харевич У.А., Сергиевич Т.В. Прекариат – новый социальный класс?.....	337
Ху Лэй, Молохович М.В. Приоритеты и перспективы инновационного развития китайской промышленности.....	338
Ху Чанюй, Молохович М.В. Инновационная деятельность в промышленности Китая: состояние, проблемы, перспективы.....	340
Цаплин Т.А., Королева О.В. Перспективные тенденции развития устойчивого туризма на 2024 год.....	342
Царев И.М., Вишнякова В.А., Гусев В.В. Маркетплейсы – фактор прогрессивной трансформации отечественной интернет-торговли.....	344
Чжан Чутай, Молохович М.В. Оценка инновационного потенциала организации и пути ее совершенствования.....	346
Чэнь Сюэпэн, Молохович М.В. Пути повышения конкурентоспособности продукции машиностроительных предприятий.....	347
Shao Ruixue, Maltsevich N.V. Research on green finance promoting sustainable economic development from a low-carbon perspective.....	349
Шевердо Д.Д., Друк В.Ю. Современное состояние и тенденции развития внешней торговли Республики Беларусь.....	351
Шелест М.В., Ковальчук Д.А., Сергеюк В.С. Китайские фондовые биржи: современное состояние и пути развития.....	354
Шешко М.В., Орешникова О.В. Проблемы и перспективы развития «зеленой» экономики... ..	355
Шинкаренко А.А., Перехрест Д.С., Ковалев А.В. Современные тенденции в сфере регулирования криптовалюты.....	357
Шуманская Е.Р., Якубович А.И., Бухтик М.И. Цифровое развитие Республики Беларусь: проблемы и перспективы.....	359
Эльснер П.С., Володько О.В. Особенности интернет-маркетинга в Республике Беларусь.....	361
Якимук В.В., Василевска А.А. Поддержка малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь.....	363
Яцына А.А., Якимович В.А. Взаимосвязь теневой экономики и бизнеса.....	365

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Белянова В.В., Друк В.Ю. Рекламный рынок Беларуси: глобальные тенденции и тренды 2024 года.....	367
Борисевич А.В., Федечко А.А., Изотова Л.А. The role of artificial intelligence in marketing.....	369
Бриштен Е.А., Веселкина К.С., Василевска А.А. Роль туризма в экономике региона (на примере Брестской области).....	371
Воронкова Е.В., Гернега К.С. Анализ государственных молодежных программ в сфере туризма России и Беларуси.....	373
Герасимюк И.А., Игнатенко Ю.В. Методы анализа ассортиментного портфеля.....	375
Гузеев Л., Жансагимовой А.Е. Маркетинг как фактор устойчивого развития бизнеса Казахстана.....	378
Гурина Е.Н., Васильченко А.О. Система кайдзен и ее характеристика.....	380
Ермашевич Д.В., Василевска А.А. Актуальные вопросы развития агроэкотуризма в Республике Беларусь.....	382
Ершова П.Ю., Черняк А.С., Панюсько А.С. Качество – путь к совершенству и устойчивому развитию организации.....	384
Жимань А.В., Новикова А.П., Езерская Т.А. Управление инвестиционной привлекательностью организации как функция финансового менеджмента.....	386
Жук М.А., Румачик Д.А., Василевска А.А. Современные методы и инструменты анализа в маркетинге.....	387
Жук А.А., Гавриленко Ю.С., Янович П.А. Преимущества и недостатки современной рекламы.....	390
Зубреев А.О., Полянин А.В. Актуальность разработки концепции сетевого адаптивного взаимодействия организаций в условиях принятия решения доминирующим собственником по реализации проекта.....	391
Игнатенко А.А., Грицук Я.А., Демьянов С.А. Стратегии достижения конкурентных преимуществ на рынке.....	394
Исаханова Г.Г., Лизакова Р.А. Позиционирование товарной марки на потребительском рынке.....	396
Ключник М.С., Маскалюк А.А., Васильченко А.О. Преимущества стратегии Just-in-Time в менеджменте качества.....	398
Li Junyang, Liu Ya, Druk V.Yu. China's economic growth: analyzing trends.....	399
Лесницкая В.А., Сергиевич Т.В. Цифровизация как фактор роста межклассового экономического неравенства.....	402
Кочановская А.В., Лось А.М., Васильченко А.О. Сравнительная характеристика методологий управления качеством Kanban и Scrum.....	403
Манчик Е.С., Грицук Я.А., Васильченко А.О. Особенности маркетинга на рынке туристических услуг.....	405
Матвейчук Е.С., Щербак А.С., Васильченко А.О. Этнографический туризм как основа событийного маркетинга (на примере проведения фестиваля "Дожинки").....	407
Матохин К.Р., Положенцева Ю.С. Актуальность управления организационными изменениями в условиях трансформации бизнес-среды.....	409
Мигуцкая Ю.А., Матвейчук Е.С., Демьянов С.А. Лидерство руководителя как фактор повышения эффективности деятельности организации.....	411
Миркина А.И., Хмельницкая Е.В. Потребительское поведение и психология потребителя в маркетинге на современном этапе.....	413
Михнюк А.В., Демьянович П.С., Васильченко А.О. Анализ системы 5S для управления рабочим местом.....	415
Петницкая Е.Ю., Петровская А.В., Козловская О.И. Инновационный подход к онлайн-продажам фермерских продуктов.....	417
Побожная Е.С., Касперович Я.Т., Езерская Т.А. Развитие банковского финансового менеджмента в Республике Беларусь.....	419
Рябцева А.А., Шутова А.М. Финансовое планирование в организации: проблемы и	421

перспективы развития.....	423
Субоч И.Ч., Хмельницкая Е.В. Ситуационный маркетинг.....	423
Тарасенко А.Ю., Лебедева К.О. Мотивационная политика как основа повышения имиджа организации.....	425
Турчина Д.Ф., Пашкевич М.С., Васильченко А.О. Сравнительный анализ стилей управления: японская и американская модели.....	426
Федечко А.А., Васильченко А.О. ”Домик качества“ как инструмент оценки конкурентоспособности продукции.....	428
Чижевская А.Р., Хмельницкая Е.В. Влияние искусственного интеллекта на маркетинг.....	430
Шпак А.М., Хмельницкая Е.В. Применение психологии в современном менеджменте: подходы к качественному управлению бизнесом.....	432
Щербак А.С., Демьянов С.А. Мотивация персонала как элемент системы стратегического управления предприятием.....	434
Якубович А.И., Шуманская Е.Р., Демьянов С.А. Инновационные пути развития сферы туризма Республики Беларусь.....	435
ЯЗЫК, ПЕРЕВОД, КУЛЬТУРА, КОММУНИКАЦИЯ	
Ahmed R., Doronina V., Gerusova I. Books and films about Harry Potter are two different plots. To read or to watch, that is the question.....	438
Батюшко А.А., Корженевич Ю.В. Лексико-грамматические особенности перевода официально-деловой документации.....	440
Бех К.Д., Базар Н.Н. Меню заведений общественного питания города Пинска как вид креолизованного текста.....	442
Вабцевич К.И., Доморад Е.С., Шульга М.Л. Влияние стереотипов на межкультурную коммуникацию.....	444
Васильева У.А., Грэф Е.Б. Особенности перевода игры слов с английского языка на русский (на материале сериала «Друзья»).....	446
Васинкевич А.Д., Корженевич Ю.В. Специфика перевода атрибутивных словосочетаний в англоязычном экономическом дискурсе.....	448
Вечёрко Д.В., Володько А.В. Метафорические выражения в сказке «Маленький принц» А. де Сент-Экзюпери как способ привлечения внимания к социальным проблемам.....	450
Деканчук А.А., Селюжицкая Л.Н. Специфика перевода модальных глаголов англоязычного высказывания на русский язык на примере жанра интервью.....	452
Джумалиева А.Д., Корженевич Ю.В. Образование и перевод неологизмов в английском языке.....	454
Доморад Е.С., Павлова К.М., Жилевич О.Ф. Практическая реализация терминосистемы «Фасад» на французском языке.....	456
Егорова А.К., Грэф Е.Б. Коммуникативные стратегии в рекламном дискурсе и особенности их перевода (на материале рекламы косметических брендов).....	459
Егорова Ю.Ю., Корженевич Ю.В. Специфика перевода фразеологизмов в контексте межкультурных коммуникаций.....	461
Ковалевская А.С., Корженевич Ю.В. Анализ использования бизнес-идиом в текстах экономической направленности.....	463
Ковальчук Д.А., Шелест М.В., Базар Н.Н. Роль китаизмов в речи студентов-лингвистов.....	465
Кузьмина М.О., Петрукович Д.А. Использование искусственного интеллекта в изучении иностранных языков: преимущества и недостатки.....	467
Кухарчук Н.А., Мелюх В.М., Изотова Л.А. British and belarusian superstitions: similarities and differences.....	469
Лазанюк В.М., Корженевич Ю.В. Имена собственные: специфика перевода экономической лексики в публицистическом жанре.....	471
Лекунович Д.В., Куратнік Н.І. Смачна есці! Кулінарныя традыцыі беларусаў: ад жыцця да літаратуры.....	474
Лозицкая Т.Д., Степаненко А.Н., Базар Н.Н. Коммуникативные неудачи: типы, условия и причины возникновения.....	476
Мальцева П.А., Грищенко В.Д. FAR-анализ качества перевода межъязыковых субтитров.....	478

компьютерных игр.....	
Марчик А.А., Марчик А.А., Базар Н.Н. Особенности сочетания прилагательных, обозначающих размер в русском и английском языках, при переводе.....	480
Мелюх В.В., Кухарчук Н.А., Базар Н.Н. Речевое манипулирование в рекламных текстах на примере города Пинска.....	482
Нехме М., Жилевич М., Жилевич О.Ф., Зизико А.И. Специфика функционирования лексико-грамматических маркеров в англоязычном презентационном дискурсе.....	484
Новик Э.У., Изотова Л.А. Культура потребления как необходимое условие существования современной модели экономики.....	486
Новогран Т.А., Павлова К.М., Шульга М.Л. Товарные свойства информации на различных платформах СМИ.....	488
Осипова Л.В., Греф Е.Б. Реализация коммуникативных стратегий и тактик в рекламном тексте и особенности их перевода (на материале рекламы автомобильных брендов).....	490
Павлова К.М., Новогран Т.А., Жилевич О.Ф. Метафорическая реализация концепта <i>conflit écopotique</i> во франкоязычном дискурсе.....	492
Панкеева Д.Д., Корженевич Ю.В. Специфика перевода «модных слов» в текстах СМИ.....	494
Парчук С.В., Мишенёва А.О., Селиванова Е.А. Сокращения слов в немецком интернет-сленге.....	496
Пацоўская Е.У., Кавалевіч М.Э., Райчук Л.А. Помнікі нацыянальным асветнікам і пісьменнікам на Беларусі.....	498
Пешкевич А.С., Прядко А. Оценка методов анализа успешности кинофильмов.....	499
Писулин С.С., Корженевич Ю.В. Особенности перевода фразеологических выражений в экономических текстах.....	500
Пацюк Е.О., Полешук С.С., Жилевич О.Ф. Термин «l'efficacité» во французском экономическом дискурсе: лингвопереводческий анализ.....	503
Сакович В.В., Полешук С.С., Базар Н.Н. Активная лексика студентов-лингвистов.....	504
Свороб А.С., Шишло С.В., Базар Н.Н. Проявление законов благозвучия в стихотворении С.А. Есенина «Отговорила меня роща золотая».....	506
Смирнова Д.А., Резцова С.А. Адекватность перевода элементов вертикального контекста английского текста на русский язык.....	508
Смирнова Е.А., Селюжицкая Л.Н. Перевод англоязычных терминов-реалий в экономических текстах (на материалах англоязычных СМИ).....	510
Snitko A., Kadlubai A., Nour A., Matskevich V. English fashion and fashion designers.....	513
Солодуха М.А., Черноус З.В., Пискун Е.В. Числовые коды в интернет-переписке в современном китайском языке.....	515
Сосновская Е.Н., Мацкевич В.Н. «Ложные друзья переводчика» в текстах экономической направленности.....	517
Цярэшка Р.А., Магер Н.У. Радзіма і патрыятызм у лютэрку беларускіх прыказак і прымавак.....	519
Черник К.А., Голикова А.С. Межкультурные стереотипы в художественной литературе.....	521
Черноус З.В., Солодуха М.А., Базар Н.Н. Приемы «шифровки» информации невербальными компонентами.....	523
Чеснокова М.Н., Балыкина Г.А. Актуальные тренды продвижения положительного имиджа России.....	525
Юркевич А.Ю., Вабишевич К.И., Жилевич О.Ф. Сочинительные парные словосочетания во французском экономическом дискурсе: семантико-грамматические особенности.....	527
СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ	
ЦИВИЛИЗАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА:	
ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ	
Ахралович В.А., Шупицкая О.Н. Политико-правовые взгляды Владимира Жириновского....	530
Барышников П.С., Микелевич Е.Б. Особенности прокрастинации у студентов старших и младших курсов.....	532
Боброва П.А., Корникова Н.В. Этнографические фестивали Гомельской области на современном этапе.....	534

Бондарь Е.А., Корникова Н.В. Фотовыставки, посвященные событиям Первой мировой войны, в Республике Беларусь.....	536
Гавриленко В.М., Корникова Н.В. Ведомственные музеи Гомельщины в начале 21 века.....	538
Готальская А.А., Яценко О.Г. Выставочная деятельность в Беларуси, приуроченная к празднованию Дня Победы.....	539
Демьянец Е.В., Крутько О.В. Математика как познание мира.....	541
Еленский М.Е., Романов П.Д. Новации в планировании и проведении операции «Багратион».....	543
Лесюк В.Ю., Рацык Ф.І. Лічбавы архіў даследчыка ХХІ стагоддзя.....	545
Микша А.Ю., Еленская И.Э. Духовно-нравственное воспитание: слеты белорусской православной молодежи в Пинской епархии.....	547
Михалевич Д.С., Евстафьев В.А. Всебелорусское народное собрание как институциональный феномен политической системы Республики Беларусь.....	549
Невар А.Л., Лозицкий В.Л. Мероприятия германских оккупационных властей по вербовке и принудительному угону населения Пинщины в период Великой Отечественной войны.....	551
Павлюковец А.А., Евстафьев В.А. О санкционной политике по отношению к Республике Беларусь.....	553
Полховская А.И., Савило Т.Н. Особенности блоггерства как социального феномена в среде учащейся молодежи города Пинска.....	555
Поляков М.М., Яценко О.Г. Оформление реконструкций белорусских народных праздников на современной этапе.....	557
Пыж Д.С. Першы усебеларускі з'езд карэспандэнтаў 1924 г.: падрыхтоўка, правядзенне, асноўныя пастановы і роля ў развіцці карэспандэнцкага руху ў БССР.....	559
Сачек П.С., Яценко О.Г. Актуальные направления современного народного декоративно-прикладного искусства Беларуси.....	560
Щепелина Ю.А., Петровская Ю.А. Методы социальной работы с детьми, оставшимся без попечения родителей: анализ современных практик.....	562
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	
Абметка А.А., Шевченко Н.В. The importance of supporting small businesses in Belarus.....	564
Авсиевич А.И., Прибыльская Г.В. Ensuring the economic security of the Republic of Belarus in modern conditions.....	565
Afanasyeva D.S., Sorokina A.I. Current issues of economic and financial development in the Republic of Belarus.....	566
Берникович Е.А., Шевченко Н.В. Development of export potential of the Republic of Belarus... ..	567
Weng Yang, Rybalka Yu.A. The current state of agricultural trade in China.....	569
Воропаева В.В., Сласси Мутабир С.А. Development of a business plan for the organization.....	571
Ворошилов А.Д., Прибыльская Г.В. Doing business in the modern world.....	572
Гареева Е.І., Slassi Moutabir S.A. Problems and prospects in contemporary development of management and marketing.....	573
Гвоздев А.О., Сласси Мутабир С.А. The function of related products as instruments of a successful marketing strategy.....	574
Говоров А.Ю., Прибыльская Г.В. Construction as a promising area of business development in Belarus.....	576
Дробов Н.Е., Прибыльская Г.В. The role of state in the field of innovation support.....	577
Zagrebelnaya M.I., Slassi Moutabir S.A. How innovation and technology are shaping our future... ..	579
Іванова А.А., Sorokina A.I. How a manager can help their employees maintain work-life balance.. ..	580
Кучинский Н.П., Прибыльская Г.В. Contemporary trends shaping global economic development.....	582
Кучко Я.В., Прибыльская Г.В. Classical marketing technologies.....	583
Михальчук Е.В., Прибыльская Г.В. Doing business in the modern world economy.....	584
Мошенский В.В., Прибыльская Г.В. Problems hindering the development of the economy of the Belarus when starting a business.....	585
Пачковская А.В., Прибыльская Г.В. Role of marketing in tourism.....	586

Подгайская Я.А., Прибыльская Г.В. Peculiarities of consumption of women's goods in Belarus.	587
Рекуц К.А., Прибыльская Г.В. The formation and development of innovation infrastructure of the Republic of Belarus.....	588
Романовская М.Я., Прибыльская Г.В. Economics and management.....	589
Савич М.А., Прибыльская Г.В. Current development issues economics and finance in the Republic of Belarus.....	592
Саганович Е.А., Прибыльская Г.В. Network marketing as a social event.....	593
Самец В.А., Прибыльская Г.В. Business development.....	594
Трухон М.М., Прибыльская Г.В. Marketing's involvement in shaping consumer demand.....	595
Халецкая Е.А., Прибыльская Г.В. Marketing strategy.....	596
ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ И ТУРИЗМ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА	
Бинковская Е.А., Демьянов С.А., Павлович Т.С. Маркетинг в социальных сетях.....	599
Диковицкая А.О., Коржич В.П. Проектирование Wi-Fi сети.....	600
Добринец А.И., Добринец Я.И. Отраслевая структура экономики Республики Беларусь и ее особенности.....	602
Павловский А.А., Касперович Т.Н. Маркетинг как часть сознания общества.....	602
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	
Завацкая Е.А., Кисель Л.Н. Anglicisms in young people communication.....	604
Невар Б.Р., Вабищевич О.Г., Германович Т.В. Frequently used somatic phraseological units in the english and russian languages.....	605
Selyuzhitskaya A.A., Khvesyuk N.A. Linguoculturological features of advertising texts for children and adolescents in the english and russian languages.....	607
Tipun K., Dimova L.A. Active and passive voice in business writing.....	609

Научное издание

МАТЕРИАЛЫ

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

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

За содержание и достоверность информации
в материалах сборника отвечают авторы

Подписано в печать 23.05.2024. Бумага типографская
Формат 60×84/8 Гарнитура Times
Усл. печ. л. 72,4. Уч.–изд.л. 54,8.